

Restaurante Buhle

**Rejuvenescer
e modernizar
o melhor da tradição**



Oferta Internacional

PRONTO PARA EXPANDIR O SEU NEGÓCIO INTERNACIONAL? NÓS ESTAMOS. APOIAMOS OS SEUS NEGÓCIOS NO ESTRANGEIRO.

Em mercados emergentes ou em economias mais desenvolvidas, a Caixa é o parceiro das empresas que já têm sucesso em Portugal e o querem alargar ao resto do mundo.

Colocamos à disposição das empresas:

- Uma rede internacional com presença em 23 países de 4 continentes
- O conhecimento local e soluções específicas em países-chave para as empresas portuguesas:
 - Europa: Espanha, França, Luxemburgo, Reino Unido, Alemanha, Bélgica e Suíça
 - África Lusófona: Angola, Moçambique, Cabo Verde e São Tomé e Príncipe
 - África do Sul e Guiné Equatorial
 - Norte de África: Marrocos, Argélia, Tunísia e Líbia
 - América: Brasil, Venezuela e México
 - Extremo Oriente: China / Macau, Índia e Timor Leste
 - Rússia e Europa Central e Oriental
- Acompanhamento por Gestores do Grupo Caixa
- Produtos e serviços de suporte à internacionalização, incluindo linhas de apoio à exportação

Informe-se numa Agência ou Gabinete Empresas da Caixa.

A conjuntura da oportunidade

A combination of opportunities

Para este terceiro número da COOL assumi que o tronco editorial devia focar-se nas oportunidades que surgem amiúde no mercado, mesmo quando a conjuntura económica não vive dias de bonança. É com bons exemplos, atitudes positivas, lutas e olhares perspicazes que o mundo avança em cada segmento. Faz parte da natureza humana progredir, inventar, reinventar e suplantar-se. E são esses exemplos de progresso, assumidos em várias expressões, das empresas, à cultura ou ao lazer que quis partilhar consigo nesta edição.

Sem perder o sentido realista do período actual, estamos confiantes na Jordão que melhores dias virão, temos que estar preparados para dar a resposta necessária de um modo rápido e eficiente. E porque sou um “optimista militante” e procuro transmitir a todos os meus colaboradores os conceitos que devem ter presentes no seu dia-a-dia, o meu léxico abrange palavras de ordem como ambição, ousadia, determinação, persistência, perseverança, capacidade de adaptação. No fundo, qualidades estratégicas para um mercado em mudança, cujas dificuldades encaramos como um desafio que se estende aos nossos parceiros. Estaremos ao seu lado para os ajudar a suplantar este período, sempre com o lema da “Atitude Positiva” que irá encontrar em todas as páginas da nossa revista.

Faço votos que no quarto número da COOL, o editorial confirme que a “Atitude Positiva” permanece e contribuiu largamente para ultrapassar a tempestade. Os dias de bonança chegarão.

São os meus sinceros votos.

For this third issue of COOL I decided that the main body of its editorial content should focus on the opportunities that frequently arise in the market, even though economic circumstances aren't exactly propitious ones. But with good examples, positive attitudes, a preparedness to struggle and have your wits about you, the world can move forward in each sector. It is all part and parcel of human nature to progress, invent, reinvent and replace. And it is these examples of progress, as seen in various forms, companies, culture and leisure, that we want to share with you in this issue.

Without losing sight of the current times we're living in, we at Jordão are confident that better days are around the corner and that we have to be prepared to rise to the challenges of the future quickly and efficiently. And because I am “ever the optimist” and aim to transmit concepts that should be present on a daily basis to all my staff, my dictionary includes motivating words like ambition, boldness, determination, persistence, perseverance, and adaptability.

At the end of the day these are strategic qualities for a changing market, the difficulties and challenges which we face also extend to our partners. We will be on their side to help them overcome this period, always keeping the slogan “Positive Attitude” in mind, an attitude that is to be found throughout our magazine.

I hope that in the fourth issue of COOL our editorial will have proved that a “Positive Attitude” remained and had significantly contributed towards all of us surviving the storm. The good times will return.

These are my sincere wishes.



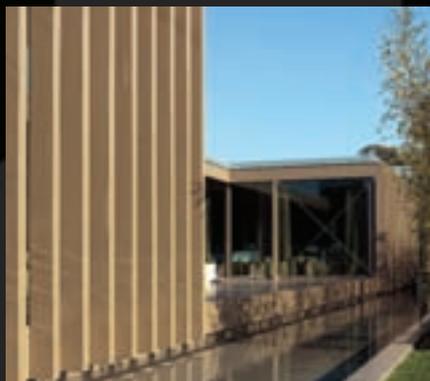
Isidro Lobo José
Director-Geral da José Julio Jordão, Lda.

“ESTAREMOS AO LADO DOS
NOSSOS PARCEIROS PARA
OS AJUDAR A SUPLANTAR
ESTE PERÍODO, SEMPRE
COM O LEMA DA ATITUDE
POSITIVA”

“WE WILL BE ON THE SIDE
OF OUR PARTNERS TO HELP
THEM OVERCOME THIS
PERIOD, ALWAYS KEEPING
THE SLOGAN POSITIVE
ATTITUDE IN MIND”

Reportagem
Restaurante Buhle
Rejuvenescer e modernizar o melhor da
tradição

Buhle Restaurant
Revitalising and modernizing the best
of tradition



PAGE
06-09



PAGE
10-13

Em foco
Adega Vale de Algares
Uma ode aos sentidos

Adega Vale de Algares
An ode to the senses

PAGE
22-25



Destaque
Empresas com atitude positiva

Companies with attitude

PAGE
26-29



Em foco
Companhia de Dança
Contemporânea de Sintra
Call me Fado
Chama-me Fado

Ficha Técnica



PAGE
30-31

Em foco
Museu Alberto Sampaio
Um museu que merece
todas as visitas
Alberto Sampaio
Museum
A museum that deserves all
its visitors

PAGE
32-34



Clients
ISOTECH, LMC-Eurocold,
FRIELECTRIC

Clients
ISOTECH, LMC-
Eurocold, FRIELECTRIC

PAGE
40-42



Lazer
Aldeias do Xisto
Descobrir o coração de
Portugal

Leisure
Discover the heart of
Portugal

Cool n.º 3 - Junho de 2009

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, mario.rodrigues@jordao.com

Edição e Produção: Workmedia Corporate,
Director: Diniz Macedo, dmacedo@workmedia.pt
Rua General Firmino Miguel n.º3 Torre 2, 3º Piso
1600-100 Lisboa Tel.: 210 410 300
www.workmedia.pt

Estudo Gráfico: José Teixeira zteixeira@workmedia.pt

Fotografia: Bruno Ramos, Hugo Gamboa, João Ferrand, Nuno Martinho, Pedro Everett

Tiragem: 2.500 exemplares

Periodicidade: Semestral

Impressão: Lidergraf - Artes gráficas SA
Estrada Nacional 13, Arvore
4480 Vila do Conde

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 Actividade _____
Morada _____
Cod.Postal _____
Localidade _____ Tel _____
Fax _____ Email _____

Cerca de 7.500 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®

Rejuvenescer e modernizar o melhor da tradição

Revitalising and modernizing the best of tradition

DO VELHO BULE, O NOVO E RENOVADO BUHLE MANTÉM OS TRAÇOS DA TRADIÇÃO DE UM ESPAÇO DE CULTO NO ROTEIRO GASTRONÓMICO DO PORTO. ACRESCENTOU-LHE, CONTUDO, CONCEITOS MAIS ARROJADOS, QUER NA PRÓPRIA EMENTA QUER NOS ESPAÇOS ARQUITECTÓNICOS, INTERIORES E EXTERIORES, QUE JÁ SEDUZIRAM A ANTIGA CLIENTELA E CONQUISTARAM NOVOS APRECIADORES.

FROM OUT OF THE OLD BULE, THE NEWLY RENOVATED BUHLE RETAINS THE TRACES OF TRADITION OF A CULT RESTAURANT IN PORTO'S CULINARY GUIDE BOOK. TO THIS IT ADDS BOLDER CONCEPTS BOTH IN TERMS OF THE FOOD ITSELF AND THE ARCHITECTURAL INTERIOR AND EXTERIOR SPACES, WHICH HAVE ALREADY CAPTURED THE FORMER CLIENTELE AND IS CONQUERING NEW FANS.

Reunir um piloto de automóveis, um actual e um ex-jogador de futebol, um economista e um empresário da restauração na mesma equipa não é tarefa fácil. Mas a amizade que une Tiago Monteiro, Vítor Baía, Pedro Emanuel, Henrique Pais e Pedro Sá Pereira constitui uma equipa forte que deu luz ao novo Buhle. A ambição foi reposicionar o novo Buhle como uma referência no Porto, capaz de seduzir os clientes do antigo Bule (casa com mais de 40 anos de história e uma refe-



Bringing together a racing car driver, a current and former football player, an economist and a restaurant impresario in the same team is no easy task. But the warmth and friendship that Tiago Monteiro, Vítor Baía, Pedro Emanuel, Henrique Pais and Pedro Sá Pereira brought to the re-launch of the new Buhle, adding colour and sparkle to the event, as well as representing a winning team, should not be downplayed. The aim was to reposition the new Buhle as a refe-



continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶



O novo Buhle é um espaço de requinte e glamour, integrado numa das zonas mais privilegiadas do Porto, em plena Foz

rência no Porto) e de atrair novos apreciadores. O desafio, um ano após a abertura, está ganho.

Entrar no novo Buhle é partir à descoberta de um espaço de requinte e glamour, perfeitamente integrado numa das zonas mais privilegiadas do Porto, em plena Foz. O conceito arquitectónico procurou a integração de um edifício na paisagem urbana privilegiada, em que a proximidade ao mar é um traço distintivo. Da autoria do arquitecto Miguel Ribeiro de Sousa, o Buhle apresenta-se com uma estrutura de madeira e vidro, em que o jogo de grelhas permite criar intimidade no interior e parecer transparente para quem o observa de fora. As plataformas, desde o nível da rua até à entrada do edifício, que se encontra num nível superior, fazem com que cada um de nós possa rodar continuamente de posição, criando um percurso dinâmico de apreciação do edifício na envolvente. Foi ainda criado um pátio descoberto que permite interagir visualmente com os vários espaços interiores e exteriores.

A decoração, da autoria de Paulo Lobo, revela um interior contemporâneo com interpretação do tema fusion. Materiais actuais com texturas várias e cor mesclada, mobiliário de desenho clássico redesenhado com dimensões e posturas pouco vulgares, peças escultóricas limitando áreas de degustação e luz pontual criando um ambiente em que se sentirá protagonista num palco que não esquecerá. O Buhle está dividido em espaços distintos que proporcionam diversos ambientes. O Bar, local de espera e encontro de amigos, tem a particularidade de ser

rence beacon in Porto, one capable of seducing the customers of the former Bule (a restaurant which had clocked up more than 40 years of history and is a landmark in Porto) as well as attracting a new clientele. That challenge, a year after reopening, has been won.

Strolling into the new Buhle is to discover a tastefully refined place which is chic and glamorous, one that perfectly slots into one of Porto's most upmarket areas, right in the Foz district. The architectural concept sought to integrate the building within a privileged urban landscape, one where the nearness of the sea is a defining feature. Designed by architect Miguel Ribeiro de Sousa, Buhle is a structure in wood and glass where the interplay of bars means that an intimate interior space has been created which seems transparent to those looking in from outside. The platforms, from street level to the building entrance, that are to be found on the upper level, means that each person can constantly turn and move around, creating a dynamic walkway from which to appreciate the surrounding building. An open patio was also created which allows for the visual interaction with the various interior and exterior spaces.

The interior design by Paulo Lobo is contemporary on a fusion theme. Modern materials with various textures and variegated colour, classic designed furniture redesigned with unusual dimensions and poses, sculptural pieces fence off dining areas while spot lighting creates an atmosphere where one feels like the lead player on a stage in a play that one will never forget. Buhle is divided into

The new Buhle is a refined place which is chic and glamorous, one that perfectly slots into one of Porto's most upmarket areas, Foz district

um mixology bar, onde os cocktails são uma fusão de sabores exóticos e requintados, fruto da longa experiência de alguém que empenha todo o seu know-how a este conceito. O Buhle tem ainda um salão de chá, recuperando a tradição que há 30 anos deu nome a este espaço e que funciona a partir das 16h, com o "chá das cinco", tendo ao seu dispor uma variedade de chás e tisanas provenientes de todo o mundo, fazendo o casamento perfeito com a nossa pastelaria.

Uma das zonas mais diferenciadas do Buhle são as "tendas", espaços de alguma forma privados e com serviço exclusivo, apostando nos pequenos grandes pormenores e que, dada a sua versatilidade, será certamente uma excelente opção para um momento especial.

Continuando a percorrer o Buhle terá acesso à sala de jantar, com uma excelente garrafeira climatizada, servida por uma carta de vinhos com cerca de 400 referências. Como chefe de sala e escanção, está Marco Valente a liderar uma excelente equipa de profissionais, que são os guias de uma viagem gastronómica que prometem surpreender os clientes na descoberta de novos sabores.

O Buhle optou por um tipo de cozinha diversificada e internacional, tendo como responsável máximo o chef Rodrigo Garrett. Da cozinha portuguesa mantém-se, entre outros, o pato assado e o arroz de pato que tanto prestígio tiveram, fazendo parte das memórias do antigo "BULE". Destaque ainda para a ampla oferta da cozinha italiana e do continente asiático, onde pontuam na ementa a cozinha tailandesa, vietnamita, entre outras, que proporcionam ao cliente uma oferta diferente, agradável e original.

No exterior do restaurante, na área comum a todos os espaços do Buhle, há um pátio e um jardim, ambos rodeados por um lago, espaço que está preparado para vários tipos de eventos. Uma localização privilegiada, uma decoração excepcional, uma equipa altamente profissional e especializada, o serviço personalizado, a cozinha criativa e versátil fazem deste espaço um lugar único para quem aprecia qualidade e as coisas boas e raras da vida, fazendo de cada momento um momento especial. ■

distinct areas which encourage different environments and types of atmosphere. The bar, the place to wait and meet up with friends, has the peculiar feature of being a 'mixology' bar where cocktails are a fusion of exotic and sophisticated flavours, the fruits of the long experience of someone that has distilled all of his know-how into this concept. Buhle also boast a tea room, reviving the tradition that gave its name to this place 30 years ago, 'Tea at Five' with a variety of teas and herbal teas available from all over the world, making it the perfect partnership with our pastries.

One of Buhle's more distinctive areas are the 'tents' - private areas with exclusive service, featuring those small but important details which, given its versatility, will certainly prove an excellent option for that special moment.

Continuing on through, Buhle also feature a dining room with an excellent air-conditioned wine cellar and a wine list of around 400 wines of note. In-house chef, Marco Valente, who leads an excellent team of professionals, will guide you on a gastronomic journey that promises to surprise customers in their discovery of new flavours.

Buhle has opted for a wide and international type of cuisine under the tutelage of Master Chef Rodrigo Garrett. From its choice of Portuguese cuisine, both roast duck and duck rice are still firm favourites on the menu as they ever were, as are other dishes, adding to part of the memories of the former BULE. The menu is also outstanding for its ample choice of Italian and Asiatic cuisine, highlighting in particular Thai and Vietnamese cuisine among others, all offering the customer something different, pleasant and original. Outside the restaurant, in an area which is common to all Buhle restaurants, is the patio and garden, both surrounded by a lake in an area which is suitable for various types of event. A privileged location, exceptional décor, a highly specialized and professional team, personal service, and creative and versatile cuisine make this place unique for those who appreciate quality and the finer things in life, making each and every moment special. ■



Contactos

Av. Montevideu, 810 – 4150-518 Porto
Reservas 220 109 929 /reservas_buhle.pt

Fonte: Resenha da Revista Buhle

Contacts

Av. Montevideu, 810-4150-518 Porto
Reservas 220 109 929/reservas@buhle.pt

Source: Buhle Magazine report

Empresas com Atitude

Companies with Attitude

Inovação, Qualidade, Desenvolvimento e capacidade de antecipação às necessidades do mercado são as características transversais às três empresas portuguesas que a COOL elegeram para representar o que de mais positivo e dinâmico se passa no mercado português, em diferentes segmentos. Numa altura em que a conjuntura económica a nível mundial vive o período mais negro da história dos últimos 50 anos, Renova (fabrico e comercialização de produtos descartáveis para a higiene do corpo e da casa), Kyaia (fabrico e distribuição de calçado) e Bial (indústria farmacêutica), empresas de "puro sangue" nacional, dão mostras de ténpera e vigor, não apenas no mercado interno, mas também a nível internacional. Postura pró-activa, alicerçada numa visão prospectiva dos mercados é também a imagem projectada por estas organizações que têm como alvo o mundo e não o País, pensam em escala, mas também em necessidades específicas de mercados potenciais.

A concretização das estratégias daquelas empresas é naturalmente condicionada pelo segmento em que actuam e pelas características e potencialidades dos produtos que colocam no mercado. Mais do que nunca é imperativo o mercado empresarial inspirar-se nas melhores práticas. E os exemplos que seguem são sem dúvida uma catarse do momento que vivemos. ■

Innovation, Quality, Development and the ability to anticipate the needs of the market are all characteristics that run through three Portuguese companies that COOL has chosen to highlight and pay tribute to in this issue as examples of companies that represent all that is most positive and dynamic in the Portuguese market in different sectors. At a time when the current world economic situation is facing its bleakest moments in the last 50 years, Renova (manufacturing and sale of disposable household and personal hygiene products), Kyaia (manufacture and distribution of footwear) and Bial (the pharmaceutical industry), all national 'thoroughbred' companies, lead the way as vigorous, thriving and seasoned enterprises, not just within the national market but also at an international level. A pro-active attitude, firmly rooted in a forward-looking market vision are other factors projected by these organizations who set their sights on the world rather than just focusing on Portugal, they think on the grand scale while never losing sight of the particular necessities of potential markets.

The abilities of these companies to realize their strategies is naturally conditioned by the sectors in which they are operating in as well as by the characteristics and potential of the products they place onto the market. It is imperative now more than ever that the company market is inspired by the best practises and the examples that follow are without doubt a tonic against the difficult moment in which we are living. ■



Renova (Torres Novas)

Inovação de conceitos e produtos é factor de diferenciação

Concept and product innovation is the differentiating factor

A Renova iniciou a actividade em 1939, vocacionada para a produção de papel de impressão e escrita. A viragem do core business dá-se no início dos anos 70 com a aquisição de tecnologia para o fabrico de papel tissue.

Criatividade, diferenciação através do desenvolvimento de novos produtos (papel higiénico preto) e conceitos (rolo de cozinha anti-bacteriano), apoiado num posicionamento de inovação constante face à concorrência, agilidade organizacional que lhe permite um circuito de vida curto do desenvolvimento do produto até à implementação no mercado definem a marca Renova.

Sem abdicar dos investimentos que são o coração da marca e que representam o volume de facturação de maior dimensão que há a manter, o factor de diferenciação da marca reside também no valor acrescentando dos seus produtos Premium. A aquisição de um produto Renova não é uma mera transacção comercial (nem para clientes nem para consumidores finais), "mas sim a aquisição de um valor, de sentido de pertença a uma comunidade global que se perfila pelos mesmos ideais", resume Luís Saramago, director de Marketing da Renova. ■

Renova started out in 1939 when it concentrated on the production of writing and printing paper. The shift in its core business occurred at the start of the 1970s with the acquisition of technology for tissue paper production.

Creativity differentiation through the development of new products (black toilet paper) and concepts (anti-bacterial kitchen roll) allied to a position of constant innovation with regards to the competition and organizational agility permitting a short turnaround from product development to market positioning all define the Renova brand. Without cutting corners on investment which is at the heart of the brand and which represents the largest slice in the volume of its turnover which to be maintained, the brand's differentiating factor also lies in the growing value of its Premium products. The purchase of a Renova product is not simply a commercial transaction (either for its clients or final consumers) "but rather the acquisition of an asset, in the sense that the company belongs to the global community which shares and is defined by the same ideals", says Luís Saramago, Marketing director of Renova. ■

PRESIDENTE: PAULO MIGUEL PEREIRA DA SILVA

ÁREA DE NEGÓCIO: FABRICAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DESCARTÁVEIS PARA A HIGIENE DO CORPO E DA CASA

NÚMERO DE COLABORADORES: 650 EFECTIVOS (PORTUGAL, MADRID, PARIS E BRUXELAS)

PRESIDENT: PAULO MIGUEL PEREIRA DA SILVA

BUSINESS AREA: PRODUCTION AND MARKETING OF DISPOSABLE PRODUCTS FOR HOUSEHOLD AND PERSONAL HYGIENE.

NUMBER OF STAFF: 650 FULL-TIME (PORTUGAL, MADRID, PARIS AND BRUSSELS)



INSIDE
PAGE

continua >>>>>>>

Kyaia (Guimarães)

Qualidade e competitividade alia-se à procura de novos mercados com potencial de negócio

Quality and competitiveness join forces in search for new markets with business potential

Fundada em 1984, a Kyaia atingiu no seu primeiro ano de actividade um volume de negócios de 682.409,00€. Dez anos depois, o grupo tinha uma capacidade produtiva de 3.000 pares de sapatos/dia e empregava 320 trabalhadores. Em 2005 o grupo aliou à produção a distribuição com a aquisição da rede de lojas Foreva/Sapatália, actualmente com 77 lojas em Portugal continental e ilhas, dominando assim toda a cadeia de valor.

Hoje a Kyaia é líder de um grupo com objectivos baseados na qualidade e competitividade, quaisquer que seja o mercado de actuação, e com um volume de negócios anual de cerca de 55 milhões de euros. Cada uma das empresas responde estrategicamente às ameaças e oportunidades com que se deparam, formando um grupo consistente, equilibrado e dinâmico.

Da estratégia da empresa faz parte "a procura constante de novos e potenciais mercados, que representem desafios interessantes e potencialmente rentáveis, contribuindo desta forma para o desenvolvimento e crescimento do grupo, permitindo igualmente mantê-lo um passo à frente dos seus concorrentes", refere fonte oficial da Kyaia. ■

Founded in 1984, Kyaia achieved a business turnover of 682.409 Euros in its first year of trading. Ten years later the group had a production capacity of 3,000 pairs of shoes a day and employed 320 staff. In 2005 the group linked production and distribution with the acquisition of Foreva/Sapatália store network, currently having 77 shops on mainland Portugal and the islands, as such dominating the whole shop chain asset.

Today Kyaia is the leader of a group with objectives based on quality and competitiveness, in any current market one cares to mention with an annual business turnover of worth 55 million Euros. Each one of its companies strategically responds to both the challenges and opportunities which the market throws up, making it a consistent, balanced and dynamic group.

Part of the group's strategy lies "in the constant search for new and potential markets which represent interesting and potentially lucrative challenges, contributing to the group's development and growth, while at the same time allowing it to keep one step ahead of its competitors", reveals company source. ■



PRESIDENTE: FORTUNATO FREDERICO
ÁREA DE NEGÓCIO: PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CALÇADO (MARCAS: FLY LONDON, FOREVA, SAPATÁLIA, FUNGI)
NÚMERO DE COLABORADORES: 591

PRESIDENT: FORTUNATO FREDERICO
BUSINESS AREA: FOOTWEAR
PRODUCTION AND DISTRIBUTION:
BRANDS: FLY LONDON, FOREVA, SAPATÁLIA, FUNGI
NUMBER OF STAFF: 591

Bial (S. Mamede do Coronado)

Investigação e desenvolvimento de novos fármacos são traços distintivos

The research and development of new pharmaceutical products are distinctive traits



Bial foi fundado em 1924 pelo avô do actual presidente do Conselho de Administração. O desenvolvimento estratégico da empresa, que em 2008 registou um volume de negócios de 147M€ (única empresa nacional a figurar no "Top Ten" da indústria farmacêutica em Portugal), assentou em duas áreas base: a investigação própria de novas soluções terapêuticas e a qualidade dos produtos, a que se aliou a internacionalização da empresa. De acordo com José Redondo, Administrador e Director Bial Portugal, "o facto de possuir tecnologia própria e diferenciadora face a outras opções existentes no mercado dá maior autonomia e possibilidade de reforçar aquela vertente".

Bial tem duas unidades fabris – produção de medicamentos e de vacinas – e dois centros de I&D em Portugal e Espanha (e ainda escritórios em Angola, Moçambique, Costa do Marfim e Panamá e actividades comerciais em mais de 30 países). De realçar que em 2008 o investimento em I&D atingiu cerca de 20% da facturação, mais de 30M€.

Nos últimos, patenteou vários novos medicamentos a nível mundial, entre os quais um anti-epiléptico, que será lançado até ao final deste ano. As áreas do sistema nervoso central, cardiologia e alergologia constituem os principais campos de I&D do grupo que espera, até 2020, lançar cinco novos medicamentos. ■

Bial was founded in 1924 by the grandfather of the current president of the Board of Directors. The company's strategic development, which in 2008 registered a business turnover worth 147M Euros (the only national company to feature in the Top 10 pharmaceutical companies in Portugal), operates in two key areas: actual investigation into new therapeutic treatments and quality products, which has been linked to the company's international expansion strategy. According with José Redondo, Bial director, "the fact that it develops its own technology sets it apart from other companies currently on the market giving it greater independence and the ability to strengthen its business areas".

Bial has two production units – for the production of medicines and vaccines – and two Research and Development centres in Portugal and in Spain (furthermore it has offices in Angola, Mozambique, the Ivory Coast, Panama and commercial activities in more than 30 countries). It should be noted that in 2008 Bial's Research & Development investment was worth around 20 per cent of its turnover, standing at more than 30M Euros.

In the last few years it has patented various new medicines at an international level, including an anti-epilepsy drug which will be launched before the end of the year. Areas concerning the central nervous system, cardiology and the studies of allergies make up the company's main R&D fields and Bial expects to launch five new medicines by 2020. ■

PRESIDENTE: LUÍS PORTELA
ÁREA DE NEGÓCIO: INDÚSTRIA FARMACÊUTICA
NÚMERO DE TRABALHADORES: 765 COLABORADORES

PRESIDENT: LUÍS PORTELA
BUSINESS AREA: PHARMACEUTICAL INDUSTRY
NUMBER OF EMPLOYEES: 765



PASSION LUX

Nova gama com design rigoroso e contemporâneo, para experiências e sabores tão delicados como os gelados e os chocolates. É a ampliação da oferta de soluções que se juntam às tradicionais versões para pastelaria, padaria ou gastronomia.

The contemporary design coupled with a rigorous construction allows perfectly for delicate experiences and flavours such as ice-cream and chocolates. If you are looking for sophistication then you will find a solution in our new line, which joins with the traditional versions for pastry, bakery and gastronomy.



Em Stock





VISION

É a solução ideal para quem pretende otimizar a utilização do espaço. Elemento central deste programa é a vitrina ventilada com todos os níveis de exposição refrigerados. A gama compreende soluções para os negócios de Pastelaria, Padaria e Gastronomia em módulos Refrigerados, Neutros, Aquecidos e específicos para Pão.

With a wide display area, Vision is the ideal solution for those who intend to optimize the use of space. The central feature of this programme is the fan-assisted display cabinet with cooling at all display levels. The range comprises solutions for the Confectionery, Bakery and Gastronomy businesses, with refrigerated, neutral, heated and an exclusive Bread case.





COLUMBUS

Aliando tecnologia e funcionalidade, esta é uma proposta para mostrar, preservar e cuidar dos produtos alimentares mais delicados. O Columbus é o novo expositor para Charcutaria, Talho e Supermercado da JCS.

Bringing together technology and functionality, this is the smartest solution to show, preserve and to take care of the most delicate alimentary stuffs
Columbus is the new serve-over from JCS for Delicatessen, Butcher and Supermarket trades.

Hydra IT

NA VANGUARDA DA TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO PARA O
SECTOR ALIMENTAR

SPEARHEADING INFORMATION TECHNOLOGY IN THE FOOD
SECTOR

A Hydra IT – Tecnologias da Informação e Conteúdos, Lda. centra a sua actividade na integração de tecnologias de Comunicação e Informação, dispondo de uma oferta integrada nas quatro áreas de negócio em que actua: Sistemas de Informação de gestão (ERP e CRM), Soluções "Web Based", Conteúdos Digitais e Hardware. De destacar que na área dos Sistemas de Informação são um dos principais parceiros da Microsoft, detendo o mais elevado estatuto de parceiro (Gold Certified Partner).

Dentro da sua actividade, é de realçar a oferta dirigida à Gestão de Manutenção e Produção Industrial, Distribuição & Serviços e Industria Alimentar. A empresa desenhou soluções para dar resposta às exigências reguladoras destes sectores em particular, contando com a JORDAO COOLING SYSTEMS (JCS) na sua vasta carteira de Clientes. A Jordão encontrou na solução Microsoft Dynamics NAV e na Hydra IT, uma opção capaz de responder aos seus desafios e auxiliar na optimização do seu negócio, bem como introduzir com este investimento as melhores práticas na organização, melhorando a sua competitividade. Trata-se de um projecto global e integrado, que envolve todas as áreas da empresa, desde a financeira, Recursos Humanos, qualidade, compras e vendas, comercial, produção e logística.

Aspectos como o ajuste da solução à realidade do negócio, capacidade de evolução e integração de todos os processos numa única plataforma são aqueles que diferenciam o posicionamento e a oferta da Hydra IT, que não hesita em apontar a JCS como um bom exemplo de um solução desenvolvida à medida das necessidades do cliente. ■

Hydra IT – Tecnologias da Informação e Conteúdos, Lda (Information Technology & Contents Ltd) focuses its activity in integrating Communication and Information technology, making available an integrated range of products in the four areas of business it operates in: Management Information Systems (Enterprise Resource Planning and Customer Relationship Management), Web Based Solutions and Digital and Hardware Contents. It should be stressed that within the Information Systems area it is one of Microsoft's main partners, holding the highest partnership status (Gold Certified Partner).

Within its activity, the products it has available for Industrial Production and Maintenance Management, Distribution & Services and Food Industry should be highlighted. The company has designed solutions to meet the strict demands of regulators in these sectors in particular, including JORDAO COOLING SYSTEMS (JCS) in its vast portfolio of clients. Hydra IT found for Jordão in its Microsoft Dynamics NAV solution and Hydra IT an option capable of meeting its challenges and helping optimize its business, as well as introducing with this investment the best organizational practises and improving its competitiveness. This represents a global and integrated project that involves all areas of the company, from the Financial Department, Human Resources, Quality, Purchasing and Sales, Commercial and Production and Logistics.

Aspects such as adapting the solution to the reality of the business, the capacity to evolve and integrate all processes in a single platform are what sets it apart in terms of position and the range of products on offer from Hydra IT, which doesn't have the slightest hesitation in recommending JCS as a good example of a tailor-made solution developed to meet the needs of the customer. ■

PROCURAMOS O SUCESSO DA SUA ORGANIZAÇÃO OFERECENDO
NÃO APENAS A MELHOR TECNOLOGIA
MAS A MELHOR SOLUÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO.

Soluções Integradas de Gestão para Empresas de Distribuição

Soluções Integradas para a Gestão Alimentar

Soluções Integradas de Gestão
e Planeamento de Produção



NAV-QPC
Soluções Integradas de Gestão
de Qualidade

Web Design
Soluções Web e Aplicações
Interactivas

Design Gráfico
Soluções Gráficas

Soluções Mobilidade
SFA - Apoio a Vendas

www.hydra.pt
info@hydra.pt

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner

Sede
Avenida Robert Smith
Centro de Serviços Domus Qualitas Nº 31
Fraião
4715-249 Braga
T. +351 253 200 320 F. +351 253 200 329

Lisboa
Rua Castilho, 39,
10º F
Edifício Castil
1250-068 - Lisboa
T. +351 213 811 710 F. +351 213 811 716



Uma ode aos sentidos

An ode to the senses

DE VALE DE ALGARES PODER-SE-IA DIZER QUE É UMA CATEDRAL DO VINHO. DA RECONVERSÃO DE UMA ANTIGA PROPRIEDADE VITIVINÍCOLA, NASCEU UM ESPAÇO COM UMA ARQUITECTURA CUIDADA, MANTENDO A TRAÇA CENTENÁRIA SEM ESQUECER A VOCAÇÃO INICIAL DO ESPAÇO REABILITADO. ALIADO A ESTE CONCEITO, A EXPLORAÇÃO DO FUTURO CENTRO EQUESTRE DOTA ESTA PROPRIEDADE DE ENOTURISMO DE CARACTERÍSTICAS MUITO SINGULARES E APELATIVAS PARA QUEM ALMEJA UMA EVASÃO DISTINTA E, ACIMA DE TUDO, SENSORIAL.

WHEN IT COMES TO VALE DE ALGARES ONE COULD SAY THAT IT IS A CATHEDRAL TO WINE. FROM OUT OF AN OLD RECONVERTED VINEYARD STRUCTURE WAS BORN A NEW, ARCHITECTURALLY CARED FOR BUILDING, MAINTAINING THE ORIGINAL OUTLINE OF THE CENTURY-OLD PROPERTY WITHOUT FORGETTING THE INITIAL INTENTION OF THIS RENOVATED BUILDING. ALLIED TO THIS CONCEPT IS THE BUSINESS VENTURE OF A FUTURE EQUESTRIAN CENTRE WHICH GIVES THIS WINE TOURISM PROPERTY VERY UNIQUE AND ATTRACTIVE CHARACTERISTICS FOR ANYONE CRAVING A HOLIDAY GETAWAY WITH A DIFFERENCE, AND ONE THAT IS, ABOVE ALL, ABOUT EXPERIENCES AND SENSATIONS.

A propriedade de Vale de Algaes situa-se na tranquila aldeia ribatejana de Vila Chã de Ourique, a 30 minutos de Lisboa, e a cinco minutos das portagens do Cartaxo, na A1. Acessível, este paraíso dos sentidos é um projecto ímpar, que através da criação de uma moderna adega que aposta na produção de vinhos de excelência em comunhão com o desenvolvimento de um projecto enoturismo e turismo equestre inovador em Portugal, redonda num segmento diferenciado no mercado do turismo. Vale de Algaes proporciona uma vivência e descoberta equilibrada, elegante e intensa dos seus

Vale de Algaes is situated in the sleepy Ribatejo village of Vila Chã de Ourique, 30 minutes drive from Lisbon and just five minutes from the Cartaxo tolls on the A1 motorway. This accessible sensory paradise is a unique project without parallel, which through the creation of a modern wine production centre has invested in the production of excellent wines in tandem with the development of an innovative wine tourism and equestrian project in Portugal, which has resulted in the creation of a uniquely different segment within the tourism market. Vale de Algaes offers a blend of discovery and experience, in an elegant yet intense holiday

continua 

INSIDE
PAGE

23

continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶

mais genuínos ícones: o vinho e o cavalo.

O projecto nasceu da reconversão de uma antiga adega local, com cerca de um século de existência, e os responsáveis optaram por manter traça original, valorizando o lado tradicional do cultivo da vinha aliado às novas tecnologias. As vinhas estão divididas por duas propriedades, a Vale de Algaes com 16 hectares de castas tintas e seis hectares de castas brancas, e a Quinta da Faia com cinco hectares de castas tintas e quatro hectares de castas brancas.

A revitalização da actividade vinícola era um dos pontos-chave desta reabilitação de vivências, ainda que pressupondo usos obrigatoriamente distintos. Assim, foram aproveitadas algumas das construções existentes e propostos novos volumes para dar outra vida à propriedade. Entre os espaços criados, encontra-se a Adega de Vale de Algaes, um projecto assinado pelo gabinete Tall and Taller e pela arquitecta Cristina Santos Silva. O espaço existente foi modernizado, mas as características arquitectónicas originais foram mantidas: zonas de recepção do produto, prensas, lagares, cubas e balseiros de fermentação e reserva, laboratório de campanha e gabinete do adegueiro foram os espaços que deram corpo a esta adega. Mas para os arquitectos da Tall and Taller existe mesmo a chamada "alma do complexo", um espaço que por si só é motivo de visita: é na cave, construída num pátio interior, à média luz, que se acentua o misticismo do espaço, que se encontram as zonas de estágio mais prolongado em pipa, assim como a sala de enchimento com a respectiva linha de engarrafamento, áreas de armazenagem de produto acabado, áreas de garrafeira e um conjunto de espaços de apoio em que, segundo a memória descritiva do projecto, sobressai uma sala VIP preparada para receber diversos eventos relacionados com a adega.

Neste reino do vinho, a promessa é a de uma viagem ao passado, um passeio pelo que de místico e secreto guarda a elaboração do vinho, uma experiência e uma vivência arquitectónica que promete intensidade a cada passo, a cada percurso. ■

experience centred round its most highly prized icons: wine and horses.

The project was born out of the re-conversion of an old local winery which has been in existence for around a century and where the owners chose to maintain the original outline features of the buildings, prizing the traditional side of vine growing while fusing it with the latest technology. The vines are divided between two properties, Vale de Algaes with 16 hectares of red wine grape varieties and six hectares devoted to wine grape varieties, and Quinta da Faia with six hectares of red varieties and four for white.

The revitalization of wine production was one of the key points in the restoration of a way of life, even though it implies necessarily distinct usage. In this way the most was made of some of the existing buildings while new buildings were conceived in order to breathe new life into the property. Between the created spaces is the Adega de Vale de Algaes, a project designed by atelier Tall and Taller and architect Cristina Santos Silva. The existing area was modernized, but the original architectural characteristics were maintained: product reception areas, presses, grape crushers, wine vats and fermentation tanks and vintage vats, field laboratories, and wine cellar offices are the buildings that give structure to this winery. But for Tall and Taller architects there exists what is actually referred to as the 'soul of the complex', an area which in itself is a reason to visit the vineyard: and there in the basement cellars, built within an inside patio bathed in a half light that accentuates mysticism of this space, are found the long-term storage areas where the wine is kept in casks, as well as the bottling plant with its respective automated bottling line, storage areas for the finished product, bottle cellars and a number of auxiliary spaces that, according to the project's descriptive records, includes a VIP room which rises above them and serves to host various events related to the winery.

A promise of a journey back in time is held out in this kingdom of wine, a journey where the wine production process is shrouded in mystery and secrecy, an experience and architectural way of life that promises to be intense with each step and every route. ■



A aposta no centro equestre

Vale de Algaes tem uma coudelaria que se dedica à criação, compra e venda de cavalos Puro-Sangue Lusitano e cavalos de desporto.

O futuro Centro Equestre terá um Pavilhão Multiusos com a ocupação máxima de 6.000 pessoas, para realização de todo o tipo de eventos. Serão disponibilizados aos cavaleiros serviços essenciais à prática equestre: boxes para cavalos a penso, assistência veterinária, serviço de ferrador, treino específico e de manutenção de cavalos.

O Centro Equestre conta com um conjunto de unidades físicas com uma área total de intervenção 16,1 hectares, e o seu móbil é a satisfação dos clientes alicerçada nos serviços disponíveis e condições únicas existentes para a prática das diferentes modalidades/disciplinas equestres (salto de obstáculos, ensino, dressage, concurso completo de equitação, equitação de trabalho, atrelagem e equitação adaptada). A sua assinatura está representada no cuidado extremo em seleccionar e proporcionar as melhores condições aos seus clientes, participantes de concursos e visitantes.



Neste “reino”, a promessa é a de uma viagem ao passado, um passeio pelo que de místico e secreto guarda a elaboração do vinho

Horse Riding Centre Project

Vale de Algaes has a stud farm especially for the breeding, buying and selling of thoroughbred Lusitano horses and horses for sports.

The future Equestrian Centre will boast a multipurpose 6.000 seat pavilion to stage all kinds of events. Essential services for the practice of horse-riding will be made available to riders: horse boxes, vet assistance, blacksmith services, and specific training and horse maintenance.

The equestrian centre is made up of a number of buildings within a total area of 16.1 hectares, all with the aim of satisfying its customers in mind through the unique range of services and conditions available for the practice of different horse riding disciplines/sports (show jumping, horse riding lessons, dressage, complete horse riding competitions, horse riding for working purposes, coupling (breeding??) and horse riding for the disabled. Its hallmark is represented by the extreme care taken in selecting and making available the very best conditions to its customers, competition participants and visitors.

A promise of a journey back in time is held out in this “kingdom”, a journey where the wine production process is shrouded in mystery and secrecy

CONTACTOS
CONTACTS

WWW.VALEDALGARES.COM

INSIDE
PAGE
25

Chama-me Fado

FALAR DE FADO ATRAVÉS DA DANÇA É O MOTE PROPOSTO PELA COMPANHIA DE DANÇA CONTEMPORÂNEA DE SINTRA COM O ESPECTÁCULO "CHAMA-ME FADO". O MAIS PROFUNDO DA CULTURA DA CANÇÃO EM PORTUGAL ALIA-SE DE FORMA SINGULAR À DANÇA, RESULTANDO ESTE DIÁLOGO NUMA MOLDURA ÚNICA DAS DUAS FORMAS DE ARTE.

SPEAKING OF FADO THROUGH DANCE IS THE SINGULAR MOTTO OF THE SINTRA CONTEMPORARY DANCE COMPANY WITH ITS SHOW 'CALL ME FADO' IN WHICH PORTUGAL'S DEEPEST CULTURAL SONG FORM HAS JOINED FORCES WITH DANCE IN A SINGULAR WAY, RESULTING IN A DIALOGUE BETWEEN THE TWO ART FORMS SET IN A UNIQUE FRAMEWORK.

Não se trata meramente de dançar ao som de fado, mas sim falar de fado através da dança. Poder-se-ia dizer que se trata tanto de reinventar o fado como a dança, unindo as duas formas de arte numa expressão harmónica e cheia de singularidades. E é este o desafio a que a Companhia de Dança Contemporânea de Sintra se propôs responder com a Dança Atelier intitulada "Chama-me Fado", que desde Abril de 2008 tem sido apresentado um pouco por todo o país, em linha com a ideia de "trabalhar continuamente para o Grande Público, com base numa filosofia de democratização da Dança". Precisamente, a Companhia, fundada em 2002 por Lucília Baleixo (Directora Artística), assume como missão retirar a dança do seu elitismo e transformá-la



This isn't simply about dancing to the sound of fado, but rather talking about fado through dance. It could be said that it is as much about reinventing fado as it is about reinventing dance, uniting the two art forms in a harmonious expression that is full of singularities. And it is to this challenge that the Sintra Contemporary Dance Company intends to rise with its Dance Workshop titled 'Call Me Fado' which since 2008 has been performed up and down the country, in line with the idea of 'continually working for the general public, with the democratization of dance as its root philosophy.' To be more exact, the company, founded in 2002 by Lucília Baleixo (Artistic Director), has as its mission the removal of dance from being something elitist and transforming it into an accessible art

Call Me Fado



form, one that is understood by the general public. 'Call Me Fado' is in essence a show that is exclusively dedicated to traditional Portuguese culture, but one with an obvious contemporary and modern touch, without disparaging tradition. The conception of the idea follows in the wake of the company's past activity, which has integrated fado to a certain if limited extent, into its productions for some years now. 'Call Me Fado' was thus born out of a desire to pay tribute to an art form so singularly and profoundly Portuguese and to fully embody up, in an intense way, the company's previous experiences. At the same time that the concept of this show was conceived, another musical project arose called Maria Lua, which is based on the individual



numa arte acessível e compreensível ao grande público. "Chama-me Fado" é, essencialmente, um espectáculo exclusivamente dedicado à cultura portuguesa tradicional, mas com uma marca óbvia de contemporaneidade e modernidade, sem nunca desvirtuar a tradição. A sua concepção surge na esteira da actividade da Companhia, que tem vindo a integrar o fado nas suas produções há já alguns anos, em pequenos apontamentos. "Chama-me Fado" nasce assim de uma vontade de homenagear a forma tão singular e profunda de ser português e exorciza de forma plena e intensa as experiências anteriores da Companhia. No momento em que nascia o conceito deste espectáculo, surge um



continua 

continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

outro projecto musical, de nome Maria Lua, que tem como base as experiências individuais de cada um dos músicos que o compõem, e que resulta numa composição original, com influências nas sonoridades características de vários pontos do mundo, desde a África do Norte, Brasil, Argentina, e como não poderia deixar de ser, na música tradicional portuguesa.

Assim, a convite da Companhia de Dança Contemporânea de Sintra, os Maria Lua integraram este espectáculo levando o fado tocado e cantado como sentimento e sensação. Um conceito original reforçado pela substituição dos instrumentos tradicionais do fado pela percussão, guitarra, acordeão e contra-baixo, acompanhados da voz de Lara Afonso cujo registo pode tanto ser do fado, como de outro género musical. Som e movimento unem-se aqui numa expressão de fado universal, não só portuguesa, mas do mundo.

Quatro bailarinas e cinco músicos dão vida a uma interpretação do fado, não só enquanto música, mas enquanto sentimento. "Chama-me Fado" é uma interpretação do viver, amar e sofrer, da saudade que só os portugueses entendem. Muitas casas cheias em todo o país, de pessoas e, sobretudo, de emoções. ■

experiences of each of the musicians that make it up, resulting in an original composition with characteristic sound influences from various parts of the world from North Africa, Brazil and Argentina while not forgetting the obligatory traditional Portuguese music.

So, at the invitation of the Sintra Contemporary Dance Company, Maria Lua is incorporated into this show performing fado as it is played and sung as a feeling and sensation. An original concept reinforced by the substitution of traditional fado instruments with percussion, guitar, accordion and double bass, accompanied by the voice of Lara Afonso whose vocal register is as much fado as it is any other music genre. Sound and movement unite here in an expression of universal fado, not just Portuguese but of the world.

Four dancers and five musicians bring an interpretation of fado to life, not only with regards to the music but also feeling. 'Call Me Fado' is an interpretation about living, loving and suffering, that peculiar type of longing or 'saudade' that only the Portuguese understand. Many full houses all over the country, filled with people and, above all, emotions. ■

O aperitivo para um espectáculo diferente

"Vamos falar do Fado Corrido, aquele que vai atrás de quem dança e de quem canta, falamos do Fado Menor quando a guitarra, o acordeão e o contrabaixo choram baixinho; vamos falar da nossa saudade, da alma de quem tem tanto para dar. O Fado à Desgarrada, tão típico de quem dialoga e discute acesa e vibrantemente.

Vamos falar daquilo que nos faz gente. E se fechar os olhos por segundos, vai encontrar-se a si viajando connosco. Uma interpretação de música e corpo vestido de fado.

Fizemos um filme que acompanha toda a cena. E se se deixar levar, vai rever a sua vida, as suas paixões, as dores e o amor que se encontram, enfim. Tal como Teófilo Braga afirma: "(...) o ritmo do canto é notado com o bater do pé e com desenvoltos requebros; a dança e a poesia auxiliam-se no que se chama bater o fado." Afinal o fado viaja pela cultura árabe, cultura africana e acima de tudo viaja pelo mar. A música do espectáculo é tocada ao vivo pelo acordeão, contrabaixo, percussão, guitarra e voz dos Maria Lua. Venha ter connosco, faça parte desta viagem."



The aperitif for a different show

"Let's talk of Running Fado (Fado Corrido), that fado that one hears behind the dancers and singers. We're referring to Lesser Fado (Fado Menor) when the guitar, accordion and double bass cry quietly; let's talk about our nostalgic longing or 'saudade', the soul of which has so much to give and Wandering Fado, that fado so typical of him or her who converses and argues openly and vibrantly.

Let us talk about what our people do. And if we close our eyes for an instant, you'll find yourself travelling with us. An interpretation of music and body clothed in fado. We made a film that accompanied the entire production. And if you let it carry you away with it, you'll look back at your life, at your passions, at your heartaches and the love that you finally found. As Teófilo Braga confirms: "(...) the rhythm of song is kept in time with the tap of the foot and with lively musical trills; dance and poetry compliment one another in what is called 'beating fado'". Finally fado travels through Arabian and African culture and above all it crosses the sea. The show's music is played live on the accordion, double bass, percussion, guitar and voices from Maria Lua. Come and join us and be part of this voyage."

ELENCO

COMPANHIA DE DANÇA CONTEMPORÂNEA DE SINTRA (JOANA MESTRE, LUCÍLIA BALEIXO, MARTA MARTINEZ E SARA CALAZANS)
MARIA LUA (LARA AFONSO NA VOZ, CARLOS LOPES NO ACORDEÃO, MANÚ TEIXEIRA NA PERCUSSÃO, RUI SILVA NO CONTRA-BAIXO E TIAGO OLIVEIRA NA GUITARRA).
COREOGRAFIAS: JOANA MESTRE, LUCÍLIA BALEIXO E MARTA MARTINEZ
DIRECÇÃO ARTÍSTICA: LUCÍLIA BALEIXO
DIRECÇÃO MUSICAL: MANÚ TEIXEIRA
DIRECÇÃO DE PRODUÇÃO: AI! A DANÇA ATELIER
DIRECÇÃO DE VÍDEO: NUNO HENRIQUES
ILUMINADOR: PEDRO RUA
SOM: PAULO GOMES
PRODUTOR TÉCNICO: HUGO FRANCO
PRODUÇÃO: SÍLVIA REBELO

CAST

SINTRA CONTEMPORARY DANCE COMPANY
(JOANA MESTRE, LUCÍLIA BALEIXO, MARTA MARTINEZ AND SARA CALAZANS).
MARIA LUA (LARA AFONSO (VOCALIST), CARLOS LOPES (ACCORDION) MANÚ TEIXEIRA. (PERCUSSION), RUI SILVA (DOUBLE BASS) AND TIAGO OLIVEIRA (GUITAR).
CHOREOGRAPHY: JOANA MESTRE, LUCÍLIA BALEIXO AND MARTINEZ.
ARTISTIC DIRECTOR: LUCÍLIA BALEIXO.
MUSICAL DIRECTOR: MANÚ TEIXEIRA.
PRODUCTION DIRECTOR: AI! A DANÇA ATELIER.
VIDEO DIRECTOR: NUNO HENRIQUES.
LIGHTING: PEDRO RUA.
SOUND: PAULO GOMES.
TECHNICAL PRODUCER: HUGO FRANCO.
PRODUCTION: SÍLVIA REBELO.



Um museu que merece todas as visitas

A museum that deserves all its visitors

JOSÉ SARAMAGO DISSE QUE O MUSEU ALBERTO SAMPAIO “MERECE TODAS AS VISITAS, E O VISITANTE FAZ JURA DE CÁ VOLTAR DE TODAS AS VEZES QUE EM GUIMARÃES ESTIVER”. E NÃO APENAS PELO ESPÓLIO QUE O JUSTIFICA, MAS TAMBÉM PELO DINAMISMO E ENVOLVIMENTO COM A COMUNIDADE, QUE É O SEU MAIS PROFUNDO FACTOR DE DIFERENCIAÇÃO.

JOSÉ SARAMAGO ONCE SAID THAT THE ALBERTO SAMPAIO MUSEUM “DESERVED ALL ITS VISITORS AND THAT THE VISITOR RESOLVED TO RETURN EACH TIME THAT HE OR SHE WAS IN GUIMARÃES.” AND THIS IS TRUE NOT JUST PURELY BECAUSE OF ITS GREAT COLLECTION, BUT ALSO BECAUSE IT IS SO DYNAMIC AND GETS INVOLVED WITH THE LOCAL COMMUNITY, ALL OF WHICH SETS IT APART FROM OTHER MUSEUMS LOCALLY.



Horário: Aberto todos os dias, excepto à 2.ª feira, entre as 10 e as 18 horas. Encerra também Domingo de Páscoa, e feriados do Ano Novo, 1.º de Maio e 25 de Dezembro. Gratuito aos Domingos e feriados de manhã. Nos meses de Julho e Agosto, está aberto todos os dias, excepto 2.ª feira, entre as 10 e as 24 horas.

Contactos: Rua Alfredo Guimarães, 4800-407 GUIMARÃES;
Telefone 253 423910 **Fax** 253 423919; **E-mail** masampaio@ipmuseus.pt

Opening Times: Open daily (except Mondays) between 10am and 6pm. Closed Easter Sunday and the New Year break, May 1, Christmas Day. Free on Sundays and Bank Holiday mornings. Open daily July and August except Mondays, between 10am and 12pm.

Contacts: Rua Alfredo Guimaraes, 4800-407 GUIMARAES;
Telephone 253 423910 **Fax** 253 423919;
E-mail masampaio@ipmuseus.pt

Em 1999, o Museu Alberto Sampaio (MAS) registava 14.500 visitas por ano. Este número ascende hoje aos 49 mil, um crescimento que em muito se deve à directora Isabel Maria Fernandes, que faz do envolvimento com a comunidade e as escolas a "pedra-de-toque" deste sucesso.

O MAS abriu ao público em 1931 e ocupa o claustro e as antigas Casas do Cabido e do Priorado da Colegiada de Nossa Senhora da Oliveira, em pleno centro histórico de Guimarães, Património Cultural da Humanidade desde Dezembro de 2001.

Entre as peças do museu destaca-se o loudel, veste militar que D. João I envergou na Batalha de Aljubarrota, em 1385, e o tríptico de prata dourada (representando cenas da vida da Virgem e do Menino) que este rei ofereceu a Nossa Senhora da Oliveira no último quartel do séc. XIV. O museu é também conhecido pela sua colecção de ourivesaria, e pelas colecções de pintura sobre tábuas, de pintura mural e de escultura.

O MAS desenvolve um trabalho específico "à medida" de diversos grupos, dispondo de um "cardápio" que se adapta a todo o tipo de públicos, desde o pré-escolar (crianças dos infantários) – é o museu que mais prémios ganhou a nível nacional no âmbito do concurso "A minha escola adopta um museu" – até aos lares da terceira idade.

O museu tem vindo a restaurar as suas colecções, e lançou para o efeito uma campanha de mecenato – "Uma peça, Um mecenato" – que, logo no seu primeiro repto, angariou cerca de 100 mil euros. A JORDÃO foi um dos mecenatas desta campanha, ao adoptar um tocheiro e dois anjos tocheiros, recuperados dentro deste conceito de mecenato que tem ajudado o museu a conseguir tornar-se um espaço de inclusão, um local de encontro e de partilha com a comunidade. ■

In 1999, the Alberto Sampaio Museum (ASM) clocked up 14,500 visitors a year. Today that number has risen to 49,000, greatly thanks to the hands-on way it has actively become involved with the local community where schools have proved to be the cornerstone of its success. Isabel Maria Fernandes, museum's director, is the head of this great turn-out.

ASM opened to the public in 1931 when it occupied the cloisters of the former Casas do Cabido and the College of Nossa Senhora da Oliveira, right in the heart of historic Guimarães, which has been a World Cultural Heritage Site since December 2001. From amongst the museum's exhibits, the buff-coat stands out - a military armour breastplate that King Joao I donned at the Battle of Aljubarrota in 1385 - and the silver gilt triptych (representing scenes from the life of the Virgin and Child) that this same king offered to Nossa Senhora da Oliveira in the last quarter of the 14th century. The museum is also known for its collection of gold work and for its collection of wood panel paintings, murals and sculpture.

ASM has developed specific projects "through various groups, with a 'menu' that can be adapted to all kinds of public, from pre-school children (kindergarten children) – it is the museum that has walked away with the most awards at national level in the competition 'My School Adopts a Museum' – to retirement homes.

The museum has been restoring its collections, and to that effect launched an arts sponsorship campaign – 'A Piece, A Patron' – which from its very first efforts succeeded in raising around 100,000 Euros. JORDÃO was one of the sponsors of the campaign, in adopting a torch-holder and two angel torch-holders, restored under this patronage of the arts concept which has helped the museum succeed in becoming a place of inclusion and a community meeting point. ■

ISOTECH



Marc Besson (Director Isotech)

A ISOTECH, foi fundada em Junho de 1992, e conta actualmente com um quadro de oito colaboradores. O volume de negócios na actualidade estima-se em cerca de sete milhões de euros, facturação essencialmente obtida pela distribuição de equipamentos de frio no mercado do sector alimentar, nomeadamente restauração, pastelarias e cervejarias.

A parceira com a JORDÃO tem 14 anos de história, sendo a empresa portuguesa o seu principal fornecedor. A ISOTECH justifica o sucesso desta parceria pela oferta diversificada de equipamentos que a JORDÃO dispõe, aliada aos preços competitivos. A estes factores acresce o benefício dos prazos de entrega dos equipamentos. No quadro da actual conjuntura económica mundial, a ISOTECH tem razões para encarar com optimismo o futuro no seu segmento de actuação, muito dependente da economia gerada pelo turismo, que não tem sido particularmente afectado em França neste período. Aliás, a ISOTECH prevê mesmo um importante desenvolvimento nos próximos anos, de que é exemplo o investimento previsto no aumento das suas instalações, que deverá ocorrer no início de 2010. ■

ISOTECH was founded in June 1992 and at the present time has a team of eight staff. Currently its business turnover is estimated at around six million Euros, a business volume essentially obtained through refrigeration equipment distribution for the food sector, namely catering, patisseries and bars.

Its partnership with JORDÃO stretches back 14 years and this Portuguese company is its main supplier. ISOTECH believes that the key to its successful partnership lies in the wide choice of equipment that JORDÃO has available together with its competitive pricing while to these factors can be added swift equipment delivery time.

Within the context of the current difficult world economic situation, ISOTECH has reasons to be optimistic about the future in its business area, highly dependent as it is on tourism which has not been particularly hard hit in France at this time. In fact, ISOTECH actually anticipates an important development in the next few years, in the shape of a planned expansion to its premises that should take place at the start of 2010. ■



LMC – Eurocold

A LMC – Eurocold, nome que a partir de 1986 designa comercialmente a fusão das duas empresas, tem como core business a venda e aluguer de equipamentos de refrigeração. A tônica empresarial é a criação, modificação e personalização dos equipamentos com base na procura. Num momento de contracção do mercado, nomeadamente para satisfazer os clientes com menor poder económico, aposta na reparação de alguns dos seus equipamentos para revenda a um preço inferior.

A redução da factura energética dos equipamentos é outra das preocupações da LMC - Eurocold, que tem apostado no desenvolvimento de equipamentos com uma grande eficiência na refrigeração, mas com menor consumo energético, oferecendo aos seus clientes uma relação custo/benefício superior.

A escolha da JCS como fornecedor, desde 1995, é justificada pela sua gama completa de equipamentos de refrigeração, adaptável em diferentes mercados em termos de tecnologia e design. Aponta ainda a flexibilidade e a personalização dos equipamentos que a JORDÃO oferece, bem como as boas relações comerciais com a empresa portuguesa. ■



LMC – Eurocold is a name which has come to represent the commercial merger of two companies since 1986 and whose core business is the sale and rental of refrigeration equipment. The company speciality is the creation, modification and customisation of equipment on demand. At a time of market recession, so as to particularly please customers with less purchasing power, it has diversified into overhauling some of its equipment to sell on second hand at a lesser cost.

Keeping electricity bills down while running equipment is an additional LMC – Eurocold concern which has invested in developing highly efficient yet energy saving refrigeration equipment, so offering its customers a superior cost/saving ratio.

The choice of JCS as a supplier since 1995 has been justified by the complete range of Jordão refrigeration equipment, which can be adapted to different markets in terms of both technology and design. Another factor weighing in its favour is the flexibility and equipment customisation that JORDÃO offers as well as excellent commercial relations with this Portuguese company. ■



FRIELECTRIC

A FRIELECTRIC é especializada na distribuição de equipamentos de refrigeração, e foi fundada em 1946 pelo Senhor Kernanec, sendo gerida pelo Senhor Hacault, seu filho, desde 1980. Hoje dispõe de um armazém de 3.000 m², que era uma antiga estação ferroviária. Como grossistas de equipamentos na área da refrigeração, têm como segmento alvo pequenas padarias, talhos, restaurantes e supermercados.

A empresa distribui equipamentos da JORDAO COOLING SYSTEMS (JCS) desde 1990, uma sólida parceria ao ponto de a FRIELECTRIC a considerar como o "aliado" adequado para superar a actual conjuntura de mercado. As maiores dificuldades em França estão relacionadas com o estrangulamento financeiro da banca. A seu favor, a empresa francesa aponta uma vez mais a parceria com a JORDÃO, um fabricante fiável e consistente, que apresenta uma relação qualidade/preço muito boa. Entende, contudo, que deverá ter sempre em conta, nos seus processos de desenvolvimento de produtos, a sua adequação ao mercado francês, não só ao nível dos grandes retalhistas.

A FRIELECTRIC não esconde a sua admiração por Emília Dias, Gestora de Clientes, elogiando a sua disponibilidade para facilitar e potenciar a parceria de longa data. ■

FRIELECTRIC, which specializes in the distribution of refrigeration equipment, was founded in 1946 by Mr. Kernanec, and has been run by his son Mr. Hacault since 1980. Today it has a 3,000 m² warehouse which was once an old railway station. As equipment heavyweights in the refrigeration sector, its target business areas are bakers, butchers, restaurants and supermarkets.

The company has distributed JORDAO COOLING SYSTEMS (JCS) equipment since 1990, a solid partnership to the point where FRIELECTRIC is considered an 'ally' fit to overcome the present difficult market circumstances. The greatest difficulties in France are related to the credit crunch currently affecting the banking sector. To its credit, the French company has once again chosen to enter into a partnership with JORDÃO, a reliable and consistent manufacturer which offers an excellent price/quality ratio in the relationship.

It above all understands that it should always factor in the needs and peculiarities of the French market in its product development processes, and not just at the large retailer level.

FRIELECTRIC has never hidden its admiration for Emília Dias, Account Manager, praising her availability and willingness to encourage and strengthen this long-lasting partnership. ■



Christian Hacault (Director Frielectric) e Isidro Lobo



Danfoss

INDÚSTRIA DA DISTRIBUIÇÃO ALIMENTAR INVESTE
EM SISTEMAS DE FRIO MAIS AVANÇADOS... EM
NOME DO AMBIENTE

Até há alguns anos, era o factor preço que dominava no critério de decisão da aquisição de sistemas de refrigeração e congelação pelos distribuidores. Actualmente, este é um critério ultrapassado, em boa parte pela consciência da responsabilidade global que todos os sectores têm, sem excepção, para com o Ambiente. Sendo a energia uma pedra-de-toque nesta matéria, a motivação chegou também ao topo da agenda da Distribuição Alimentar mundial, um negócio de intenso consumo energético. Até as cadeias de distribuição alimentar no Médio Oriente, onde os custos energéticos são insignificantes, estão a pedir soluções mais avançadas e com um desempenho energético óptimo.

Na vanguarda do desenvolvimento de válvulas para aplicações industriais, a Danfoss introduziu no mercado da distribuição alimentar, já em 1988, a válvula de expansão electrónica adaptativa de controlo ADAP-KOOL*, uma solução integral que permite uma economia de 25% de energia com um retorno a 1,8 anos. Como pioneiros da eficiência energética em refrigeração, a Danfoss tem hoje o seu corolário na Nova Geração do sistema ADAP-KOOL*.

Descubra as soluções inovadoras concebidas para responder às necessidades actuais da Indústria da Distribuição Alimentar. ■

DANFOSS FOODSTUFF DISTRIBUTION INDUSTRY
INVESTS IN THE LATEST AND MOST ADVANCED REFRIGERATION SYSTEMS.....ALL FOR THE ENVIRONMENT.

Until a few years ago, pricing was the dominating factor for distributors in decision-making when it came to purchasing refrigeration and freezing systems. Today this criterion has been overtaken to a greater extent by the global responsibility and consciousness that all sectors have, without exception, for the environment. Since energy is a cornerstone in this respect, motivation is also at the top of the world's Food Distribution agenda, a business which is intensely energy consuming. Even food distribution chains in the Middle East, where energy costs are insignificant, are demanding the most advanced solutions and ones with optimal energy performance.

In the vanguard of valve development for industrial applications, Danfoss had already introduced by 1988 onto the food distribution market its electronic expansion valve system controller ADAP-KOOL*, an integral solution that allows for a 25 per cent energy saving with a 1.8 year return. As pioneers in refrigeration energy efficiency, Danfoss has today its contemporary correlations in the New Generation ADAP-KOOL* system.

Discover its innovative solutions designed to respond to the current needs of the Food Distribution Industry ■



As duas gerações do Departamento Administrativo e Financeiro da Jordão

Two generations in Jordão's Administration and Finance Department

Armando Peixoto, 62 anos, Director Administrativo/Financeiro e de Recursos Humanos

Natural de Guimarães, está desde a primeira hora na JORDÃO, ou seja, desde a sua fundação, há 27 anos. Foi entre 1982 e 1986 que viveu os maiores desafios profissionais, por corresponder ao período de consolidação da empresa que coincidiu com uma conjuntura económica conturbada, a par de uma concorrência desenfreada que colocou em causa a consolidação da empresa.

Dias particularmente difíceis viveu com os seus colegas, após o falecimento do sócio-fundador, Sr. José Júlio Jordão, em 2006, "que por muitos colaboradores era considerado o melhor patrão do mundo, uma pessoa que todos admiramos, um amigo, um exemplo".

Considera que uma das principais vantagens competitivas da Jordão "são as pessoas, e a capacidade da Administração saber equilibrar todas variáveis da gestão de uma empresa do segmento". A disponibilidade da Direcção-Geral para ouvir, aconselhar, ajudar e conceder algumas regalias, para além das de lei, reforçam este carácter, remetendo para actividades como a Pesca, a BTT, ou o Magusto exemplos de estímulo à dinâmica de equipa. ■

José Pinheiro, Economista, 33 anos, responsável pela Contabilidade

Há um ano e meio na JORDÃO, numa altura em que a actual conjuntura económica coloca desafios muito agudos, a gestão de crédito dos clientes durante o último semestre deste ano foi o repto mais difícil que José Pinheiro enfrentou na empresa.

O orgulho de pertencer à "José Júlio Jordão", justifica-se por ser "uma empresa que alia a excelência dos produtos e serviços a uma equipa de profissionais altamente qualificados e motivados, que trabalham, em unísono, para a concretização da missão". E crê que é precisamente "a identificação dos colaboradores com a missão empresarial que faz com que a Jordão seja diferente e procure ultrapassar-se a si própria". José Pinheiro refere haver "um sentido de pertença a um projecto empresarial verdadeiramente genuíno, que vê no sucesso o resultado natural do profissionalismo com que enfrenta os desafios do presente". ■

Armando Peixoto, 62, Administrative/Financial Director and Head of Human Resources

A native of Guimarães, he has been with JORDÃO since the very beginning when the company was founded 27 years ago. He experienced his greatest professional challenges between 1982 and 1986 when the company underwent market establishment which coincided with a rough set of economic circumstances coupled with frenzied competition that put at risk that consolidation.

He and his colleagues experienced particularly difficult times after the death of founder-partner Mr. José Júlio Jordão in 2006, who was considered by many members of staff the "best boss in the world and a person that we all admired and a friend and an example to all."

He believes that one of Jordão's main competitive advantages "is its staff, and Management's ability to know how to balance all the variable management factors of a company in this area."

The Board of Director's willingness to listen, give advice, lend a hand, and concede some privileges, beyond what the law requires, reinforces this characteristic, which encompass activities such as Fishing, BTT all-terrain biking, and St. Martin's Day 'Magusto' roasted chestnut parties, which are all examples of activities aimed at instilling team bonding and staff dynamism. ■

José Pinheiro, Economist, 33 years, responsible for Accounts

Having been at JORDÃO for 18 months, at a time when the current economic outlook has thrown up intensely difficult challenges, the management of customer credit accounts over the last half of this year was the most difficult hurdle that José Pinheiro has had to face at the company.

His pride in belonging to 'José Júlio Jordão' has been justified in that it is "a firm that joins product excellence and services to a team of highly qualified and motivated professionals, that work in unison to fulfil their mission." And he believes that it is precisely "it is the staff ability to identify with the company mission that makes Jordão different in that it is constantly trying to surpass its own efforts." José Pinheiro says that there is a "sense of belonging to a truly genuine company project, one where its success can be seen as a natural consequence of that professionalism by which its faces present challenges." ■



Armando Peixoto e José Pinheiro,
o diálogo entre duas gerações



Armando Peixoto and José Pinheiro,
a dialog between two generations



Encontro Anual JCS reúne parceiros

JCS Annual Meeting unites dozens of partners

Cerca de 70 empresas nacionais estiveram representadas na reunião anual da JORDÃO, que decorreu este ano no Centro de Eventos Plaza Ribeiro Telles, em Vila Franca de Xira, no passado dia 28 de Maio. Sob o *claim* "Parceiros para a vida", o encontro juntou mais de 150 pessoas com o objectivo de fortalecer laços e fomentar a camaradagem entre os parceiros, muitos deles concorrentes, ali unidos sob o "espírito JORDÃO", conforme resumi o Director-Geral, Isidro Lobo. Num workshop apenas interrompido por um descontraído almoço, a empresa fez uma ronda sobre todas as suas áreas de actuação, aproveitando a oportunidade para focar as particularidades das novas propostas da empresa para o mercado.

No final, Isidro Lobo, convidou todos os presentes a juntarem-se à JORDÃO na HOST, feira internacional dedicada ao canal Horeca, a decorrer em Milão entre 23 e 27 de Outubro próximos, e onde serão apresentadas novidades importantes para as linhas Europa e Balcões. ■



Around 70 national companies were represented at the annual JORDÃO meeting that this year took place at the Ribeiro Telles Plaza Events Centre in Vila Franca de Xira on May 28th. Under the claim 'Partners for Life' the meeting brought together more than 150 people with the aim of strengthening ties and encouraging camaraderie between partners, many of them competitors, all united in the 'JORDÃO Spirit' as Director-General, Isidro Lobo, summed up. In a workshop that was only interrupted by a relaxed lunch, the company gave an overview of all its activity areas, taking the opportunity to focus on the new products. Finally Isidro Lobo invited all present to join up with JORDÃO at HOST, the international trade fair dedicated to the Horeca Hospitality Trade Channel which takes place in Milan between October 23 and 27 this year and where the latest news for Europa and Balcões range will be presented. ■

JORDÃO na lista das melhores empresas

JORDÃO on the 'Best Place to Work' list

Na galeria de excelência das 10 melhores PME para trabalhar, a JORDÃO alcançou a 6.ª posição do ranking. O estudo, realizado anualmente pela Heidrick & Struggles (Consultora Internacional em Gestão de Talentos) e pela revista Exame, mede a satisfação dos colaboradores e as práticas de gestão de recursos humanos. Com o título "Alicerces para o futuro", o texto da Exame destaca a nova estratégia de produção, que passa pela flexibilização e adaptação dos funcionários às necessidades de mercado. Para o Director-Geral da empresa vimaranense, Isidro Lobo, esta distinção "é um prémio para todos, que dão o melhor

In the 10 'Best Company to Work' hall of honour, JORDÃO came in 6th place in the ranking. The study - annually carried out by Heidrick & Struggles (International consultancy in Talent Management) in conjunction with 'Exame' magazine - measures staff satisfaction and human resource management practices. Under the headline 'Foundations for the Future' the 'Exame' article highlights new production strategy which encompasses staff flexibility and adaptation to market requirements. For the Director-General of the Guimarães-based company, Isidro Lobo, this distinction "is an award for



Ferreira do Amaral - Presidente do Júri
Ferreira do Amaral - President of the Jury



Piedade Pereira - Directora da Escola de Comércio de Lisboa, um dos dois Promotores do Prémio
Piedade Pereira - Director of the Lisbon School of Commerce, one of two Sponsors of the Awards

1.ª Gala Prémio Mercúrio premeia os melhores do comércio

1st Mercury Awards Gala honours the best in the business

A 1.ª Gala do Prémio Mercúrio realizou-se no dia 21 de Maio de 2009 no Centro de Eventos Plaza Ribeiro Telles. A iniciativa da CCP - Confederação de Comércio e Serviços de Portugal e da ECL - Escola de Comércio de Lisboa, visa dignificar as profissões de comércio e serviços e premiar o que de melhor se faz neste sector em Portugal. Para o efeito, houve uma pré-selecção de empresas e personalidades, divididas por nove categorias, que premiaram, entre outros, Comércio Alimentar (de sublinhar que das cinco lojas da short list desta categoria, quatro são equipadas pela JORDÃO), que destacou o Apolónia Supermercados, em Albufeira, Comércio não Alimentar, que distinguiu as Lojas das Quasi, em Vila Nova de Famalicão. O Prémio Prestígio foi atribuído a Salvador Caetano, pelo contributo na alavancagem da indústria automóvel a nível nacional. ■

The 1st Mercury Awards Gala took place on May 21, 2009 at the Ribeiro Telles Plaza Events Centre. The CCP (Portuguese Commerce and Services Confederation) and ECL (Lisbon School of Commerce) initiative, aims to raise the stature of the commercial and service professions and recognize the best entities in this sector in Portugal. To this effect, companies and personalities were pre-selected and divided into nine categories which handed out awards to, among others, those in the Foodstuff Business (highlighting five shops on the shortlist in this category, four of which are supplied with JORDÃO equipment), including Apolónia Supermarkets, in Albufeira and Non-Foodstuff Commerce, highlighting the Quasi shops, in Vila Nova de Famalicão. The Prestige Award was awarded to Salvador Caetano, for its contribution to gear box systems for the motor industry at a national level. ■

para trabalhar



do esforço para ajudarem a JORDÃO a conseguir atingir os seus objectivos.”

No Top 30 do ranking da Great Place to Work 2009, lista anual organizada por uma empresa privada, que teve mais de 90 mil candidaturas espontâneas, a JORDÃO ocupa honrosamente a 30.ª posição, ombreando com gigantes multinacionais, como a Microsoft, que lidera a lista. Mais um motivo de “imenso orgulho” para Isidro Lobo, que partilhou também esta notícia, com os parceiros JORDÃO durante o encontro anual. ■

all who gave their very best efforts in helping JORDÃO to succeed in reaching its objectives.”

Within the Top 30 ranking of 'Great Place to Work 2009', an annual ranking organized by a private company, which received more than 90,000 spontaneous candidate applications, JORDÃO came in honorary 30th place, on a par with gigantic multinationals such as Microsoft, which topped the list. Yet another reason for Isidro Lobo to be 'immensely proud', who also shared this good news with JORDÃO partners during its annual meeting. ■

Descobrir o coração de Portugal

Discover the heart of Portugal



DESCOBRIR A REGIÃO CENTRO DO PAÍS ATRAVÉS DA REDE DAS ALDEIAS DO XISTO É A PROPOSTA QUE LHE FAZEMOS NESTA EDIÇÃO. A REDE, COMPOSTA POR 24 ALDEIAS, ABRANGE UMA DIVERSIDADE DE OPÇÕES DE TURISMO POR UMA ÁREA QUE CONSTITUI UM PATRIMÓNIO NATURAL ÚNICO. PELA SUA VASTIDÃO, PROPOMOS UMA ROTA PELA PORTA DE COIMBRA, QUE ABRANGE 11 DAS ALDEIAS.

Benfeita, Barroca, Janeiro de Cima, Janeiro de Baixo, Álvaro, Pedrógao Pequeno, Pena, Aigra Velha, Aigra Nova, Comareira e Fajão constituem o conjunto das 11 Aldeias do Xisto que pode conhecer na área proposta, embora tenha também a possibilidade de descobrir zonas deslumbrantes da região, nomeadamente. Eis alguns dos pontos turísticos a não perder:

DISCOVERING THE CENTRAL REGION OF THE COUNTRY THROUGH ITS NETWORK OF SLATE VILLAGES IS OUR TOP TIP FOR THIS ISSUE. THE BRACELET OF VILLAGES IS MADE UP OF 24 COMMUNITIES, EMBRACING A MYRIAD DIVERSITY OF THINGS TO DO FOR THE TOURIST WITHIN AN AREA OF OUTSTANDING NATURAL BEAUTY AND A NATIONAL HERITAGE PROTECTED SITE. SINCE IT IS SO VAST WE SUGGEST A TAKING A TOUR AROUND THE GATEWAY TO COIMBRA WHICH TAKES IN 11 OF THESE VILLAGES.

Benfeita, Barroca, Janeiro de Cima, Janeiro de Baixo, Álvaro, Pedrógao Pequeno, Pena, Aigra Velha, Aigra Nova, Comareira and Fajão make up this collection of 11 slate villages that one can discover in this suggested area, although you will also have the chance to discover other stunning areas in the region. Here are just some of the points of local interest not to be missed. Namely:

Barragem de Sta. Luzia

Zona paisagística deslumbrante do concelho de Pampilhosa da Serra, que permite prática de canoagem, passeios pedestres, ou simplesmente banhos na piscina flutuante.

Serra da Gardunha e Caminho das Cerejas

Situa-se na Beira Baixa, no maciço de Entre Douro e Tejo, entre os rios Pônsul e Zêzere.

Barragem e Albufeira do Cabril

Nos meandros do Zêzere, no extremo da província da Beira Baixa, rodeada por florestas riquíssimas e altos penedos recortados por linhas de água e vegetação luxuriante.

Fraga da Pena

É uma imponente queda de água, equipada com zona de recreio e lazer.

Aldeias Históricas

Linhares, Trancoso, Castelo Rodrigo, Almeida, Castelo Mendo, Sortelha, Belmonte, Monsanto, Idanha-a-Velha, Castelo Novo e Piódão.

Maternidade das Árvores e Rota das Tradições do Xisto

A Loja Aldeias do Xisto de Aigra Nova é o ponto de partida para um percurso onde poderá conhecer o Museu das Aldeias, a Maternidade das Árvores, o Núcleo de Educação Ambiental ou a Casa de Campo da Comareira.

Como entrar pela porta de Coimbra?

Entrando por Coimbra dirija-se a Arganil. Siga para Côja pelo vale do Rio Alva. Em Côja vire à direita pela rua empedrada em direcção à Benfeita. Continue passando pelos Pardieiros em direcção à Mata da Margarça. Suba a Montes Frios e tome a estrada panorâmica até à



Sta. Luzia Dam

An area with stunning scenery within the Pampilhosa da Serra district where one can practise canoeing, hiking, or simply go swimming in the floating pool.

Serra da Gardunha and Caminho das Cerejas

Located in the Beira Baixa, in the uplands between the Douro and Tejo, between the Pônsul and Zêzere rivers.

Albufeira do Cabril Dam

Around the snaking Zêzere, at the far end of the Beira Baixa province, surrounded by lush forests and high rocky outcrops intersected by gushing streams and verdant vegetation.

Fraga da Pena

This is an impressive waterfall around which has developed a recreation and leisure area.

Historic Villages

Linhares, Trancoso, Castelo Rodrigo, Almeida, Castelo Mendo, Sortelha, Belmonte, Monsanto, Idanha-a-Velha, Castelo Novo and Piódão.

Tree Nursery and Slate Village Traditions Route

The Aigra Novo Slate Villages is the departure point for a trail where one can discover the Villages Museum, the Tree Nursery, the Environmental Education Centre and the Comareira Countryside Cottage.

How does one access the Coimbra Gateway?

You can discover the Slate Villages from Coimbra and then by heading for Arganil, Follow the road in the direction of Côja via Rio Alva River valley. At Côja make a right turn onto the cobble-stone road in the direction of Benfeita. Continue straight on past the Pardieiros in the



continua 

Aldeia Histórica de Piódão. Saia por Chãs de Égua e siga de modo a apanhar a EN 230 que contorna e serve de limite ao Parque Natural da Serra da Estrela. Após passar Teixeira vire à direita para Sobral de S.Miguel. Continue até entroncar na N238 na qual segue à esquerda até à Aldeia do Xisto da Barroca. Continue em frente nesta estrada até sair à direita para Janeiro de Cima. Daqui siga ao longo do Rio Zêzere até Janeiro do Baixo. Volte um pouco atrás e regresse à N238 até à rotunda do Orvalho. Aqui desça à direita até à ponte de Cambas. Antes da ponte saia à esquerda e siga pela margem esquerda do rio. Após nova ponte surge uma subida íngreme em cotovelo à esquerda. No topo regressa novamente à N238 e aproxima-se de Oleiros. Deixe esta estrada para seguir à direita até Álvaro. Volte um pouco atrás e no topo da subida tome a estrada panorâmica N350 em direcção a Pedrógão Pequeno. Desça até à barragem do Cabril e em breve estará em Pedrógão Grande. Rume a norte pela EN2. Lá no alto siga à esquerda e inicie a descida. A meio, na localidade de Esporão, corte à esquerda para a Aldeia do Xisto da Pena. A partir daqui a estrada segue em terra batida para Aigra Velha.

Se preferir continuar no alcatrão volte atrás e desça pela EN2 até à rotunda que liga com a EN342 (estrada que liga Góis à Lousã) e que dá acesso às aldeias de Comareira e Aigra Nova. Volte à rotunda e desça a Góis pela EN2 ou por Alvé (atalho) e, após passar a ponte sobre o rio Ceira e o centro da vila, suba o vale deste rio passando pela Cabreira. Antes do Colmeal vire à direita para o Fajão. Desça à Ponte de Fajão e siga por Teixeira e Folques novamente para a Benfeita. ■

Mais informações (mapas, percursos, aldeias) em www.aldeiasdoxisto.pt



direction of Mata da Margarça. Head up to the Montes Frios hills and take the panoramic road until you reach the Historic Village of Piódão. Exit at Chãs de Égua and follow the road round until you get onto the EN 230 which skirts around the outer limits of Serra da Estrela Natural Park. After passing Teixeira turn to the right for Sobral de S.Miguel. Continue straight on until you meet the N238 junction at which you follow the road to the left until you reach the Barroca Slate Village (Aldeia do Xisto da Barroca). Continue straight ahead on this road and exit to the right for Janeiro de Cima. From here follow the River Zêzere until you reach Janeiro do Baixo. Go back on yourself and return to the N238 until you reach the Orvalho roundabout and from here go down to the right until you reach Cambas Bridge. Before the bridge exit to the left and follow the left bank of the river and after the new bridge you'll encounter a sudden steep bend to the left. Once you've reached the top return back again to the N238 and head for Oleiros. Exit the road and follow on to the right in the direction of Álvaro. Go back a bit and at the top of the hill take the panoramic N350 road in the direction of Pedrógão Pequeno. Take the road down until the Cabril dam and shortly you will reach Pedrógão Grande. Head in a northerly direction on the EN2 and when you reach the heights bear left and begin your descent. At the halfway point, at Esporão, turn left for the village of Xisto da Pena. From there an untarmaced road takes you on to Aigra Velha. If you'd prefer to drive on tarmac then go back and descend via the EN2 until you reach the roundabout that hooks up with the EN342 (the road that links Góis to Lousã) which leads to the villages of Comareira and Aigra Nova. Go round the roundabout and take the road down to Góis via the EN2 or via Alvé and then you'll drive over the River Ceira Bridge and through the town centre, climb the river valley via Cabreira. Before Colmeal turn to the right for Fajão and then cross the Fajão Bridge and follow the road for Teixeira e Folques and on to Benfeita once again. ■

More information (maps, routes and villages) is available at www.aldeiasdoxisto.pt



Mediação de Seguros, Lda.

..... CONTE CONNOSCO, PORQUE NÓS CONTAMOS CONSIGO



Agente Principal



Rua Camilo Castelo Branco, 97 -4810-435 GUIMARÃES
Tel: 253.557.291 – Fax: 253.557.292 – Tlm: 917.576.311
E-mail: geral@alseguros.com – Site: www.alseguros.com

PORQUE SOMOS TRANSPARENTES



 **HALCON**
— VIAGENS —