

RITA NABEIRO ENTREVISTA SALVADOR MENDES DE ALMEIDA 10 SEGREDOS DA HERDADE DOS ADAENS

N.12 GRATUITA

D DE DELTA

JUL-SET 2023 TRIM.

FIN DE SEMANA NA RIA FORMOSA AS STARTUPS DA DELTA VENTURES OS GROUS DE CAMPO MAIOR



DELTA



PLANETA DELTA

A INTERNACIONALIZAÇÃO DE UMA MARCA PORTUGUESA

ADEGA
MAYOR

ABRE OS SENTIDOS

ADEGA MAYOR MAESTRO ENCRUZADO
UM VINHO MONOCASTA
QUE ABRE OS SENTIDOS
À MELODIA



in f @ y adegamayor.pt

Seja responsável, beba com moderação.

D DE DELTA

DIRETORA
RITA NABEIRO

COORDENADORA
ANA PINTO VON GILSA

EDITOR EXECUTIVO
MARKUS ALMEIDA

DIRETOR DE ARTE
LUÍS ALEXANDRE

REDATORA
MARIANA ABREU GARCIA

TEXTOS
CATARINA BAGUINHO
MARIA JOÃO CAETANO
MARIANA ABREU GARCIA
MARKUS ALMEIDA

ILUSTRAÇÃO DE CAPA
JOÃO FAZENDA

FOTOGRAFIA
ANDRÉ FERREIRA
DIANA TINOCO
ENRIC-VIVES RUBIO
GONÇALO F. SANTOS
MARIANA ALVAREZ CORTES
MANUEL MANSO

ILUSTRAÇÃO
JOÃO FAZENDA
MARTA TEIVES

REVISÃO
CATARINA SACRAMENTO

SEDE DA REDAÇÃO E DO EDITOR
CINCO UM ZERO
RUA JOÃO SARAIVA, 7
1700-248 LISBOA
WWW.510.PT

REGISTO NA ERC
124488/04

TIRAGEM
15 000 EXEMPLARES

IMPRESSÃO
NORPRINT - A CASA DO LIVRO
RUA DAS ARTES GRÁFICAS, 209
4780-739 SANTO TIRSO

GRUPO NABEIRO -
DELTA CAFÉS

PRESIDENTE DO CONSELHO
DE ADMINISTRAÇÃO
JOÃO MANUEL NABEIRO

CEO
RUI MIGUEL NABEIRO
DDD@GRUPONABEIRO.COM
WWW.DELTACAFES.PT



A REVISTA DDD É PRODUZIDA PELA
CINCO UM ZERO PARA A DELTA

E É PROPRIEDADE DA
NABEIROGEST - SOCIEDADE
GESTORA DE PARTICIPAÇÕES, SA.
NIPC: 503770850

AVENIDA CALOUSTE GULBENKIAN, 15
7370-025 CAMPO MAIOR

ESTATUTO EDITORIAL EM
WWW.DDDELTA.COM

EDITORIAL

DO TAMANHO DO MUNDO



A DELTA CAFÉS é a concretização de um sonho maior do meu avô, Rui Nabeiro. E o sonho deixou um legado que não se limita a Campo Maior, não se confina ao Alentejo, nem sequer cabe nas fronteiras de Portugal - o universo Delta é hoje do tamanho do mundo.

É um universo em constante expansão, à imagem do mundo que não parou de crescer desde a fundação da empresa, em 1961. E continuou a crescer em 1986, quando abrimos o primeiro departamento comercial fora de Portugal, não longe de casa, em Badajoz. Engrandeceu mais um pouco em 1998, com a chegada a Angola e a inauguração da que é, ainda hoje, a única fábrica de torra e embalagem de café da Delta no estrangeiro. Continuou em 2012, com a entrada no Brasil, e não mais parou de se expandir.

Hoje, o Grupo Nabeiro, liderado pelo meu irmão, Rui Miguel, está presente nos cinco continentes e em mais de 40 países. Nuns com departamentos comerciais locais e operações diretas, noutros com distribuidores. Dos 460 milhões de euros faturados em 2022, cerca de 30% vêm da área internacional. Aqui vão mais alguns números: há 620 pessoas a trabalhar fora de Portugal, todos os dias, com a missão de levar o sabor inigualável de um café Delta ao resto do planeta.

A revista que tem em mãos conta a história da internacionalização de uma empresa nascida num pequeno armazém em Campo Maior, honrando o legado do meu avô e a marca que deixou no mundo, a Delta.

Boas leituras e bons mergulhos. Voltamos em setembro.

RITA NABEIRO

DIRETORA



D DE DELTA

D D D

N.12

8

DELTA NO MUNDO

6

DENTRO DA DELTA

UM OBJETO

24

DEPARTAMENTO

INTERNACIONAL

26

SACAS DE CAFÉ

34

ENTREVISTA

SALVADOR

44

CAFÉ COM HISTÓRIA

GOLDEN GATE, FUNCHAL

46

QUIOSQUES DE REFRESCOS

52

ALIANÇA INTERNACIONAL

DO CAFÉ

54

10 SEGREDOS DA
HERDADE DOS ADAENS



62

DENTRO DA DELTA

UMA PESSOA

64

CERÂMICAS

68

GROUS

74

DENTRO DA DELTA

UMA HISTÓRIA

76

DELTA VENTURES

81

FIM DE SEMANA GRANDE

RIA FORMOSA

90

PLANETA DELTA

BRUXELAS

O PRAZER DO CAFÉ
ESTÁ NO RITUAL
AGORA TAMBÉM EM GRÃO

LOTE RITUAL • EM GRÃO • LOTE RITUAL
NOVO
LOTE RITUAL • EM GRÃO • LOTE RITUAL



DELTA
CAFÉS

13

LOTE
RITUAL

Café Torrado Em Grão
Café De Torreste Natural Em Grano
Roasted Coffee Beans
Café Torreste En Grain

GRÃO

500g e

DELTA

UM CARIMBO DE QUALIDADE

O QUÊ
O PRIMEIRO
CARIMBO

QUANDO
1980

O QUÊ
CONSULADO DE
ESPANHA EM ELVAS

A DELTA Cafés foi fundada em 1961. Quando atingiu a maioria, em 1979, deu origem à Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda., uma nova empresa que surgia com a função de comercializar os cafés Delta em todo o país, do continente às ilhas, permitindo a cobertura efetiva de todo o território nacional.

A nova empresa vinha consolidar uma estratégia de expansão do grupo empresarial que passou, ainda durante a década de 1970, por uma aposta na diversificação. Ainda hoje, a Manuel Rui Azinhais Nabeiro, Lda. é a empresa responsável pela distribuição de todas as marcas do Grupo.

A novidade fez-se acompanhar de um objeto que tem tanto de simples como de marcante: um carimbo. A ideia de implementar a ferramenta no dia a dia da empresa foi de Rui Nabeiro, o estreado do carimbo original. O objetivo era, por um lado, otimizar processos, com as informações da empresa carimbadas num só gesto em quaisquer faturas ou documentos, validando-os de imediato como oficiais. E, por outro lado - um mais visionário, tão característico do senhor Comendador -, transmitir solidez a uma marca que continuava em construção.

Fixado a uma placa de metal com uma pequena pega e acompanhado de uma caixinha também ela em metal, o primeiro carimbo utilizado por Rui Nabeiro está atualmente guardado numa das salas do Consulado de Espanha em Elvas, que, apesar do nome, fica em Campo Maior. Muitos dos que a este se seguiram são usados ainda hoje.



TEXTO MARIANA ABREU GARCIA | FOTOGRAFIA DIANA TINOCO



DEPOIS DE TORRADO E EMBALADO EM CAMPO MAIOR, O CAFÉ DELTA SEGUE PARA MAIS DE 40 PAÍSES. É VENDIDO EM LOJAS E SUPERMERCADOS – EM GRÃO, MOÍDO OU EM CÁPSULAS. BEBE-SE EM CAFÉS, RESTAURANTES E HOTÉIS – E PEDE-SE EM INGLÊS, FRANCÊS, ALEMÃO, ESPANHOL, COREANO OU ÁRABE. COM A DELTA Q A ABRIR CAMINHO, A FAMÍLIA NABEIRO CONSTRUIU UM IMPÉRIO QUE VAI ATÉ À CHINA.

A A DELTA DELTA NO NO MUNDO MUNDO A A DELTA DELTA NO NO MUNDO MUNDO

TEXTO
MARKUS ALMEIDA

ILUSTRAÇÃO
JOÃO FAZENDA

OS 92 212 KM² de Portugal cedo se revelaram curtos para a ambição do fundador da Delta. Mostrar a qualidade do café Delta ao mundo era a missão de Rui Nabeiro. O sonho? Fazer da empresa que fundou num pequeno armazém em Campo Maior, em 1961, uma das maiores do mundo no negócio do café.

“Na verdade”, diz o CEO do Grupo, Rui Miguel Nabeiro, “a Delta começa com a internacionalização. É o contrabando do café que dá origem ao negócio do meu avô e da família. O café Camelo, ainda antes de haver Delta, era uma marca que se levava para Espanha por via do contrabando, durante a guerra civil espanhola.”

A expansão internacional da Delta aconteceu de duas maneiras: primeiro muito devagar, e depois subitamente. Só em 1986 é que a Delta abre o primeiro departamento comercial fora de portas - mas não longe de casa, já que a escolha recaiu em Badajoz, a meia hora de carro de Campo Maior.

Hoje, o Grupo Nabeiro tem também operações diretas em França, Suíça, Luxemburgo, Angola, Brasil e China, além de Espanha. Todas são operações comerciais, com exceção de Angola, onde o Grupo tem uma unidade fabril que serve sobretudo o consumo direto, através da marca Ginga, em cápsulas, grão e moído. Há ainda mais 35 países, em cinco continentes, onde o café de Campo Maior chega através de distribuidores, parceiros e agentes.

“No total, devemos ser 650 pessoas a trabalhar na área internacional, das quais 620 estão no estrangeiro”, diz o diretor dos mercados internacionais do Grupo Nabeiro, Alberto Pinto, em entrevista em Lisboa, onde

ESPAÑHA

as restantes 26 pessoas (das 650) se encontram - há quatro colaboradores na Novadelta, em Campo Maior.

Só em Espanha são 330 colaboradores, distribuídos por 16 delegações, lideradas por Pedro Cordeiro. “É a nossa maior operação fora de Portugal. Devemos ter uma quota de mercado que anda à volta dos 4 ou 5%, com uma presença mais forte na Extremadura e na Andaluzia, por onde a expansão começou. De forma direta, estamos em Espanha há 37 anos, mas a ligação vem desde o primeiro dia, mais não fosse pela localização da Delta na zona da Raia, encostada à fronteira.”

De uma faturação global de 460 milhões de euros em 2022, 30% do negócio vem da área internacional, e, dessa parte, 40% dizem respeito ao mercado espanhol. “Para a sustentabilidade económica e financeira da Delta é importante não estarmos dependentes do mercado português”, admite Rui Miguel Nabeiro. “Há 20 anos, quando entrei, a Delta era 90% Portugal e, destes, 80% eram só canal Horeca [conjunto dos hotéis, restaurantes e cafés]. Se não tivéssemos feito o movimento de crescer em cápsulas e no mercado do retalho e crescer nos mercados internacionais, este período da pandemia teria sido catastrófico. Teríamos visto 90% do negócio desaparecer, o que não aconteceu.”

O objetivo, agora, é incrementar o negócio das cápsulas Delta Q e abrir lojas The Coffee House Experience em terra de *nuestros hermanos*. “Temos quatro lojas em Portugal e vamos entrar em Espanha e França. A nossa ideia é vender um produto diferente, de grande qualidade, mas também oferecer experiências à volta do café.”

ES
E
ES
ES
ES
E
ES
ES



EM 1975, o país era o quarto maior produtor de café no mundo, produzindo 200 mil toneladas anuais. “Angola chegou a ser a maior fonte de café verde da Delta. O Sr. Nabeiro foi lá imensas vezes. Foi onde tudo começou”, lembra Alberto Pinto. A viagem mais célebre, fruto de um rasgo de audácia, aconteceu a 10 de novembro de 1975, véspera da independência.

Ciente de como o mercado nacional estava dependente da produção angolana, e antevedendo importantes mudanças políticas no país, Rui Nabeiro partia para Angola quando a maioria dos portugueses fazia o percurso inverso. A viagem foi um triunfo: Nabeiro assegurou dezenas de milhares de sacas de café. No rescaldo da independência, enquanto a concorrência sofria para ter acesso à cobiçada matéria-prima, a Delta tinha os armazéns cheios.

“A ligação ao café de Angola é histórica e mantém-se”, diz Alberto Pinto, “daí que a Delta tenha procurado regressar mal pôde arrancar com o negócio, o que aconteceu há 25 anos”. Rui Miguel Nabeiro explica que esse regresso nasceu de um convite do governo angolano. “O meu pai [João Manuel Nabeiro] foi a Angola ver fábricas, porque eles queriam recuperar a indústria do café. Acabámos por fazer um acordo de recuperação da Liangol, uma fábrica de cafés liofilizados, e constituímos a Angonabeiro.”

Assim se reabilitou e modernizou uma fábrica que estava desativada desde 1984, e que em 2001 começou a produzir café Ginga, uma marca própria, 100% angolana, que tem como

ANGOLA

símbolo uma das figuras mais emblemáticas da história do país. “O café Ginga foi criado por nós. É a nossa marca de referência em Angola, que também vendemos em Portugal em cápsulas e em grão”, conta Rui Miguel Nabeiro.

Mas a Delta assegurava apenas a gestão da fábrica. Só em 2015 é que a fábrica passou definitivamente para as mãos da empresa de Campo Maior, tornando-se a única da Delta fora de Portugal.

Hoje, a Angonabeiro produz café da marca Ginga em grão, moído e também em cápsulas. “São cápsulas para o sistema Delta Q, como é evidente”, diz Alberto Pinto. Ao passo que o café torrado e embalado na fábrica de Campo Maior tem como destino o resto do mundo, o café da fábrica angolana é sobretudo de consumo interno, mas não só.

Também se bebe café Ginga em Portugal, França, Suíça e em mais alguns países africanos.

Em recursos humanos, Angola - que integra, juntamente com o Brasil, a Direção Geral Regional liderada por José Carlos Beato - é a segunda maior operação da Delta fora de Portugal, com perto de 115 colaboradores. A terceira, acrescenta-se, é a francesa, com cerca de 70 pessoas.

“Tem sido um negócio rentável nos últimos anos. Tem uma dificuldade, como tem também o Brasil, que é a questão cambial. Se a moeda está favorável, somos beneficiados. Se cai a pique, reflete-se logo nos resultados”, considera o CEO. “Faz parte do negócio.”



A EXPANSÃO da Delta prossegue focada em países onde a comunidade emigrante portuguesa tem forte expressão. E sempre com operações diretas - ou seja, abrindo empresas. É o caso da Novadelta França, sediada em Paris e com delegações em Orleães, Lyon, Bordéus, Pegomas e Nantes. Seguiu-se o Luxemburgo, onde a Novadelta local foi formada em 2011 com o objetivo de comercializar toda a gama de produtos agroalimentares - não só no grão-ducado, mas também na Bélgica e Holanda.

Conquistadas as comunidades portuguesas na Europa, o Grupo Nabeiro rumo a São Paulo, onde constitui, em 2012, a Delta Foods. O grupo já tinha cruzado o Atlântico em 2004, mas de forma indireta, isto é, em parceria com outra empresa, a Eurobrasil, que colocou o café torrado e embalado de Campo Maior em mais de 60 cafetarias brasileiras localizadas, sobretudo, em centros comerciais, aeroportos e outras zonas com tráfego elevado. Oito anos volvidos, já depois das entradas diretas em França e no Luxemburgo, surge o reforço da presença em terras de Vera Cruz.

“Surgiu a oportunidade de vender cápsulas Delta Q para o grupo Pão de Açúcar, mas o grupo disse que não compraria diretamente a Portugal, por isso tivemos de constituir uma empresa local para iniciar o negócio no Brasil com o grupo Pão de Açúcar”, recorda Rui Miguel Nabeiro. “Depois apareceu a oportunidade de entrar

BRASIL

no capital da distribuidora Q Brasil, que é hoje a empresa que temos no estado de Espírito Santo [a norte do Rio de Janeiro].”

“A performance é completamente distinta nos países onde estamos diretamente”, diz Alberto Pinto. “Por norma, os portugueses estão bem integrados na comunidade, o que também ajuda a divulgar a marca. Além de estarmos em São Paulo e em Vitória, capital de Espírito Santo, temos distribuidores em mais alguns estados.”

Do Brasil veio a descoberta de que a internacionalização poderia ser uma via de dois sentidos. Assim ficou demonstrado quando, em abril de 2023, a empresa lançou em Portugal um novo conceito de *coffee shops*. São lojas e quiosques localizados, sobretudo, em centros comerciais, aeroportos e outras zonas de grande circulação de pessoas. Se soa familiar, é porque é.

O novo conceito chama-se Deltaespresso, é a tal rede que conta com dezenas de cafetarias - são já 75 - espalhadas pelo Brasil. Até ao final de 2023, a intenção é conseguir abrir em Portugal seis lojas e quiosques. Vão funcionar em regime de *franchising*, o que representa uma estreia para a Delta. O objetivo, depois de importado o conceito do Brasil, é exportá-lo. “As Deltaespresso têm um potencial de internacionalização muito forte. Queremos chegar ao top 10 mundial das marcas de café”, afirmou Rui Miguel Nabeiro no lançamento do conceito.



SENDO A CULTURA do chá na China tão dominadora, complexa e abrangente, com raízes milenares que se estendem até à dinastia Han (206 a.C. - 220 d.C.), será que se justificava a Delta abrir uma delegação para comercializar café? Responde Alberto Pinto, diretor para os mercados internacionais do Grupo Nabeiro: “A China é um país onde se bebe chá, mas que está a entrar no café. Os concorrentes internacionais da Delta estavam a entrar lá, por isso fazia sentido marcar presença antes que o consumo de café explodisse. Permite-nos ir aprendendo a trabalhar numa cultura muito distinta, onde o consumo é muito diferente.”

A ligação já vinha de trás. Em 2006, Rui Nabeiro e dois empresários portugueses a viver em Macau juntaram-se para abrir um estabelecimento que servia café Delta e doçaria portuguesa, o Ruby Café. Em Macau, o café Delta já era comercializado nalguns espaços de restauração, mas a presença da marca no território era reduzida. Aumentar a exportação na China - que então já tinha recuperado a administração de Macau, depois de séculos de ocupação portuguesa - era o intuito, mas chegar lá ainda demoraria alguns anos.

Seria preciso esperar por 2015 para que surgisse a Delta Food Shanghai, que tem como principal atividade a promoção e comercialização de café e produtos complementares do Grupo Nabeiro no mercado asiático. A partir da sede em Xangai, a Delta opera diretamente na China e coordena a atividade comercial em Macau, Hong Kong, Coreia do Sul, Japão e Tailândia.

CHINA

Na China consome-se pouco café, o que dificulta a distribuição do dito na forma moído, em grão e nas cápsulas Delta Q. Por esse motivo, o negócio desenvolve-se no domínio da internet. “O nosso negócio é mais online do que offline. Não é tanto nos supermercados e no canal Horeca, ainda que também haja. Por isso é que fazia sentido entrar numa fase em que o consumo do café ainda está em transição. Se assim não fosse, chegaria o dia em que seria virtualmente impossível entrar.”

Ainda assim, a Delta chegou a ter distribuidor, fruto de uma daquelas coincidências da vida. “Fiz uma formação na China em que dividi casa com um diretor da PwC. Numa conversa disse-lhe: ‘Vocês que auditam tudo o que é empresa cá na China deviam arranjar-nos um distribuidor, e arranjaram.’ Algumas cadeias de retalho chegaram a ter produtos Delta, ao mesmo tempo que se exploravam os canais digitais. “Começámos nós a fazer o negócio diretamente com o grupo Alibaba. Entrámos nas lojas online. É um negócio que vai crescendo devagar. É praticamente só digital. Na China, toda a gente compra pela internet.”

O modelo adotado é, por outras palavras, totalmente diferente do que a Delta segue em Portugal e noutros mercados, assente na proximidade física, na visita ao cliente. É uma aposta a longo prazo, para ser construída na Delta Food Shanghai passo a passo, por uma equipa composta por João Carvalho e dois colaboradores chineses.

Cf

C

Cf

Cf

C

Cf



CHINA

DEPOIS DE PORTUGAL, a Polónia é um dos países onde mais se bebe Delta Q. Na internacionalização da marca, as cápsulas de café têm tido um papel importante a abrir portas em mercados onde a ligação ao nosso país é menos evidente. Foi o que se passou na Polónia, onde a Delta não tem um departamento comercial próprio. “Entrámos em 2019 através de uma parceria de exclusividade com a Jerónimo Martins. Vendemos nas lojas deles, da cadeia Biedronka, e as máquinas Delta Q já estão em 300 mil lares polacos. Temos uma quota de mercado de 22%. É um orgulho”, conta Rui Miguel Nabeiro.

O café Delta Q vende-se em mais de 3300 lojas, distribuídas por 1100 cidades e vilas polacas. É uma rede de distribuição de meter inveja, ou não fosse a Biedronka já o terceiro maior cliente do Grupo Nabeiro em volume de negócio. “As coisas estão a correr como esperávamos”, diz Alberto Pinto. “É um mercado com quase 40 milhões de habitantes, diferente do que estávamos acostumados. Não há comunidade portuguesa relevante em número por onde pudessemos começar.”

A aventura polaca arrancou praticamente do zero com a Delta Q, numa parceria de exclusividade com o retalhista que pertence ao grupo Jerónimo Martins. “Nós não podemos vender a mais ninguém, e quem tem Delta Q tem de ir a uma loja Biedronka para comprar cápsulas. É uma situação *win-win*, uma parceria real entre duas empresas portuguesas”, realça Rui Miguel Nabeiro.

POLÓNIA

Mas quando falamos do universo Delta fora de Portugal, não falamos apenas de cápsulas. “Falamos de tudo”, garante Alberto Pinto. A área internacional vende café - que ainda é, de longe, e continuará a ser, o negócio principal -, mas há outras categorias e canais a ter em conta.

“Competimos com o nosso café em todos os formatos e segmentos. Ainda é o principal negócio e é onde queremos estar. Mas também queremos aproveitar esta estrutura para vender outros produtos.” E são mais de 20 as categorias que a Delta vende no estrangeiro. É o caso do vinho e azeite, da Adega Mayor, das azeitonas, da marca Qampo ou, só para dar mais um exemplo, das Águas do Alardo.

Mas nem só de produtos próprios vive o negócio. A Delta também assume a distribuição, lá fora, de produtos de outras famílias. Na Suíça, tem como parceiro a Sumol+Compal e distribui as cervejas Sagres e Super Bock. Em Angola, assegura a distribuição de pastilhas Gorila e bolos Dan Cake - além de vender massas Marimba, mais uma das dezenas de marcas do Grupo Nabeiro. A Delta Q continua a ser o produto que vai abrindo portas, mas depois de entrar, a Delta vai com tudo. “Em teoria, é mais eficaz vender um leque alargado de produtos”, explica Alberto Pinto, “embora não abduquemos de fazer crescer a nossa carteira de clientes”. Estes são dois pilares estratégicos para o crescimento: a internacionalização e a diversificação.



O **DUBAI** representa um mercado surpreendente, onde o turismo desempenha um papel essencial para a Delta. “Os hotéis são muito grandes e temos sempre a expectativa de poder ganhar uma importante unidade hoteleira”, conta Rui Miguel Nabeiro. “E há restaurantes muito interessantes que compram o nosso café”, acrescenta. Com efeito, é Delta o café servido aos clientes dos restaurantes Nusr-Et, no Dubai e em Abu Dhabi, do chef e empresário turco Salt Bae - famoso na Internet pela performance teatral em que transformou o ato de salgar a carne.

“Eu acho que podemos encontrar a Delta em qualquer lugar do mundo. Se não for vendido por nós, será por outros”, afirma Dinis Cunha, diretor de vendas dos mercados internacionais. “Estamos na Maldivas, onde temos um distribuidor. Estamos no Sri Lanka e nas Bermudas, também com um distribuidor, e o mesmo é válido para o Médio Oriente.”

No Dubai experimentaram algo novo: um modelo híbrido. “Tínhamos lá um colaborador nosso para ajudar a desenvolver o negócio. Entretanto, mudámos de distribuidor e neste momento temos uma pessoa deles, mas paga por nós”, explica Rui Miguel Nabeiro.

No Dubai e na Arábia Saudita, a Delta está presente sobretudo em hotéis, restauração e cafés (o canal Horeca). Assim é na maioria dos mercados internacionais, mas não em todos. “No Luxemburgo, por exemplo, o canal principal é o retalho, que representa dois terços

DUBAI

do negócio.” É a presença, ou não, de uma comunidade portuguesa que marca a diferença. Dinis lembra uma história engraçada que lhe aconteceu há pouco tempo, quando foi ao Canadá. “Quem me controlou o passaporte, no aeroporto, perguntou-me a marca para a qual trabalhava. Quando respondi, começou a rir-se porque era casada com um português e disse que em casa só se bebia Delta.”

A Expo Dubai, em 2020, foi um momento importante para a afirmação da Delta na região, sendo um local multicultural, com gente de 190 nacionalidades e um importante *hub* de ligação para a Ásia, Europa e África. “Estivemos no Pavilhão de Portugal com o Chakall, que tinha lá um restaurante.”

Na Arábia Saudita, foi com a Delta Q que o negócio arrancou. “Quando terminarmos esta conversa, vou ter uma reunião com o nosso distribuidor acerca de uma grande cadeia de hotéis na Arábia Saudita em que a Delta Q vai entrar”, revela. É também um lembrete de como o consumo nos quartos de hotéis é mais uma forma de dar a conhecer o café português a clientes de todo o mundo.

Ainda em relação à Arábia Saudita, a expectativa é que muito em breve venha a ser um mercado mais importante do que o Dubai. Talvez aconteça ainda no decorrer de 2023. “Há uma parte do mundo árabe que se está a virar para a Arábia Saudita. O governo tem um plano para reestruturar o país, abri-lo ao turismo e torná-lo o centro da região até 2030.”



AI

MI

AI

AI

MI

AI

DUBAI

DU

DU

DU

DU

DU

DU

AS COMUNIDADES portuguesas no estrangeiro foram o ponto de partida para a internacionalização da Delta - mas não têm sido, de todo, o ponto de chegada. “Não somos um exportador”, salienta Rui Miguel Nabeiro. “Investimos nos mercados e queremos construir a nossa marca, porque esse é o melhor contrato que podemos fazer com qualquer cliente: a marca, o que ela vale, os seus atributos e a qualidade dos seus produtos.” Conquistadas as comunidades emigrantes, nos últimos anos o desafio tem sido colocar também os nacionais desses países a chegar ao balcão e dizer: “Quero um Delta.”

“Somos fazedores de marcas nas geografias em que decidimos estar presentes”, acrescenta Alberto Pinto. “Numas geografias com maior ambição, com operações diretas, e noutras com a ambição adequada aos parceiros.” Nem sempre o parceiro é uma empresa que distribui para cafés, restaurantes e hotéis do seu país, ou um retalhista com lojas espalhadas pelo território. Às vezes, o parceiro pode ser simplesmente um homem que se apaixonou pela Delta. Na Coreia do Sul, esse homem chama-se Ki Seok Lee.

Foi numa visita a Portugal que Ki Seok Lee se deixou intrigar pelas cinco letras (D-e-l-t-a) que encontrava dentro de um triângulo vermelho que via todos os dias, praticamente em todo o lado. “Reparei na Delta Cafés ainda no aeroporto, depois vi a marca em

COREIA DO SUL

estações de serviço, restaurantes e pastelarias.” Depois de provar o café, não descansou até o dar a conhecer aos coreanos. Conseguiu-o em agosto de 2021, quando abriu um pequeno espaço - apenas um balcão e uma janela para a rua - no coração de Seul, a 400 metros do palácio real Gyeongbokgung, rodeado de mercados, restaurantes, galerias e museus. Chamou-lhe Sorry Espresso porque só se bebe café expresso - da Delta, é claro. Para acompanhar o café, há pastéis de nata. Os Sorry Espresso são um refúgio de portugalidade em Seul.

As primeiras duas semanas causaram apreensão. Mas na terceira os clientes começaram a experimentar e não mais pararam. Em janeiro de 2021 veio o segundo café, estrategicamente próximo da embaixada portuguesa e da brasileira. A combinação café Delta e pastel de nata parece ter conquistado os coreanos: a cadeira está em expansão e há planos para chegar às 20 lojas até ao final de 2023.

Gerida a partir da delegação de Xangai, na China, por João Carvalho, a Coreia do Sul está a crescer ao seu ritmo. “Está a correr bem, a coisa está a andar.” O espírito é sempre o mesmo: marcar presença e crescer a partir daí. Remata Rui Miguel Nabeiro: “É um negócio pequeno, são lojas, mas é mais um mercado em que pusemos a nossa bandeira.”



MUNDO

FAZ EM SETEMBRO 20 ANOS QUE RUI MIGUEL NABEIRO COMEÇOU O SEU PERCURSO NA DELTA CAFÉS. FOI NESSE PERÍODO QUE A INTERNACIONALIZAÇÃO PASSOU A SER ENCARADA DE FORMA MAIS ESTRUTURADA E COMO UMA GRANDE PRIORIDADE DO GRUPO. MUITAS MILHAS AÉREAS ACUMULADAS DEPOIS, ESTAMOS NO NOVO ESCRITÓRIO DO DEPARTAMENTO INTERNACIONAL, EM LISBOA, O QUARTEL-GENERAL DA EXPANSÃO NO ESTRANGEIRO, ONDE SE ENCONTRA A ESTRUTURA COMERCIAL QUE COORDENA COM MAIS DE 40 PAÍSES, VÁRIOS DISTRIBUIDORES E MUITOS PARCEIROS.



DIVERSIFICAR

“O que nos moveu na internacionalização foi a diversificação do portefólio. É uma tecla em que bato muito, porque acho que uma empresa para ser sustentável tem de diversificar o seu nível de risco. É por aqui que temos de ir. Se queremos, e ambicionamos hoje, integrar o top 10 mundial, não vamos chegar lá apenas com Portugal.”

BOAS SURPRESAS

“A maior surpresa foi a Suíça. Eu tinha dúvidas. Dizia: ‘Então vamos entrar no mercado do maior *player* do mundo, que é a Nestlé?’ Mas o meu avô acreditou imenso no potencial do negócio suíço. E, passados apenas dois anos, estávamos a fazer o *break even*. O nosso principal mercado fora de portas é Espanha. Angola vem em segundo lugar. França, Luxemburgo e Suíça fecham o Top 5.”

RISE... ATÉ PARIS

“Planeamos colocar a Rise DELTA Q with Starck em França até ao fim do ano. Será o primeiro mercado internacional para a nova máquina, até pela afinidade com o próprio Philippe Starck, que é francês. Também estamos perto de fechar o acordo para abrir uma loja Delta The Coffee House Experience numa localização super *premium* em Paris. Deverá ser a segunda, depois de Madrid.”

VIAJAR

“Desde a pandemia tenho viajado muito menos, mas gosto muito de ir às delegações. Este ano estive em França e no Brasil. A Espanha vou continuamente. Mas nunca me senti expatriado. No início da carreira vivi em Madrid uns meses, mas foi o máximo que estive fora, até porque gosto muito do nosso país, adoro viver cá – e quanto mais vou conhecendo do mundo, mais gosto disto.”

A BASE DE CAMPO MAIOR

“Temos o negócio internacional alicerçado de modo a nunca pôr em risco o Grupo Nabeiro. É em Campo Maior que temos a nossa fábrica. Estamos a investir para aumentar a sua dimensão e dotá-la de capacidades que garantam o futuro em mercados internacionais, porque queremos continuar a crescer a bom ritmo. A área internacional já vale 30% da faturação do grupo, e diria que 50-50 seria o peso ideal.”

ASSIM COMO A INTERNACIONALIZAÇÃO DA DELTA LEVOU A MARCA DE CAMPO MAIOR AOS QUATRO CANTOS DO MUNDO, TAMBÉM O MUNDO CONTINUA A ENTRAR TODOS OS DIAS PELA FÁBRICA NOVADelta ADENTRO. SÃO TONELADAS E TONELADAS DE CAFÉ, EMBALADAS EM SACAS DE 60 A 70 KG, PROVENIENTES DO CONTINENTE AMERICANO, DE ÁFRICA E DA ÁSIA. DE UM PAÍS PARA OUTRO NÃO MUDA APENAS O CAFÉ. MUDAM TAMBÉM AS CORES, FORMAS E LETRAS QUE ORNAMENTAM AS SACAS.

FOTOGRAFIA
GONÇALO F. SANTOS

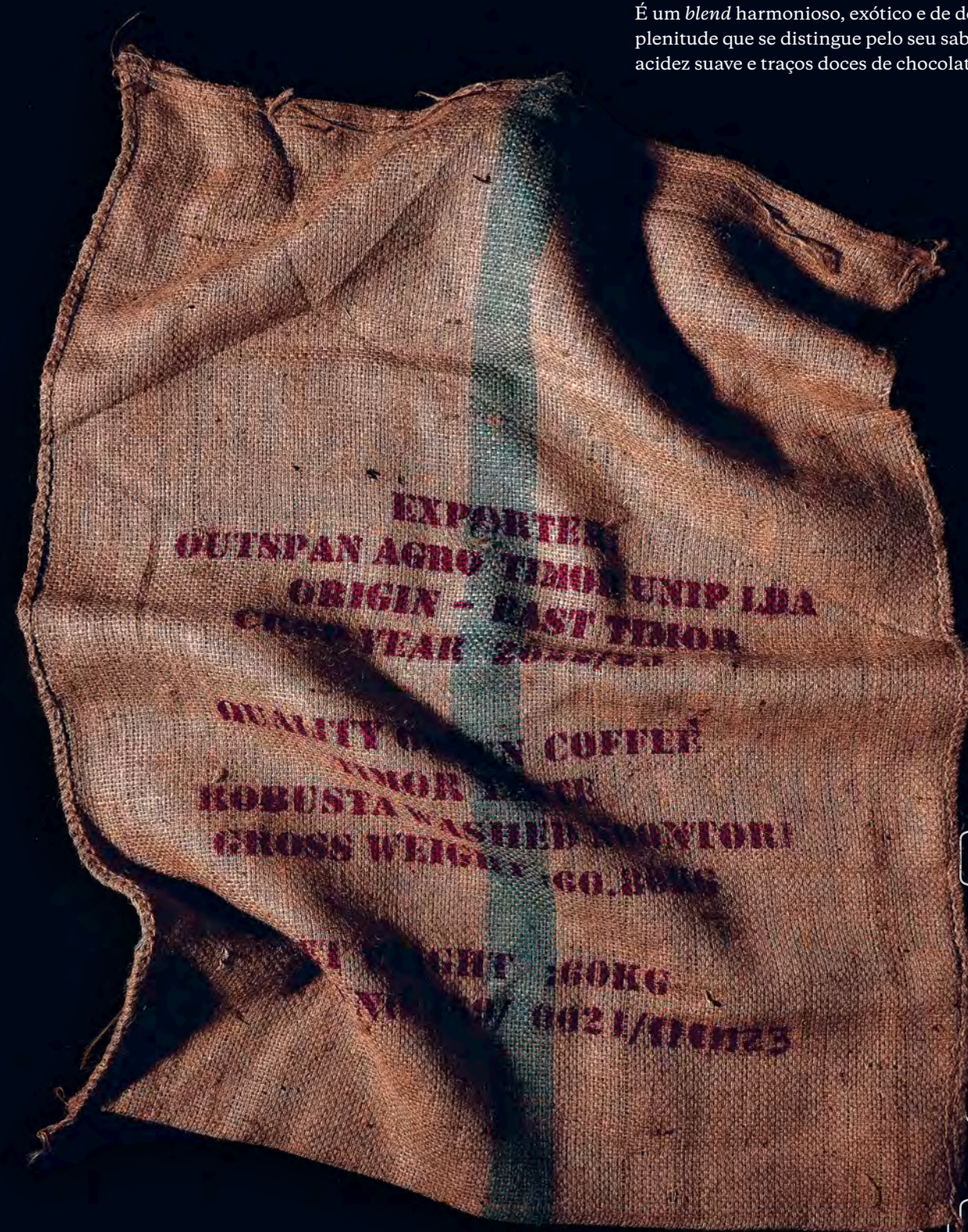
TEXTO
MARKUS ALMEIDA

SÃO
SACAS,
SÃO
POSTAIS

ARÁBICA / ROBUSTA

TIMOR-LESTE

14 400 KM ATÉ PORTUGAL



A SACA vazia que ilustra esta página transportou 60 quilos de café desde o outro lado do mundo. Desde Timor-Leste, um país pequeno, por definição, que é, na verdade, um grande produtor de café. Esta grandeza não se mede em toneladas, mas em qualidade. O cruzamento natural e espontâneo entre as variedades Robusta e Arábica confere ao café um aroma rico e adocicado e uma textura suave. É por isso que a Delta lhe dedica um lote próprio na coleção Origins, com café da região de Emera, a sul de Díli. É um *blend* harmonioso, exótico e de deliciosa plenitude que se distingue pelo seu sabor cheio, acidez suave e traços doces de chocolate.

S
A



ROBUSTA / ARÁBICA

UGANDA

6000 KM ATÉ PORTUGAL

DAS ENCOSTAS do monte Elgon, um vulcão adormecido sobre a fronteira com o Quênia, diretamente para a fábrica Novadelta, em Campo Maior. Todos os meses, toneladas de café das variedades Robusta e Arábica percorrem este caminho até chegar às mãos de Adelino Cardoso, supervisor de torrefação da Delta, em sacas iguais a esta. O café vem de plantações que estão entre 1200 e 1600 metros acima do nível do mar. Tem notas caramelizadas, um adocicado natural com ligeira acidez cítrica e um perfil bastante encorpado. “Como é regra nos cafés africanos”, diz Adelino. “É um café achocolatado, muito bom”, remata.

ROBUSTA / ARÁBICA

CAMARÕES

4400 KM ATÉ PORTUGAL

ENCONTRAM-SE diferentes tipos de café Robusta e Arábica nas plantações de café dos Camarões. “Tratando-se de um país africano”, comenta Adelino Cardoso, “a percentagem maior será de Robusta”. É por esse motivo que a Delta utiliza o café desta origem nos seus *blends* mais intensos, como é o caso das cápsulas Delta Q Qalidus e Delta Q mythiQ. As bagas de Robusta dos Camarões distinguem-se por terem um perfil equilibrado, achocolatado e com um distinto sabor a frutos secos. Este fornecedor, a C.C.C & Co Ltd Sarl Yaounde, exporta as duas variedades de café.

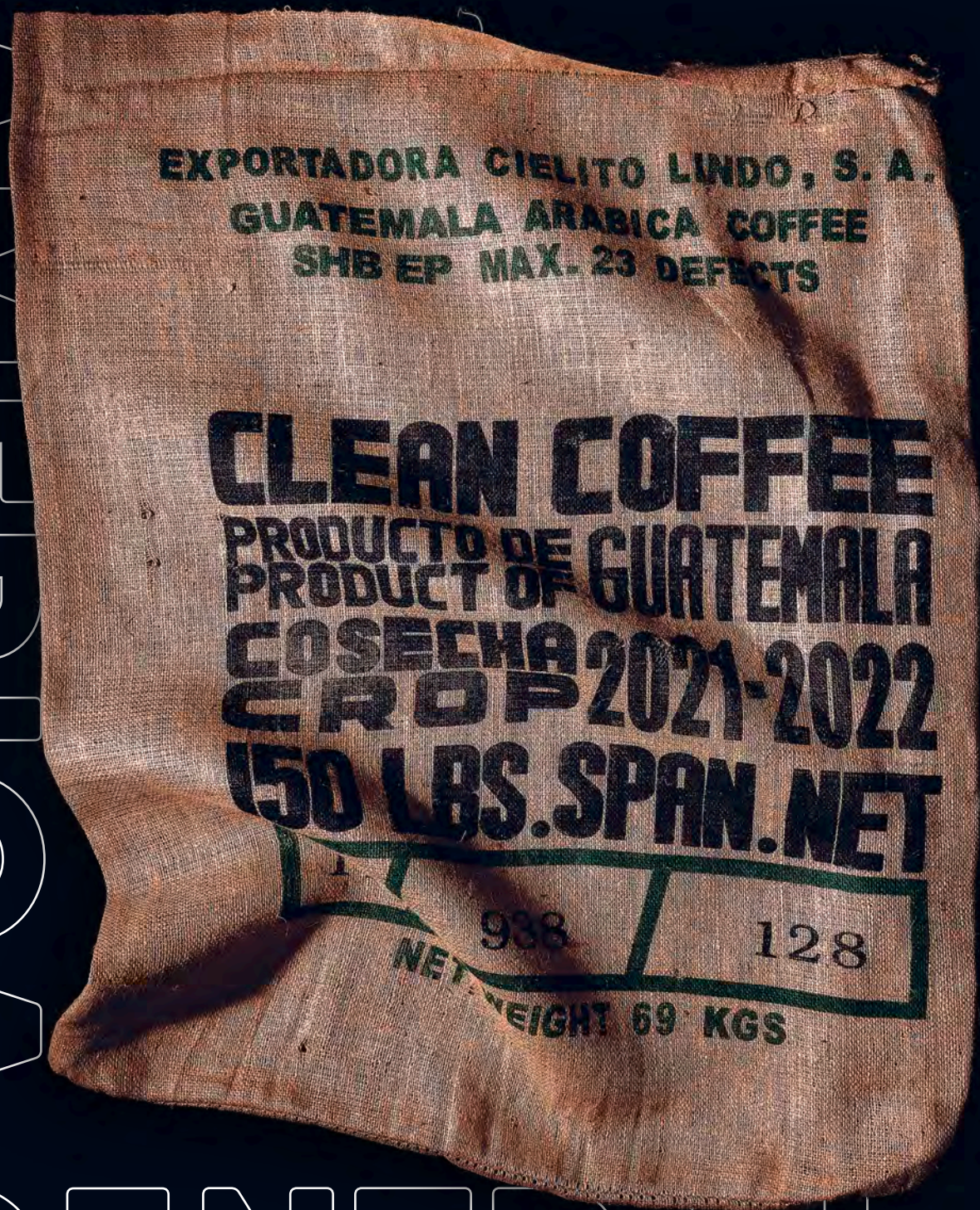


ARÁBICA

GUATEMALA

8200 KM ATÉ PORTUGAL

SE DE ÁFRICA vem café mais encorpado, como é apanágio da baga robusta, é da América Central que vêm os grãos que ajudam a Delta “a equilibrar os seus blends e a encontrar o balanço certo para o gosto português”, diz Adelino Cardoso. “Escolhemos a Guatemala como base dos cafés Arábica, onde sobressaem o corpo e uma acidez equilibrada.” A variedade de microclimas e solos vulcânicos, aliada às elevadas altitudes onde o café é plantado - entre 1300 e 2000 metros acima do nível do mar -, originam bagas com um sabor mais concentrado.



AMERICA



TODOS os dias se torram dezenas de toneladas de café na fábrica Novadelta, em Campo Maior. É por esse motivo que a Delta não tem o hábito de comprar diretamente aos produtores. “Existem poucos produtores no mundo com dimensão suficiente para nos fornecer as quantidades de que necessitamos”, explica o supervisor de torrefação. “Um só produtor teria de ter muitos pés plantados para poder fornecer a Delta.” Em vez disso, o Grupo Nabeiro trabalha com intermediários. Na Nicarágua, um dos principais intermediários é a Exportadora Altantic S.A., fundada em 1997, e que exporta café, é claro, mas também cacau, açúcar e algodão.

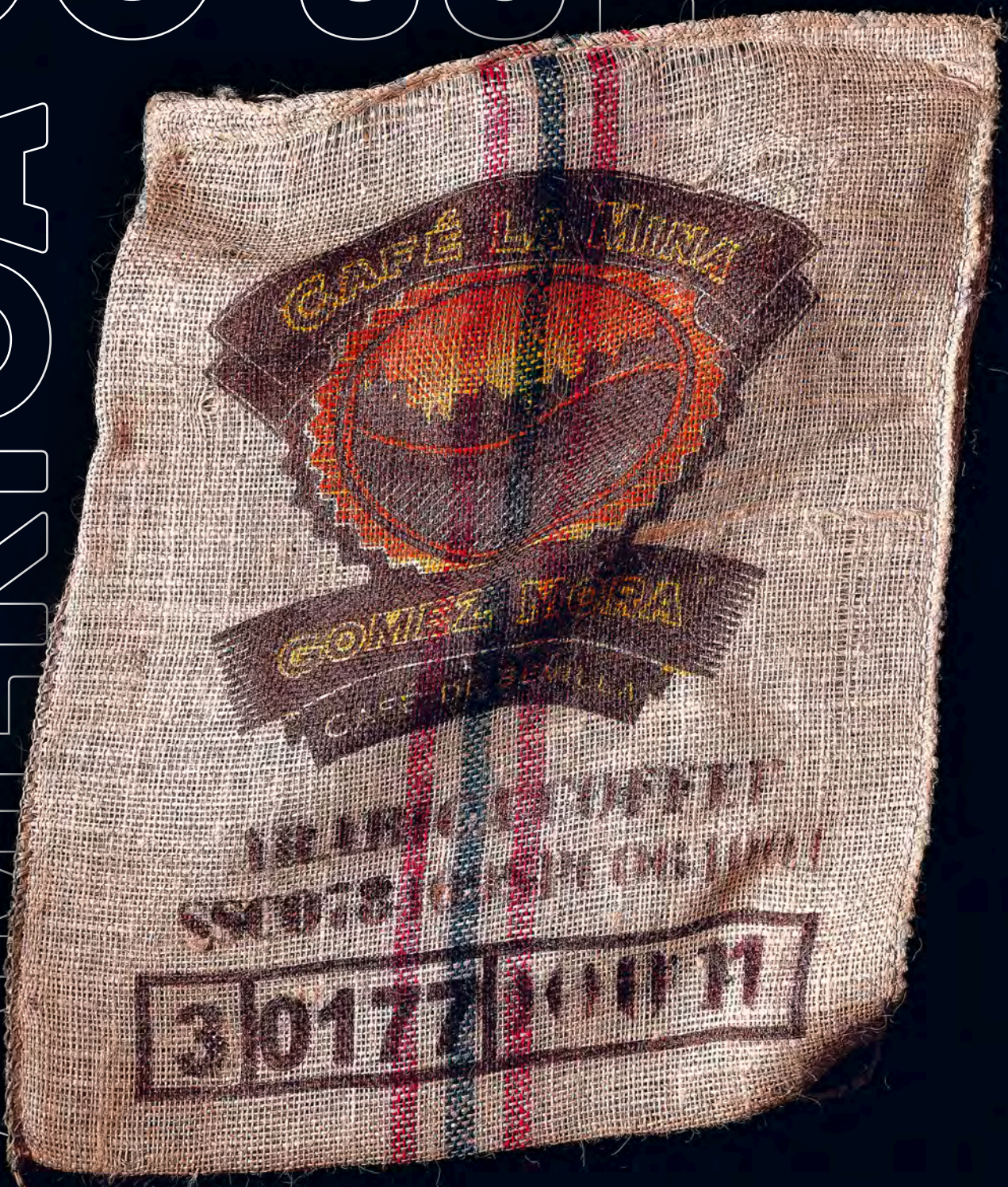
ARÁBICA

NICARÁGUA

8000 KM ATÉ PORTUGAL

AMERICA CENTRAL

AMERICA CENTRAL



ARÁBICA

COLÔMBIA

7500 KM ATÉ PORTUGAL

A **FAMÍLIA** Gomez Mora vai já na quarta geração de produtores de café. Este, nas variedades Caturra, Supremo Colômbia, Geisha e Castillo, todas da categoria Arábica, é cultivado a 1450 metros de altitude nas terras férteis que ladeiam as montanhas de Sevilla, região Valle del Cauca, na Colômbia. É um café aveludado e achocolatado, com notas de laranja, amêndoa e mel. Antes de as sacas começarem a sua viagem até Campo Maior, o conteúdo é analisado em laboratório, para garantir que o selo de qualidade da Federación Nacional de Cafeteros de Colombia é bem aplicado.

DEZENAS de milhões de sacas iguais a esta, a reventar pelas costuras com grãos de café da variedade Arábica, saem do Brasil todos os anos rumo aos Estados Unidos, Japão e Europa. País com o tamanho de um continente, o Brasil é, afinal, um dos maiores produtores. E um que se especializou em produzir uma grande diversidade de café Arábica, desde as plantações na região da Mogiana, a noroeste de São Paulo, até à Zona da Mata, no nordeste. Aqui também se produz Robusta, mas apenas para consumo interno. Estima-se que 40% de todos os *cappuccinos*, *espressos*, *ristrettos*, *machiattos* (e outras bebidas de café) consumidos no mundo sejam preparados com café Arábica brasileiro.

ARÁBICA

BRASIL

7300 KM ATÉ PORTUGAL



“VIVEMOS NUMA SOCIEDADE QUE SE DIZ INCLUSIVA E PREOCUPADA COM O OUTRO, MAS, NA REALIDADE, ESSA PREOCUPAÇÃO EXISTE A UMA ESCALA MUITO PEQUENA.”

ENTREVISTA
RITA NABEIRO

FOTOGRAFIA
ENRIC VIVES-RUBIO

SALVA
ADORRE
VA





SALVADOR MENDES DE ALMEIDA TRABALHA HÁ DUAS DÉCADAS NA ÁREA DA AÇÃO SOCIAL, PRESIDINDO A ASSOCIAÇÃO SALVADOR, QUE FUNDOU EM 2003, COM APENAS 21 ANOS. HOJE, É AUTOR DE DOIS LIVROS, APRESENTADOR DE TELEVISÃO, VELEJADOR E TAMBÉM PAI DE UM BEBÉ COM POUCO MAIS DE UM ANO. NA SEDE DA SUA ASSOCIAÇÃO, EM LISBOA, SALVADOR RECEBEU RITA NABEIRO PARA UMA ENTREVISTA EM QUE FALOU SOBRE O ACIDENTE DE MOTA QUE LHE MUDOU A VIDA AOS 16 ANOS, O RUMO QUE ENCONTROU NO TRABALHO E OS SONHOS – E LUTAS – AINDA POR CONCRETIZAR.

João Lobo Antunes definiu-te da seguinte forma: “Um rapaz que, com uma coragem única, se fez homem e, porque não perdeu a esperança, se salvou.” Concordas com esta afirmação? Já não ouvia isso há algum tempo... Acho que é muito importante, quando sofremos um acidente, termos uma atitude positiva e a esperança de que as coisas podem e vão melhorar. Muitas vezes não correm exatamente como queremos, mas encararmos a vida com um espírito positivo faz a diferença.

É curioso que te chames Salvador. És o salvador de ti próprio ou das outras pessoas que ajudaste com a Associação nestes 20 anos? Foi uma feliz coincidência. O trabalho da Associação tem ajudado muitas pessoas com deficiência, mas ajudou-me sobretudo a mim. Ajudou-me a encontrar um caminho e um propósito depois do acidente que tive aos 16 anos. Os meus planos não passavam nada por esta área social. Foi uma descoberta que mudou a minha vida por completo e que também tem mudado a vida de muitas pessoas com deficiência no nosso país que precisam de apoio e sensibilidade. Tem sido uma situação de ganhos – para mim e para a comunidade.

O acidente que tiveste mudou a tua vida. Sendo tão jovem, como foi tomar consciência do que tinha acontecido e como lidaste com a frustração? Não sei se frustração será a palavra certa... Sim, em alguns momentos sentia frustração, cansaço, mas sobretudo sentia um grande desconhecimento. O desconhecimento também gera um sentido de aventura: lembro-me de que nos primeiros anos pensava que isto era uma coisa passageira, que rapidamente viria uma cura e que eu podia voltar a andar e fazer a minha vida como dantes. E ao princípio só conseguia mexer o pescoço. Tive fases muito intensas de fisioterapia e de recuperação, mas depois, quando a situação estabilizou e vimos que uma cura não estava para breve... Os momentos em que fiquei mais assustado, no início, foram quando fui viver sozinho para uma clínica de recuperação em Itália. Lá apercebi-me de que teria de fazer a minha vida nesta condição, dependente de terceiros para tomar banho de manhã, para ir à casa de banho, para fazer uma série de atividades.

Como reagiste? Perguntava-me como é que seria capaz de dar conta, de criar uma família. Foi assustador. Aprendi que o mais importante era viver um dia de cada vez, por fases. Foi assim que foi constituída a Associação, cinco anos depois do meu acidente. Não só para conseguirmos partilhar informações sobre tratamentos, clínicas e boas práticas, mas, sobretudo, para termos um contacto mais próximo com outras pessoas com deficiência que infelizmente não tivessem acesso às condições que eu tinha. Lembro-me de que ir para a escola, poder fazer desporto ou ir ao cinema tornou-se muito complicado depois do acidente. O que nós – eu, o meu pai e um grande amigo meu – nos disponibilizámos a fazer foi partilhar estes conhecimentos e alertar a sociedade para esta temática. Não conhecíamos muito desta realidade, porque nenhum de nós vinha do setor social.

O teu acidente foi de mota. Sentes, por isso, que também tens o papel de alertar para esses perigos? Sim, logo em 2001 fui convidado para ser uma das caras da Prevenção Rodoviária Portuguesa. O meu acidente aconteceu porque estava cansado, porque tinha ingerido um bocado de álcool – não estava alcoolizado, mas ter bebido duas ou três imperiais, ter jogado futebol nesse dia, ter estado na praia, não ter descansado, etc., contribuiu para que eu adormecesse na mota. Obviamente utilizo muito esse meu exemplo para alertar. A noção que eu tinha é que as coisas más só acontecem aos outros, nunca a nós... Mas é quando menos esperamos que elas nos acontecem.

Criar a Associação foi uma forma de combater o desânimo? Todos nós, na vida, temos momentos melhores e piores. Para ultrapassar os piores, é fundamental ter uma boa rede de suporte, seja familiar, seja de grandes amigos. Também ajuda ter um trabalho, um projeto, uma realização. A criação da Associação deu-me rumo. Deu um sentido maior à minha vida e um propósito diferente não só para que pudesse ter um papel ativo, como tenho, mas também para poder lutar por muitas pessoas que não têm as mesmas condições que eu. O que falta também nesta área da deficiência é falarmos a uma só voz, para que nos entendam nestes problemas das acessibilidades,

da integração nas escolas e no mercado de trabalho. Agora também com a lei das quotas... Tem sido uma transformação grande, muito lenta...

Desde fevereiro que empresas com mais de 100 colaboradores passam a ter de integrar 1% de pessoas com deficiência, e a partir dos 250 colaboradores passam a ser 2%. Que impacto é que esta lei terá no tecido empresarial português e na sociedade? Em primeiro lugar, acho triste que precisemos de uma lei de quotas. Vivemos numa sociedade que se diz inclusiva e preocupada com o outro, mas, na realidade, essa preocupação existe a uma escala muito pequena. O que tenho sentido é que essa obrigatoriedade da lei das quotas tem feito as empresas mexerem-se e terem uma maior preocupação. Funciona como o cinto de segurança: só depois de se aplicarem coimas é que as pessoas de facto começaram a utilizá-lo. Acho que temos de aproveitar esta lei das quotas, porque há cada vez mais candidatos com deficiência que querem integrar o mercado de trabalho, mas não têm condições para o fazer.

O que muda do lado das empresas? Isto vai obrigar as empresas a terem uma maior responsabilidade social e a prepararem as suas equipas e infraestruturas para receberem todo o tipo de pessoas. Felizmente temos muitas empresas que já faziam isso, como é o caso do Grupo Nabeiro. Nos últimos cinco ou seis anos, a Associação Salvador conseguiu integrar mais de 400 pessoas no mercado de trabalho, o que faz uma diferença brutal na cultura e na aceitação das próprias equipas. Diminui a sua insatisfação, porque quem lida com pessoas com deficiência aprende a relativizar melhor os seus problemas. E para as pessoas com deficiência, ter um papel ativo é fundamental.

Estamos melhor do que estávamos? Sem sombra de dúvida. A lei das acessibilidades tem mais de 20 anos. Sei que está em curso uma revisão ao decreto-lei, porque o que acontece, na prática, é que não há fiscalização, muitas vezes por falta de competências para o fazer. Era fundamental haver uma “ASAE” das acessibilidades, porque se as pessoas souberem que não acontece nada, o que se passa na maioria das vezes é que as únicas

empresas, restaurantes, hotéis que fazem essas adaptações são aquelas que já tinham uma ligação, por exemplo familiar, a alguém com deficiência.

A acessibilidade ainda é um problema?

Do ponto de vista económico, existem mais de 50 milhões de pessoas com deficiência só na Europa, portanto há um potencial gigante nestas adaptações e em criar acessibilidade. Infelizmente ainda vemos muitos locais que não as têm. Eu moro em Lisboa e já aconteceu ver passeadeiras que estavam rebaixadas ao nível do pavimento e, depois de uma intervenção, por falta de conhecimento do técnico, ficarem com quatro centímetros de degrau. Isso impede uma pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida de fazer o seu dia a dia. Esta sensibilização é muito importante.

A deficiência parece continuar a ser um tema desconfortável. Já sentiste preconceito?

Diria que não é tanto preconceito, mas desconhecimento. Ao início, pode haver pouco à-vontade de quem nunca tenha lidado com alguém com deficiência, mas também parte da pessoa com deficiência ajudar a desconstruir esse preconceito: se falarmos de igual para igual com as outras pessoas e se explicarmos, as coisas tornam-se normais.

A sensibilização passa por nos pormos no lugar do outro. Que tipo de trabalho tem feito a Associação Salvador nesse sentido?

Gostava de partilhar uma grande conquista, que foi em outubro de 2022 termos conseguido inaugurar o Dia Nacional das Acessibilidades, decretado pela Assembleia da República, a partir de uma petição que a Associação fez. Outro marco histórico da Associação é a iniciativa Ação Qualidade de Vida, para a qual a Delta contribui todos os anos. Atribuimos apoios concretos que o Estado não dá, como por exemplo obras em casa, pelas quais se pode estar quatro, cinco anos à espera do apoio do Estado, ou apoios nas áreas da empregabilidade e do desporto adaptado. Esta iniciativa tem já 15 anos, durante os quais apoiámos mais de 600 pessoas com uma verba superior a um 1,7 milhões de euros. São grandes conquistas da Associação.

“PERGUNTAVA-ME COMO É QUE EU SERIA CAPAZ DE DAR CONTA, DE CRIAR UMA FAMÍLIA. ÀS VEZES QUANDO FAZEMOS PLANOS PARA UMA VIDA INTEIRA, FICAMOS ASSUSTADOS. APRENDI QUE O MAIS IMPORTANTE ERA VIVER UM DIA DE CADA VEZ, POR FASES. FOI ASSIM QUE FOI CONSTITUÍDA A ASSOCIAÇÃO, CINCO ANOS DEPOIS DO MEU ACIDENTE.”





“TAMBÉM TENHO MOMENTOS EM QUE ESTOU FARTO DE ME QUEIXAR E FARTO DE SENSIBILIZAR, EM QUE TAMBÉM ME APETECE IR JANTAR FORA OU IR NA RUA E NÃO FAZER NADA, NÃO FALAR COM NINGUÉM SOBRE ACESSIBILIDADES, PORQUE JÁ LEVO COM ISTO HÁ MUITOS ANOS. MAS SEI QUE É IMPORTANTE.”

Tem havido campanhas muito marcantes e que sensibilizam. Lembro-me de uma sobre o estacionamento. O facto de seres formado em Marketing e Publicidade é uma mais-valia? Sem dúvida. Felizmente temos tido diversas empresas a colaborar. Sabíamos que para fazer a diferença na sociedade, tínhamos de ter uma comunicação e uma presença aguerrida, mas com um tom positivo. Às vezes é difícil, mas tem de ser. Essa campanha teve um ótimo impacto. Muitas vezes as pessoas não têm noção, mas estacionar num lugar de pessoas com deficiência... Dizem que é só dois minutos, que está a chover muito, que não vão demorar nada, mas conheço imensas famílias que para saírem de casa demoram uma hora – desde sair da cama e entrar para a cadeira, vestir, despir, passar da cadeira para o carro. Chegam a um local onde iam fazer fisioterapia ou iam a um convívio e veem o lugar que supostamente estava reservado, ocupado... É um desrespeito enorme. Cria revolta e pouca vontade de sair de casa. “A sociedade não me respeita, não tenho condições, isto não vale a pena.” Temos de combater isso. O convite que faço aqui é sermos nós, pessoas com deficiência, e os nossos familiares, a exigir mais respeito. Muitas vezes as pessoas não têm noção.

Tu és um otimista, o que é muito inspirador e muito importante, mas há quem possa cair no extremo oposto. Que conselhos dás a essas pessoas para não se entregarem ao desespero? Também tenho momentos em que estou farto de me queixar e farto de sensibilizar, em que também me apetece ir jantar fora ou ir na rua e não fazer nada, não falar com ninguém sobre acessibilidades, porque já levo com isto há muitos anos. Mas sei que é importante. Obviamente se estamos num dia pior, se estamos mais cansados, se estamos com alguém que faz uma certa cerimónia – há momentos para tudo, temos de saber dosear. Há lutas que vale a pena ter, mas há dias em que não vale a pena e em que temos de estar mais recolhidos. O que conta na vida é o balanço geral. Se as nossas ações forem construtivas e persistentes, se sentirmos que não estamos sozinhos, que temos uma família, amigos, que estamos a reclamar por uma coisa que é válida... O segredo é esse equilíbrio. Nem estar sempre a reclamar, nem deixar de alertar sobre estes temas.

Sentes que esse apoio de amigos e família também te ajudou a seres a pessoa que és hoje e a ultrapassar estes obstáculos? Sem dúvida, mas o mais importante é aquilo que nós somos, sentimos e temos capacidade para fazer. É fundamental ter esta cultura de acreditar e esta confiança que se vai construindo. Há momentos mais difíceis, mas é muito importante não deixarmos de acreditar que podemos fazer a diferença na nossa vida e na de quem está à nossa volta. Tenho-o aprendido com as pessoas com deficiência que tenho acompanhado, e que me dão imensa força nos momentos em que estou mais em baixo. É a esta partilha com os outros que...

Que vais buscar força? É sobretudo aí. Mas também à minha família: a minha mãe, a minha irmã, a minha mulher, os meus amigos. Se estamos rodeados de pessoas positivas que nos ajudam, que sabem que vamos conseguir dar a volta, isso faz toda a diferença.

Como é que lidas com as pessoas que se queixam de coisas pequeninas, por comparação com quem tem problemas muito mais complexos? Não lido, desligo, porque sei que me vou irritar injustamente. Cada um é como é e tem direito a queixar-se das várias situações. Acho que há lutas e queixas que valem a pena, e outras que não. Mas respondendo mais diretamente, tenho uma certa dificuldade em lidar com isso. Tento não ligar e que não ocupe muito do meu tempo.

Como funciona a Associação? Quem quiser contribuir, de que forma o pode fazer? Tem sido um percurso muito desafiante, de realização profissional e pessoal, para mim e para toda a equipa. Desde 2003 já tocámos a vida de mais de 4500 pessoas com 10 projetos. Já tivemos cerca de 1800 voluntários a acompanhar-nos. Os próximos tempos vão ser desafiantes, e ficaria muito contente se a Associação pudesse contribuir de forma mais incisiva para a criação de melhores planos de acessibilidades nas nossas autarquias, porque, como dizia há pouco, a lei das acessibilidades tem 20 anos. É um tema que toca em todas as áreas que trabalhamos: do desporto à empregabilidade, à sensibilização em escolas, à investigação

e à tecnologia. Sem acessibilidades, as pessoas com deficiência não conseguem sair de casa e ter um papel ativo.

O que é que se pode fazer na prática para contribuir para a mudança? Ter atenção, pormo-nos no lugar da outra pessoa. Seja na escola do nosso filho, seja no trabalho, seja quando vou ao supermercado e não estaciono no lugar das pessoas com deficiência, seja contribuir com horas de voluntariado para uma instituição de solidariedade social. Na Associação, temos diversos projetos a que as pessoas se podem associar. A consignação do IRS é um tema muito importante, porque todas as pessoas podem contribuir com 0,05% do seu IRS sem lhes ser retirado nenhum benefício, pondo a cruzinha na instituição de solidariedade com que têm maior ligação. Mas no geral, é envolverem-se com as comunidades onde estão inseridas e estarem atentas às necessidades do próximo.

Uma associação não gera lucros, mas precisa de fundos. Quais são os principais desafios nessa gestão? Uma das nossas grandes preocupações é a sustentabilidade da Associação. Estamos muito agradecidos a todas as empresas que nos apoiam, mas temos feito um trabalho de diversificação e, cada vez mais, temos um conjunto de doadores regulares. São pessoas individuais que contribuem com valores desde 6€ por mês. Já temos mais de 4000 pessoas unidas à nossa causa. E convido todos os que puderem a juntarem-se a nós. É muito importante, porque é na diversificação da fonte de receitas que conseguimos ter sustentabilidade.

O que achas que falta para que exista uma verdadeira inclusão e diversidade também a nível empresarial? De forma geral, falta uma mudança de mentalidades. As pessoas com deficiência são cada vez mais bem aceites na sociedade, mas ainda existe muita discriminação e um grande desconhecimento. As mudanças concretas nas autarquias, nas escolas, em tudo isso, é o que vai fazer a diferença e vai criar um país cada vez mais inclusivo. Diria que os portugueses em geral são supersimpáticos

e sensíveis, mas nesta questão da deficiência temos de ser mais rápidos, porque ainda existe muita discriminação e muitas pessoas com deficiência fechadas em casa, que não conseguem entrar no mercado de trabalho, ir à escola, fazer desporto adaptado.

O que é que ainda te falta alcançar, que sonhos tens por concretizar? Sobretudo esta questão das acessibilidades. Gostava de trabalhar mais a fundo com uma ou duas autarquias do nosso país para implementar zonas modelo que pudessem servir para outras autarquias e cidades poderem replicar o projeto. Todas as autarquias do país deviam ter um orçamento anual para a implementação destas acessibilidades. Com situações avulso de pôr uma rampinha ali e pôr uma rampinha acolá, ou de ajudar uma pessoa pontualmente que teve um acidente, é muito difícil mudarmos o nosso país e torná-lo acessível. Essa é uma das coisas que me falta fazer. Obviamente, agora que fui pai, um dos meus grandes objetivos é poder acompanhar a minha família, e crescer enquanto pessoa e enquanto cidadão.

Para lá da Associação Salvador, o que mais te define? Quem é o Salvador? Uma pessoa simples, amiga do seu amigo. Apesar de ter uma certa reputação, sou uma pessoa algo reservada, gosto da minha intimidade. Sou alegre, feliz, persistente naquilo que quero alcançar.

Olhando para trás, há algum conselho que darias ao jovem Salvador? Para ter um bocadinho mais de calma, que as coisas na vida vão acontecendo por si próprias. Às vezes temos pressa para que as coisas aconteçam. Houve muitas situações que não consegui saborear da melhor forma, porque foi tudo a correr. Hoje percebo que é importante termos tempo para os nossos amigos, para a nossa família, que a vida passa muito rápido e às vezes só quando acontecem situações mais difíceis é que nos apercebemos disso. Ter alguma calma e saber aproveitar todos os momentos é o mais importante. E um sentimento de agradecimento por todas as pessoas que tive a sorte de conhecer e que vão tocando a minha vida.

“OS PORTUGUESES EM GERAL SÃO SUPERSIMPÁTICOS E SENSÍVEIS, MAS NESTA QUESTÃO DA DEFICIÊNCIA TEMOS DE SER MAIS RÁPIDOS, PORQUE AINDA EXISTEM MUITAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA FECHADAS EM CASA, QUE NÃO CONSEGUEM ENTRAR NO MERCADO DE TRABALHO, IR À ESCOLA, FAZER DESPORTO ADAPTADO.”



GOLDEN GATE GRAND CAFÉ

CAFÉ
COM
HISTÓRIA

PODEMOS DIZER QUE O GOLDEN GATE GRAND CAFÉ, NO CENTRO HISTÓRICO DO FUNCHAL, ASSISTIU À PASSAGEM DOS SÉCULOS XIX E XX SENTADO NA PRIMEIRA FILA – ISTO É, DA ESPLANADA QUE AINDA HOJE EMBELEZA A QUE JÁ FOI CHAMADA “A ESQUINA DO MUNDO”. UM PROCESSO DE INSOLVÊNCIA FECHOU-LHE AS PORTAS, REABERTAS EM 2017 QUANDO UM EMIGRANTE NA VENEZUELA, DIONÍSIO SOUSA, O ADQUIRIU. PONTO DE PASSAGEM OBRIGATÓRIO PARA QUEM VISITA A ILHA, É UM DOS CAFÉS INCONTORNÁVEIS DA MADEIRA.

TEXTO: MARKUS ALMEIDA | FOTOGRAFIA: ANDRÉ FERREIRA

DESDE 1841

Sabe-se que já no século XIX o edifício Golden Gate era morada de café, que em 1921 funcionava lá o Hotel Golden Gate e que, a partir de 1928, se passou a chamar Grande Hotel Golden Gate. Em 1931 já se vislumbravam os toldos que ainda hoje marcam presença no primeiro andar. Quanto ao ano de fundação, Dionísio Sousa não tem dúvidas: “Todos sabem que o Golden Gate Grand Café abriu em 1841.”

DA VENEZUELA, COM AMOR

A família emigrou para a Venezuela era Dionísio ainda garoto. “Estive lá muitos anos”, conta. Na verdade, ainda está, embora passe cada vez mais tempo na ilha para cuidar de um café que é ao mesmo tempo uma instituição funchalense e recordação de infância. “Lembro-me de vir de férias, com 10 anos, e de o meu pai me trazer cá praticamente pela mão. Ficou-me na memória.”

ELEGÂNCIA

As obras de renovação, em 1998, deram ao espaço uma elegância e requinte inspirados no estilo madeirense do século XIX. A decoração, as mesas em madeira e cromados e as cadeiras de vime na esplanada remetem para um passado em que a elite madeirense se reunia em convívios com viajantes e turistas que chegavam em pequenos cruzeiros.

NOVA VIDA

Quer proprietários quer vizinhos foram mudando ao longo dos anos. Por exemplo, a partir de 1974, o hotel, no mesmo edifício, deu lugar a secretarias do Governo Regional. E se em 1998 se fizeram obras de renovação, 2014 foi um ano negro: por insolvência da sociedade que o explorava, fechou portas. Adquiri-lo em hasta pública, por 4,748 milhões de euros, e reabriu-lo, foi, para Dionísio Sousa, o “cumprir de um sonho”.

O RESTAURANTE

Suba a escadaria até ao primeiro andar, procure um lugar na varanda debaixo do toldo e peça a carta, que este café também é restaurante - e um especializado “em pratos italianos e cozinha internacional”, conta Dionísio Sousa. Na pastelaria, recomenda-se a tarte de maçã, o strudel, o *cheesecake* e o pastel de nata. “É tudo de fabrico próprio”, assegura.

“WORLD’S CORNER” EST 1841.

A expressão foi cunhada por Ferreira de Castro no romance *Eternidade*, de 1933, no qual escreveu: “Aquele ângulo do Funchal era, entre as esquinas do Mundo, dos mais dobrados pelo espírito cosmopolita do século.” A frase, sobre o café onde paravam todos os que estavam de passagem pela ilha, está inscrita num medalhão de bronze, na fachada do edifício, desde 2001.

DESDE

1876

QUIOSQUES DE REFRESCOS: DAS SANDES DE SANGACHO COMIDAS DE PÉ, AO PICA-PAU DE ATUM GOURMET DESFRUTADO NUMA ESPLANADA A VER O RIO. OS QUIOSQUES DE LISBOA ESTÃO VIVOS E RECOMENDAM-SE.

47



QUANDO era miúdo e corria para apanhar o barco na estação do Cais do Sodré, André gostava de parar no quiosque que ali havia, o “Quiosque do Bomboca”, e comprar duas sandes. As suas preferidas eram as de torresmos e as de sangacho, que é aquela parte mais escura do atum, com cebola picada. Vinham embrulhadas em papel de jornal e deixavam-lhe as mãos gordurosas. Nunca mais esqueceu aquele sabor e foi também por causa dessas memórias que, em 2020, o agora chef André Magalhães, da Taberna da Rua das Flores, aceitou o desafio de explorar o quiosque do vizinho Largo de São Paulo, que é outro dos sítios da sua infância: “O quiosque estava fechado, o que era uma pena, porque é o quiosque original, um sobrevivente do início do século XX”, conta. Além disso, em plena pandemia, agradou-lhe a ideia de ter uma esplanada e, por fim, havia o desafio de dar uma nova vida aos petiscos tradicionais que “eram a alma dos antigos quiosques de Lisboa”. E assim, no renovado quiosque do largo, de ferro pintado a vermelho e candeeiros em forma de balão, há “salgadinhos e sandochas” para todos os gostos, incluindo sandes de lula frita, de pernil ou de cachaço, há ovos podres, punheta de bacalhau e saladinha de polvo, entre outras delícias que podem ser acompanhadas por xaropes caseiros, como alternativa aos refrigerantes. A música sai dos altifalantes e, em vez de estivadores a caminho do trabalho, a clientela é composta maioritariamente por turistas e jovens a caminho de uma noite - não é exatamente como os quiosques de “antigamente”, mas é o mais perto que lá conseguimos chegar.

A palavra quiosque vem do “kouchk” persa e do “kioshk” turco, que significam “pavilhão de jardim”. Os “pavilhões” tornaram-se moda em Paris, em meados do século XIX, quando o prefeito da cidade, o barão Georges-Eugène Haussmann, elaborou um plano de modernização, no qual participaram o engenheiro civil Jean-Charles Alphard e o arquiteto Gabriel Davioud.

TEXTO

MARIA JOÃO CAETANO

A PALAVRA QUIOSQUE VEM DO “KOUCHK” PERSA E DO “KIOSHK” TURCO, QUE SIGNIFICAM “PAVILHÃO DE JARDIM”. OS “PAVILHÕES” TORNARAM-SE MODA EM PARIS, NO SÉCULO XIX.

Foi nessa altura que surgiram os grandes passeios, parques e fontes de Paris, e foi Davioud o responsável pelo primeiro mobiliário urbano da cidade, que incluía bancos, cestos de lixo, candeeiros, urinóis, grades de ferro e também os quiosques.

O modelo foi copiado por diversas cidades europeias, entre as quais Lisboa, onde, por essa altura, também se pensava na necessidade de implementar reformas urbanísticas. Em 1866, a autarquia admitia que “são inúmeras as necessidades que faltam satisfazer na capital, inúmeros são também os males que há a remediar (...). As ruas de Lisboa são mal calçadas, a limpeza mal feita, a rega das ruas quase nula, a polícia difícil, os mercados raquíticos, a iluminação deficiente”. Entre as ideias para melhorar a cidade, Thomas de Mello, artista que tinha passado uma temporada em Paris, propôs a instalação de quiosques. E foi assim que, em novembro de 1867, foi decidido instalar os primeiros “kioskos”, “como uma coisa útil, e, até certo ponto, como um meio de embelezamento”, segundo se lê nas Atas das Deliberações da Assembleia Municipal de Lisboa, citadas por Claudie Bony no livro *Uma História dos Quiosques*.

No Rossio, realizaram-se então obras de melhoramento - com a pavimentação e a plantação de árvores - e foi aqui que, em 1869, foi instalado o primeiro quiosque. Chamava-se “Elegante”, mas entre a população que o frequentava, sobretudo operários e pequenos artesãos, ficou conhecido como “Boia”. “Uma boia de salvação para se refrescar, se revigorar, ganhar tempo para respirar”, como escreve Claudie Bony. O “Boia” tornou-se ponto de encontro de intelectuais, agitadores e sindicalistas, de tal forma que havia quem lhe chamasse o quiosque dos “libertários”. Em 1913, o quiosque situado no Rossio foi destruído por populares que o incendiaram num momento descontrolado de um cortejo durante as festas da cidade.

Nessa altura, os quiosques já faziam parte da paisagem lisboeta. O desejado plano de modernização chegou com a nomeação, em 1874, do engenheiro Frederico Ressano Garcia como chefe



OS QUIOSQUES ONDE SE PODIA PETISCAR DE PÉ, RAPIDAMENTE E A PREÇOS ACESSÍVEIS, GANHARAM O SEU LUGAR NA CIDADE.

da Repartição Técnica de Lisboa, responsável pelo planeamento urbano que haveria de criar as Avenidas Novas a partir de uma grande avenida do Rossio ao Campo Grande. A construção sistemática de passeios públicos e faixas laterais e a generalização da calçada portuguesa criam novos espaços de lazer onde podem ser instalados os quiosques. É nessa altura que Ressano Garcia impõe uma regulamentação dos quiosques, definindo não só onde podem ser colocados mas também as suas dimensões e formas, de acordo com os modelos previamente aprovados pela Repartição. Claro que essa uniformização nunca foi plenamente conseguida, mas a ideia mostra-nos a preocupação de embelezar a cidade e dar-lhe uma certa ordem.

A verdade é que os quiosques, onde se podia petiscar de pé, rapidamente e a preços acessíveis, ganharam o seu lugar na cidade e o negócio foi-se diversificando. Para além dos “refrescos” originais, sobretudo a água fresca, o capilé e a “orchata”, refresco de amêndoas e açúcar popularizado por Eça de Queiroz, o bagaço, o vinho a copo e cada vez mais também a cerveja e o café, os quiosques passaram a vender jornais e revistas, tabaco e fósforos, lotaria (e outros jogos que entretanto apareceram), gelados, bolos e sandes. Poderiam até acumular outras funções, como servir de apoio a praças de táxis ou a bombas de gasolina.

Ao longo do século XX, foram surgindo novos quiosques, outros se foram degradando, alguns acabaram por ser demolidos. Os tradicionais quiosques de Lisboa, que a pintora Maluda eternizou nos anos 80 numa série de serigrafias que deram origem a uma coleção de selos, passaram por um período de certo abandono. Só a partir de 2008 ganharam uma nova vida: a Câmara responsabilizou-se pela recuperação das estruturas, trocando alguns de sítio, criando novos modelos a imitar os antigos e atribuindo concessões. O primeiro a abrir foi o do Miradouro de São Pedro de Alcântara. Na sequência do sucesso da marca Casa Portuguesa, a empresária Catarina Portas venceu o concurso para a

O PRIMEIRO QUIOSQUE FOI INSTALADO NO ROSSIO, EM 1869. CHAMAVA-SE “ELEGANTE”, MAS ENTRE QUEM O FREQUENTAVA ERA CONHECIDO COMO “BOIA”.



HOJE, NOVOS QUIOSQUES CONTINUAM A NASCER PELA CIDADE, SEJA NO SEU FORMATO “RETRO”, SEJA EM FORMATO MODERNO.

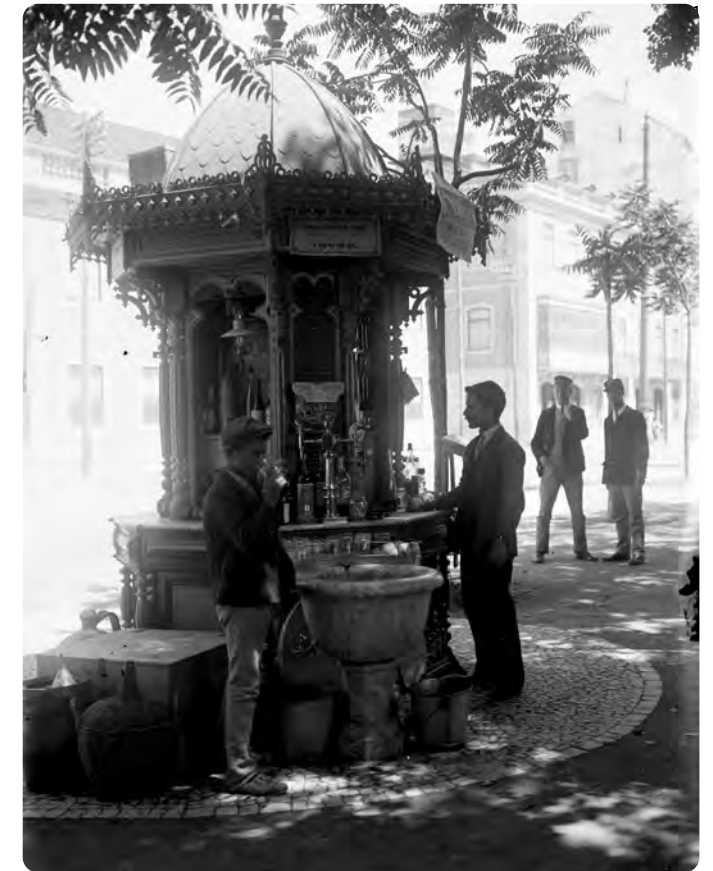
concessão de três moribundos quiosques lisboetas - Praça de Camões, Príncipe Real e Praça das Flores - tentando recuperar o espírito dos antigos “Quiosques de Refrescos”, mas trazendo-os para a nova Lisboa de turistas que palmilham a cidade em *tuk-tuks*.

Localizados quase sempre em praças, jardins e miradouros - do Largo de Camões ao Parque Eduardo VII, passando pela avenida da Liberdade ou pelo Jardim da Estrela - os quiosques tornaram-se, mais do que parte da paisagem da cidade, parte dos hábitos dos lisboetas que, definitivamente, perceberam que numa cidade com tanta luz e sol é um desperdício não passar mais tempo fora de casa. No Jardim das Amoreiras, a esplanada enche-se de famílias, todos os fins de tarde, enquanto as crianças brincam no parque, divertidas. No Miradouro de Santa Catarina, o pôr do sol perfeito para o Instagram é acompanhado por cerveja e às vezes uma guitarra, gente sentada no chão e conversas em todas as línguas. No Cais do Sodré, há caipirinhas e música ao vivo aos fins de semana, e estão todos convidados a sambar.

E novos quiosques continuam a nascer pela cidade. Seja no seu formato “retro” - como os que foram instalados na remodelada praça do Fonte Nova, em Benfica - seja em formato moderno - como os novos quiosques da Doca da Marinha, que abriram no início deste ano. Aqui, os quiosques surgiram logo como um dos pilares do projeto, a par do restaurante. São estruturas em vidro, com instalações de luz e cor de Julião Sarmento e cada um com a sua identidade: o quiosque Azul é uma marisqueira, o Amarelo serve petiscos e o Vermelho é vegetariano. Bernardo Delgado, o homem do Banana Café, trouxe a experiência adquirida nos quiosques da avenida da Liberdade para a beira-rio e promete criar “um espaço divertido e descontraído”, com programação artística e animação. Não há sandes de sangacho, mas numa das ementas encontramos um pica-pau de atum. Para petiscar, sentado na esplanada, a olhar para o Tejo.



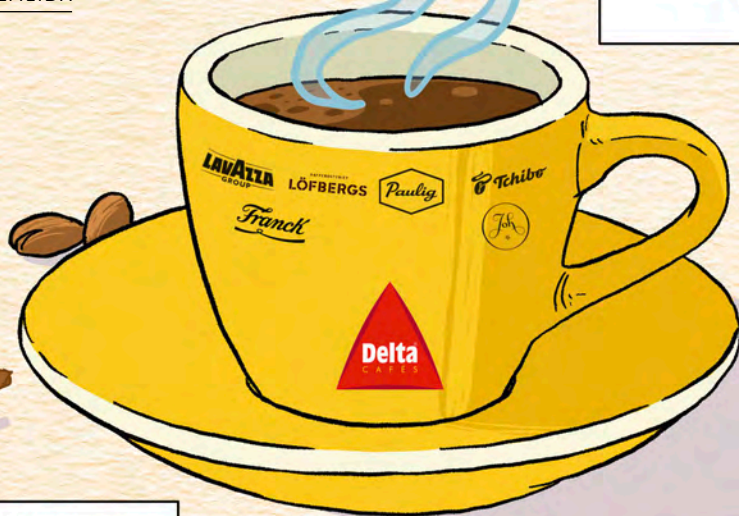
OS QUIOSQUES DE LISBOA, QUE A PINTORA MALUDA ETERNIZOU NOS ANOS 80 EM SERIGRAFIAS QUE DERAM ORIGEM A UMA COLEÇÃO DE SELOS, PASSARAM POR UM PERÍODO DE CERTO ABANDONO. SÓ A PARTIR DE 2008 GANHARAM NOVA VIDA.



A ALIANÇA INTERNACIONAL DO CAFÉ

TEXTO MARKUS ALMEIDA

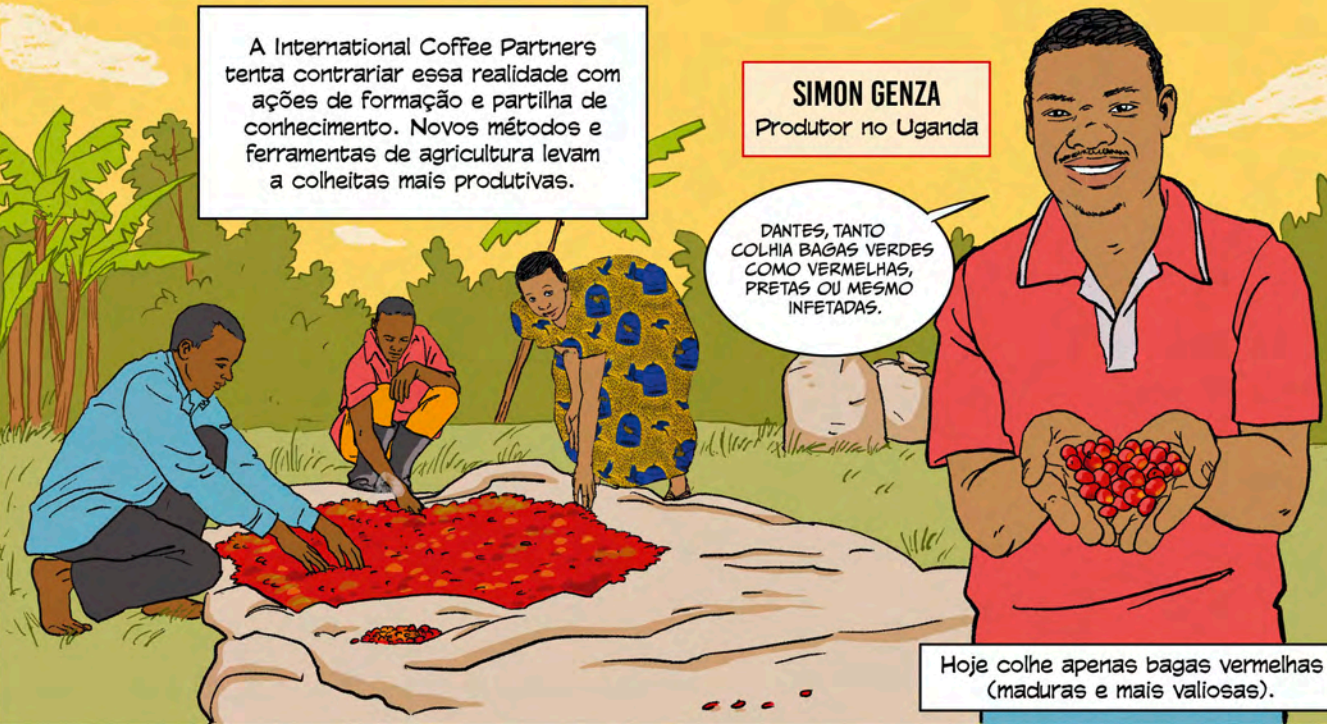
ILUSTRAÇÃO MARTA TEIVES



Em 2001, a Lavazza (de Itália), a Löfbergs (da Suécia), a Paulig (da Finlândia) e a Tchibo (da Alemanha) sentaram-se à mesa, beberam um café e decidiram tornar o setor cafeeiro mais sustentável, criando uma organização sem fins lucrativos para melhorar a vida de pequenos produtores. Assim nascia a International Coffee Partners, aliança altruísta entre as principais famílias europeias do café, a que mais tarde se juntaram a Joh. Johannson Kaffe (da Noruega), a Franck (da Cróacia) e a Delta Cafés (que dispensa apresentações).

É sabido que muitas regiões cafeeiras, onde os produtores dependem do cultivo do café para sustentar as suas famílias, são marcadas pela pobreza.

A International Coffee Partners tenta contrariar essa realidade com ações de formação e partilha de conhecimento. Novos métodos e ferramentas de agricultura levam a colheitas mais produtivas.



SIMON GENZA
Produtor no Uganda

DANTES, TANTO COLHIA BAGAS VERDES COMO VERMELHAS, PRETAS OU MESMO INFETADAS.

Hoje colhe apenas bagas vermelhas (maduras e mais valiosas).



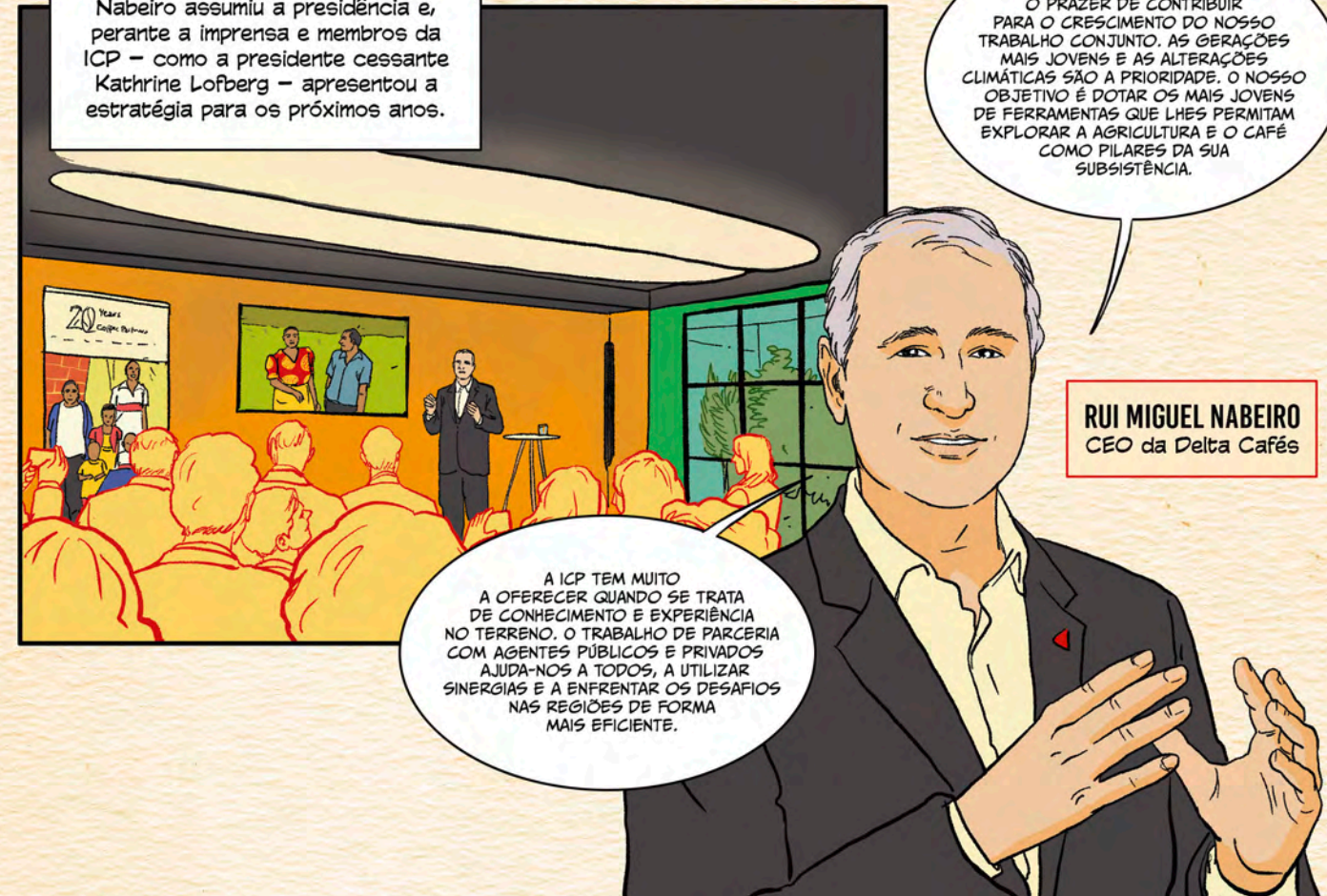
Com o conhecimento adquirido, muitos agricultores conseguiram duplicar ou até mesmo triplicar o valor da produção de café.

Na Etiópia, e só entre 2020 e 2022, as famílias apoiadas pela ICP aumentaram a produção em 54%.

Até junho de 2022, foram apoiados mais de 103 mil pequenos produtores de 13 países.

A 8 de março de 2023, na Delta The Coffee House Experience, em Lisboa, Rui Miguel Nabeiro assumiu a presidência e, perante a imprensa e membros da ICP – como a presidente cessante Kathrine Lofberg – apresentou a estratégia para os próximos anos.

TENHO O PRAZER DE CONTRIBUIR PARA O CRESCIMENTO DO NOSSO TRABALHO CONJUNTO. AS GERAÇÕES MAIS JOVENS E AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS SÃO A PRIORIDADE. O NOSSO OBJETIVO É DOTAR OS MAIS JOVENS DE FERRAMENTAS QUE LHE PERMITAM EXPLORAR A AGRICULTURA E O CAFÉ COMO PILARES DA SUA SUBSISTÊNCIA.



RUI MIGUEL NABEIRO
CEO da Delta Cafés

A ICP TEM MUITO A OFERECER QUANDO SE TRATA DE CONHECIMENTO E EXPERIÊNCIA NO TERRENO. O TRABALHO DE PARCERIA COM AGENTES PÚBLICOS E PRIVADOS AJUDA-NOS A TODOS, A UTILIZAR SINERGIAS E A ENFRENTAR OS DESAFIOS NAS REGIÕES DE FORMA MAIS EFICIENTE.

OS SEGREDOS DA HERDADE DOS ADAENS



O PROJETO DE TURISMO RURAL DA FAMÍLIA NABEIRO EM CAMPO MAIOR, A POUCOS MINUTOS DO CENTRO DE CIÊNCIA DO CAFÉ E DA ADEGA MAYOR, É UM POÇO DE SEGREDOS. REVELAMOS DUAS MÃOS CHEIAS DELES, COMO A CHEF QUE JÁ FOI DISTINGUIDA COM ESTRELAS MICHELIN OU CARRUAGENS DE COMBOIOS TRANSFORMADAS EM QUARTOS DE HOTEL.

DORMIR NUMA CARRUAGEM

É clara a mensagem da placa de aviso, junto à linha de caminho de ferro: Pare, Escute, Olhe. E se cumprir as indicações e seguir a linha com o olhar, verá que termina numa antiga carruagem de comboio convertida em turismo rural. É provável que em mais nenhum lugar de Portugal se durma como na Herdade dos Adaens. Não faltam suítes nem *bungalows*, é claro, mas dormir num vagão de comboio – ou num barco, mas já lá iremos – é outra história. O princípio da economia circular deu o mote e um antigo colega de João Manuel Nabeiro deu um empurrão. “Os contactos com a CP foram difíceis, mas como tinha lá um amigo, que foi meu colega no Liceu Nacional de Évora, conseguimos chegar a um entendimento com a CP para adquirir três carruagens, que vão passar a sete”, conta. As quatro novas já chegaram entretanto e inserem-se num projecto de renovação em desenvolvimento. Quanto às três originais, são elas a carruagem Nisa, inspirada na famosa olaria pedrada da vila; a Alter, em homenagem ao cavalo tradicional de Alter do Chão, o Alter Real; e a Arraiolos, com uma decoração inspirada nos tapetes bordados.





OS CAMINHOS DA NATUREZA

O que não falta, na Herdade dos Adaens, é espaço. São 400 hectares de típico montado alentejano, e ao fundo, a pautar o horizonte, está a beleza natural das serras de São Mamede e São Pedro de Albuquerque. Para melhor a contemplar, sugerem-se três caminhos de observação que não se cruzam. Dois dos caminhos, sensivelmente mais curtos em distância e duração, nunca chegam a sair dos terrenos da herdade. Já o terceiro é um troço pertencente ao “Percurso Raiano entre Cal e Mel”, um caminho municipal que atravessa a herdade, passa por ruínas de antigos fornos de cal e atravessa ribeiras. São 15,7 quilómetros que demoram aproximadamente 5h45 a percorrer – não é para curiosos nem iniciantes.

A ESPLANADA DOURADA

É nos dias de verão que este segredo se revela ao fim da tarde, quando o sol já não queima e uma leve aragem se levanta. A esplanada da Cozinha do Mercado fica nas costas do restaurante chefiado por Ilda Vinagre. De costas para o restaurante, mas de frente para o montado da Herdade dos Adaens e para a serra de São Mamede. Ao fundo, vislumbra-se até a sierra de San Pedro, já em Espanha. A esplanada é servida pelo restaurante, que só abre para almoços e jantares. Para breve, conta João Manuel Nabeiro, está previsto um novo modelo de receção com valências várias – entre elas, um bar. Porque numa esplanada com esta vista, qualquer hora é boa para se sentar à sombra, pedir uma bebida fresca e apreciar a paisagem.



A QUINTA PEDAGÓGICA

Fica a saber-se quase tudo sobre raças bovinas portuguesas depois de uma visita à Quinta Pedagógica. Por exemplo, que a vaca maronesa, com os seus cornos delgados, brancos e pontas escuras é uma das figuras imortalizadas nas gravuras rupestres de Foz Côa. Ou que a vaca minhota é a única raça portuguesa com dupla aptidão (carne e leite) e que ostenta cornos brancos de tamanho médio e extremidades afogeadas.

“Temos aqui um conjunto de raças bovinas autóctones que não se veem em qualquer lugar. É nossa obrigação proteger e dar a conhecer este património”, sublinha João Nabeiro. Num passeio pelos caminhos de terra batida da Herdade dos Adaens, é muito provável o encontro com pavões, burros mirandeses e um sem-número de cabras. A visita dura, em média, uma hora e meia e está disponível também para não hóspedes.

↓ FOTOGRAFIA GONÇALO F. SANTOS



A PISCINA BIOLÓGICA

“Foi uma frescura que nos entrou pela herdade”, recorda João Manuel Nabeiro, mentor do projeto de turismo rural. A “frescura” vem em forma de lago, mas é, na verdade, uma piscina de 465 metros quadrados que reproduz um ecossistema aquático. É um *habitat* artificial com uma zona de fauna e flora onde acontecem os processos biológicos de purificação da água. A zona de banhos, à parte, tem uma área de 280 metros quadrados e até dois metros de profundidade. Há ainda um observatório subaquático, para

se ver o que acontece por baixo da superfície – como se a piscina biológica fosse um aquário gigante. “O foco na Herdade dos Adaens foi sempre na sustentabilidade, em linha com as características do espaço e as suas qualidades ecológicas”, diz João Manuel Nabeiro, presidente do Conselho de Administração da Delta. A piscina vem nessa senda e é um dois-em-um: “Dá ainda a frescura que tanto precisamos no Alentejo, que nos dá sempre muitas alegrias, mas também muito calor no verão.”

5

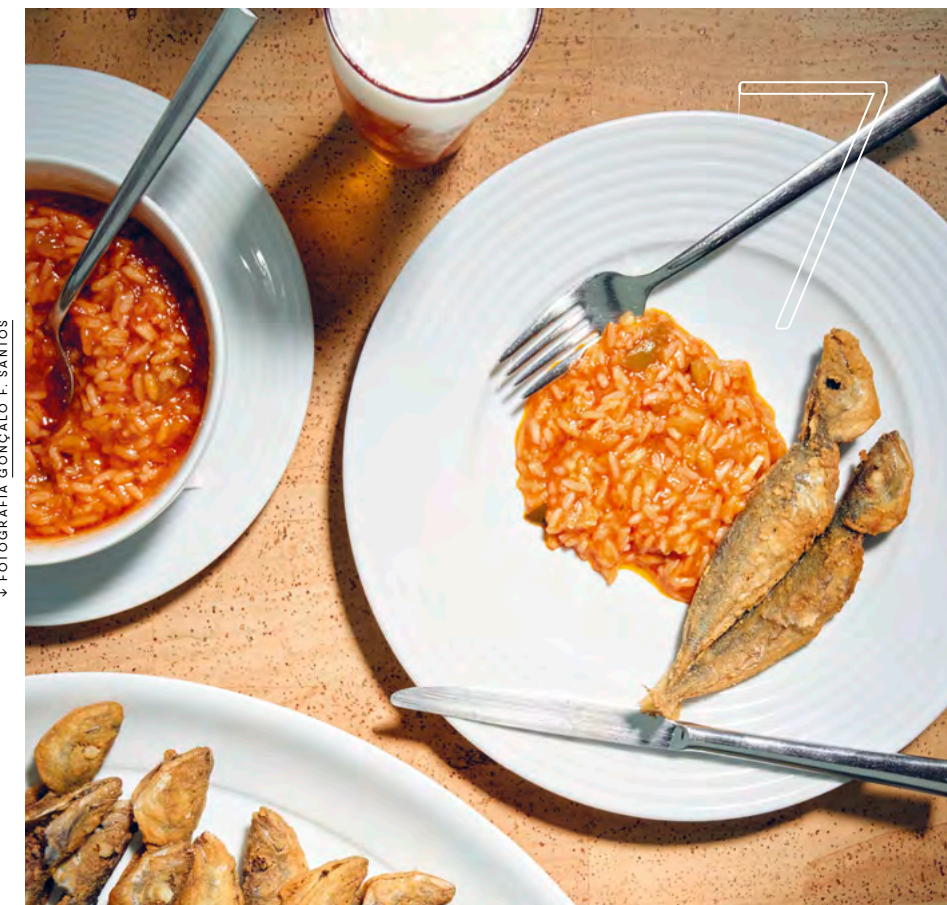


O ATELIER DO MEL

Como se extrai, processa e embala o precioso néctar das planícies alentejanas, eis algo que vai aprender no Centro de Interpretação da Natureza, do Mel e da Biodiversidade. Além do ciclo do mel – do pólen recolhido pelas abelhas, à produção de cera e a sua transformação naquilo a que muitos chamam “ouro líquido” –, também o ciclo de vida destes pequenos insetos voadores é abordado de fio a pavio. A ideia, no fundo, é reconhecer a utilidade milenar da abelha para o Homem na produção deste alimento energético de excelência. E se colocar o dedo no pote do mel não é permitido, esse pode ser comprado na loja, bem como outros produtos apícolas como geleia real, própolis e cera. O Centro de Interpretação da Natureza, do Mel e da Biodiversidade é um local interativo e pedagógico que, através das abelhas, tenta ainda explicar a biodiversidade da Herdade dos Adaens.



↓ FOTOGRAFIA GONÇALO F. SANTOS



A HERANÇA MICHELIN

A soltura, sabor e textura do arroz de tomate malandrinho não engana: na Cozinha do Mercado moram mestria, talento, experiência e um dos segredos mais bem guardados da Herdade dos Adaens: a chef Ilda Vinagre. O seu currículo de quatro décadas na restauração inclui duas estrelas Michelin no Brasil (Bela Sintra e Chiado) e outra, conquistada em 1992, com um restaurante de comida tradicional alentejana em Terrugem, perto de Elvas (A Bolota). “É uma senhora desta zona que tem um caminho e uma história muito fortes”, diz João Manuel Nabeiro, que admite não dispensar o “bacalhau dourado nem o ensopado de borrego”. A chef Ilda comanda desde 2018 este restaurante de ambiente acolhedor, com uma carta que reúne o melhor da gastronomia local. A lista de vinhos é preenchida, em exclusivo, com referências da Adega Mayor, cujo edifício branco e minimalista, desenhado por Álvaro Siza Vieira, se avista ao longe, entre a bela paisagem alentejana.



A PISCINA INTERIOR

Apenas uma piscina seria sempre insuficiente para um hotel como este – mesmo sendo biológica e com quase 300 metros quadrados de superfície. Por isso, a Herdade dos Adaens tem não uma, mas duas piscinas. Uma exterior (a biológica) e uma interior, com 65 metros de área, que nos quentes dias estivais se transfigura numa piscina de ambiente aberto. É que se a zona de Campo Maior é extremamente quente no verão, como é apanágio do Alentejo, os invernos, por sua vez, podem ser bastante rigorosos. E para ajudar a suportar os dias mais frios, é ao lado da piscina convencional – chamemos-lhe assim – que se encontra o tanque de hidromassagem climatizado. E não se deixe enganar pelo uso do adjetivo “interior”, já que, ao contrário do que se poderia pensar, quer piscina quer jacuzzi recebem imensa luz natural.

A PEDALAR POR AÍ

Ninguém desaprende a andar de bicicleta. Quem sabe, nunca se esquece. Da mesma forma, a sensação de explorar os 400 hectares da Herdade dos Adaens a pedalar vai acompanhar sempre os hóspedes que alugarem uma das bicicletas que o hotel disponibiliza. As bicicletas, umas elétricas, outras convencionais, são do tipo todo-o-terreno – o que significa que circular pelos caminhos de terra batida é opcional. E se é seguindo a estrada que mais depressa se visitam a horta biológica, a estufa de aromáticas ou o abrigo para observação de aves, é a pedalar livremente pelo campo, em comunhão com a natureza, que se criam memórias que perduram. Quem nunca aprendeu a andar de bicicleta tem nos carros a pedal ou nas Moto 4 uma boa alternativa.



↑ FOTOGRAFIA GONÇALO F. SANTOS



O BARCO QUE NÃO NAVEGA

Diz-se, na Herdade dos Adaens, que não é preciso água para navegar entre Carvalhos. Porque mesmo sem água à vista, o Barco Alqueva, com capacidade para alojar duas pessoas, é sinónimo de uma viagem tranquila ao mundo dos sonhos – e sem ondulação. Apesar do nome, este nunca navegou no grande lago. “Encontrámo-lo perto de Lisboa, em Sarilhos Grandes, atolado em lodo”, conta João Manuel Nabeiro. “Demos-lhe uma segunda vida.” A filosofia por trás desta opção

liga-se “à história da mobilidade do café”, justifica. “Pensámos no barco, nos caminhos de ferro, nos transportes rodoviários e pensámos até num avião.” Mas se, devido a dificuldades logísticas, ainda não foi possível concretizar o sonho de aterrar na Herdade dos Adaens, o que seria uma muito original opção de dormida, os mesmos entraves não se colocaram à aquisição de dois autocarros. “Não são alojamento, mas proporcionam momentos tranquilos a quem nos visita.”

BAILARINA DO MUNDO

NOME
RUTE ALMEIDA GIL

IDADE
37 ANOS

DENTRO DA DELTA
TÉCNICA DE ROTAS
E PLANEAMENTOS

QUEM a vê de segunda a sexta nos escritórios da Delta Cafés, na Amadora, dificilmente adivinha que é bailarina nas horas livres - mas contando, ninguém estranha. Rute Almeida Gil, técnica de rotas e planeamentos há quatro anos, contagia pelo sorriso fácil e boa-disposição constante, mesmo durante o expediente. “É preciso levar a vida com leveza”, explica a bailarina.

A paixão pela dança começou aos seis anos, quando se juntou a um grupo de bairro, na Bobadela, dedicado às danças tradicionais portuguesas. Passou os 12 anos seguintes a dançar, em espetáculos de folclore de norte a sul do país, em festas populares de verão e chegou até a atuar na Alemanha e na Bélgica. “Guardo memórias espetaculares.” Quando o grupo se desfez, Rute foi abanar o esqueleto com novos ritmos: da salsa ao semba, do funaná à kizomba. Só perdeu o passo quando já trabalhava na área da organização de eventos, culpa dos horários imprevisíveis. “Senti logo a diferença. Dei por mim com uma vida de casa-trabalho, trabalho-casa.” Mas ao fim de um ano de pausa, voltou com tudo.

Foi nessa altura que descobriu dois estilos vindos de longe: *bellydance* e *bollywood*. “Sempre que via aquelas danças exóticas na televisão, pensava que um dia tinha de aprender aquilo.” Assim foi - e não se ficou pelo que aprendeu. Há coisa de seis meses, viu um espetáculo de sevilhanas da Escola de Dança Ana Köhler, onde também é aluna, e decidiu arriscar num novo estilo. “Achei bonita a música, as roupas, a alegria, e senti o chamamento.” Apesar de se considerar ainda uma aprendiz, Rute diz que se diverte muito nos ensaios - principalmente a fazer cara séria, quando é naturalmente sorridente. Garante que, seja que estilo for, “quem dança é sempre mais feliz”.



TEXTO MARIANA ABREU GARCIA FOTOGRAFIA MARIANA ALVAREZ CORTES

COMPRAR

A

A

ÇA

O

L

TODA

TEXTO
MARIANA ABREU GARCIA

FOTOGRAFIA
MARIANA ALVAREZ CORTES

ESTÁ PRESENTE QUASE SEMPRE QUE SE BEBE CAFÉ, MAS NEM SEMPRE É NOTADA... A MENOS QUE SEJA A PROTAGONISTA. É O CASO DA CERÂMICA EM EXPOSIÇÃO NA LOJA DELTA THE COFFEE HOUSE EXPERIENCE AVENIDA DA LIBERDADE PRODUZIDA POR ARTISTAS PORTUGUESES, ESCOLHIDA A DEDO PARA ALI ESTAR E QUE PODE LEVAR PARA CASA.

65



Q UEM entra na loja Delta The Coffee House Experience da avenida da Liberdade, em Lisboa, rapidamente percebe que aquele não é apenas mais um café. Seja pela enorme máquina de torrefação de café, encarregada de torrar os grãos que abastecem a cafeteria, seja pelos objetos expostos - e se uns são só para contemplar, outros são de levar para casa. Misturam-se nas mesmas mesas as antigas latas de café, que marcaram a década de 1960 da Delta, com produtos de design contemporâneo: das cafeteiras às várias peças em cerâmica.

Pratos, pires, canecas, chávenas, pequenas tigelas e muito mais - as cerâmicas expostas dependem da altura em que se visita a loja, que regularmente recebe novas peças. Tudo o que se vê é produzido por artistas portugueses cuidadosamente selecionados por Maria Manuel Lacerda, curadora não apenas deste cantinho da loja Delta The Coffee House Experience Avenida da Liberdade, mas também da loja ICON, no Chiado. Algumas



AS CERÂMICAS EXPOSTAS NA LOJA DELTA THE COFFEE HOUSE EXPERIENCE SÃO PRODUZIDAS EM QUANTIDADES REDUZIDAS E MUDAM COM REGULARIDADE. O QUE SE VÊ NUMA VISITA AO ESPAÇO, PODE JÁ NÃO SE ENCONTRAR NA VISITA SEGUINTE.



peças estão também na Loja Delta The Coffee House Experience, do Prata Riverside Village. “A parceria com a ICON faz-nos todo o sentido”, explica Clara Melícias, diretora das Delta Coffee House Experience. “Queremos divulgar peças que retratem a tradição da cerâmica em Portugal. Fazemo-lo através da exposição de produtos de qualidade, com um traço moderno e singular. Os artistas que fazem parte deste projeto, escolhidos pela Maria Manuel Lacerda, garantem qualidade, originalidade e singularidade em cada peça, aspetos que são muito valorizados pelo nosso público.”

Com um percurso ligado às artes, a também designer decidiu em 2018 abrir um espaço próprio, onde desde então tem vindo a divulgar e partilhar o que de melhor se faz em Portugal. Da cerâmica à joalharia, do desenho às artes plásticas, o objetivo é sempre dar voz aos artistas sem “cair no tradicional” ou no “que os turistas procuram”. Há cinco anos no Chiado, com a ICON, esses limites estão hoje bem definidos: não há andorinhas, sardinhas nem peças em cortiça. O que ali se encontra está longe de ser “very typical” e, por isso mesmo, surpreende no coração da cidade. Desde 2021, acontece o mesmo um pouco mais acima, na avenida da Liberdade.

HÁ PIRES, CANECAS, CHÁVENAS, PRATOS. TODAS AS PEÇAS SÃO PRODUZIDAS POR ARTISTAS PORTUGUESES E CUIDADOSAMENTE SELECIONADAS PARA A LOJA POR MARIA MANUEL LACERDA.



Na loja Delta The Coffee House Experience estão expostas aproximadamente 50 peças de edições limitadas e muitas vezes produzidas de propósito para este espaço. O que há num dia, pode já não haver no seguinte, e é essa dinâmica que torna interessante a exposição dos artigos para venda. As peças em si são diferentes umas das outras, não fossem elas produzidas por artistas - como Miguel Neto, Anabela Camelo, Bonnie & Clay ou Helena Brízido - escolhidos a dedo pela curadora. “Tento fugir ao óbvio e descobrir constantemente novos artistas.” O que não é difícil, garante Maria Manuel, já que uns artistas a conduzem a outros.

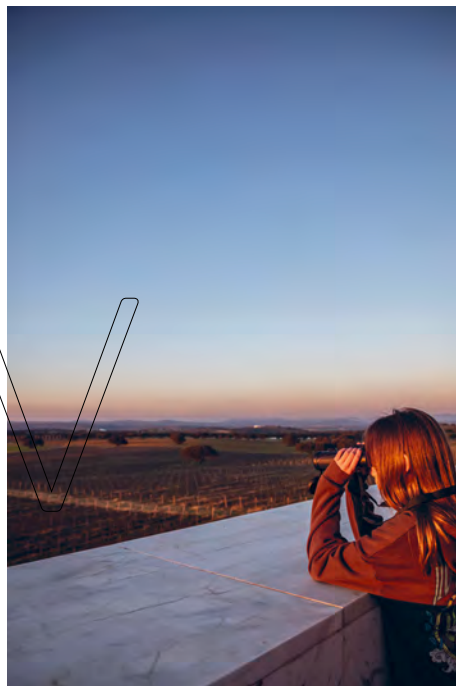
Com este novo foco na cerâmica, a propósito da curadoria do Delta The Coffee House Experience, a designer e curadora passou também a aprendiz de ceramista. “Sempre adorei cerâmica, mas sentia que me faltava perceber verdadeiramente do assunto, dominar a linguagem e as técnicas.” Por isso, durante o ano de 2022, decidiu fazer uma série de *workshops* com alguns dos artistas com que trabalha, para pôr as mãos na massa. O resultado foi além do esperado. “Descobri uma paixão.” Desde então, ganhou um novo gosto em selecionar cerâmicas para o Delta The Coffee House Experience. “Procuro ter sempre ali algo original e singular.”



VOAR
COM OS
GROUS
PELOS
CÉUS DE
CAMPO
MAIOR

TEXTO MARIA JOÃO CAETANO

DE UM PROJETO DE
UM ANTIGO ALUNO DO
CENTRO EDUCATIVO ALICE
NABEIRO QUE QUERIA SABER
MAIS SOBRE OS GROUS,
NASCEU UMA EXPOSIÇÃO
QUE PASSOU PELA
ADEGA MAYOR. AFINAL,
SEMPRE QUE DEIXA O NORTE
DA EUROPA EM BUSCA
DE UM CLIMA MAIS QUENTE,
É NA PENÍNSULA IBÉRICA,
E EM ESPECIAL NA REGIÃO
DE CAMPO MAIOR, QUE
O GROU ENCONTRA
CONFORTO.

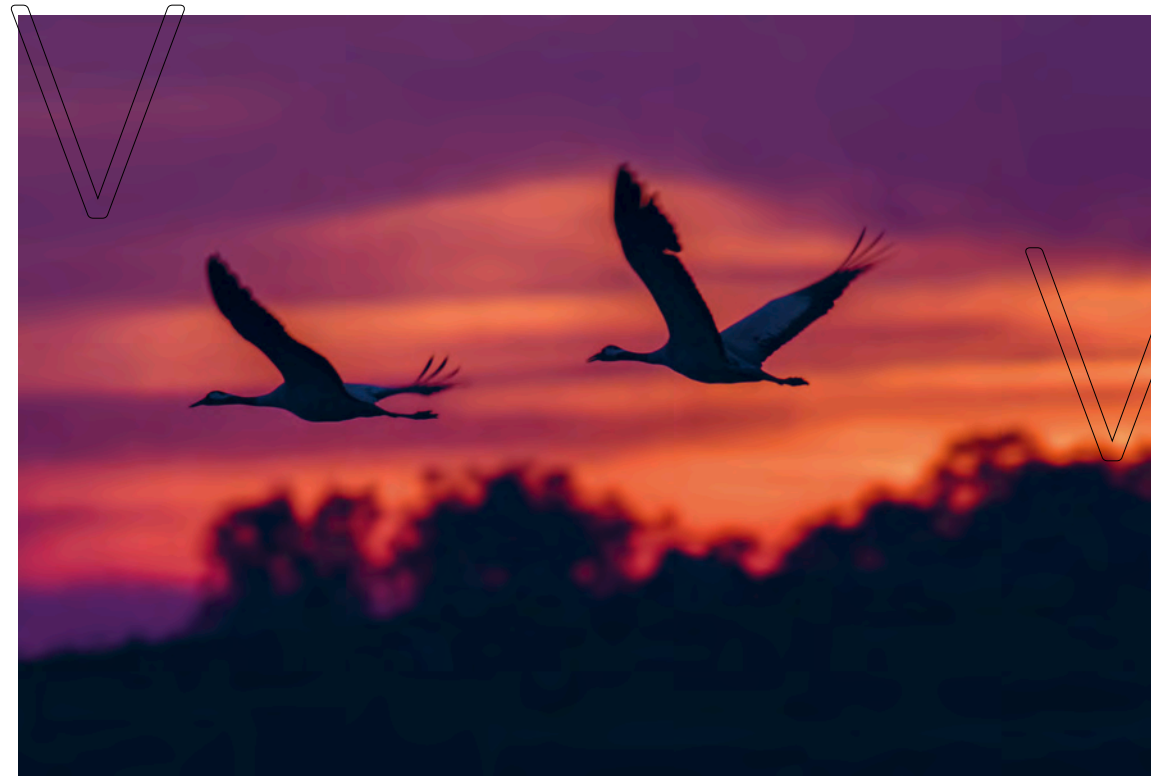


“**O**s grous fazem parte da nossa vida desde sempre.” Quando era miúdo, Carlos Pepê gostava de passear pelo campo com os amigos. Andavam de bicicleta, exploravam caminhos, observavam os animais. “Na altura do inverno, havia os grous.” Habitou-se a ver os bandos nos céus de Campo Maior, a típica formação em “v”, as aves alinhadas com as suas patas longas e pescoços compridos. “O grou é uma ave migratória, muito resistente, consegue voar imensos quilómetros. Há várias rotas, bem definidas. Estes vêm do Norte da Europa e passam a invernada na Península Ibérica”, explica. Começam a chegar em meados de novembro, quando a comida começa a escassear nos países mais frios, e ficam por aqui, como que a passar umas férias, até fevereiro. Na zona de Campo Maior, chegam a estar, no final da migração, seis mil grous - alimentam-se de sementes e bolotas de azinheira, por isso é normal procurarem as zonas de montado.

Não sabe se foi por causa dos grous, mas o interesse pelo ambiente e pela natureza foi crescendo. Completados os estudos, o agora professor Carlos Pepê regressou a Campo Maior em 1998 e fundou, com um grupo de amigos, todos interessados pelos temas da biodiversidade e da ecologia, o Geda - Grupo Ecologista e de Desportos de Aventura. “Todos queríamos fixar-nos aqui e queríamos aproveitar esta oportunidade, de estarmos perto da natureza, para fazer alguma coisa”, conta. O grupo desenvolve atividades mais ligadas ao desporto, como caminhadas, mas tem também um lado de ativismo, na luta pela qualidade do ambiente e pela convivência harmoniosa e saudável entre o Homem e a natureza.

Além disso, no Centro Educativo Alice Nabeiro, onde dá aulas desde 2007, Carlos Pepê é o professor responsável pela oficina das ciências, motivador do projeto “Ciência Viva” e coordenador do programa Eco-Escolas. Não admira, por isso, que tenha passado o “bichinho” da ecologia também ao seu filho, Rafael, que tem agora 17 anos. E, na verdade, foi por causa de Rafael que os grous voltaram a entrar na sua vida.

“Incentivamos os nossos alunos a criarem um projeto de empreendedorismo. E o Rafael escolheu investigar as rotas migratórias dos grous: queria ir até à Suécia para ver o país de origem dos grous e perceber como é o modo de vida deles lá e as diferenças em relação ao que acontece em Campo Maior.” O projeto “Instinto Natural” acabou por ser selecionado pela RTP para representar Portugal no programa da Eurovisão “Eu consigo fazer”. Além da vontade pessoal de ir à Suécia, para saber mais sobre os grous, Rafael queria “sensibilizar outras pessoas para a importância desta espécie”, porque os grous são excelentes bioindicadores das alterações climáticas,



CINCO FACTOS SOBRE O GROU

1

É uma ave migratória. No inverno, chegam a estar seis mil grous na zona de Campo Maior.

2

Os chamamentos sonoros e gorgolejantes podem ser ouvidos a grandes distâncias.

3

Os bandos voam na típica formação em “v”, as aves alinhadas com as suas patas longas e pescoços compridos. O voo é algo lento, com o pescoço esticado e com batimentos de asa rígidos, mas rápidos no movimento ascendente da asa.

4

O grou alimenta-se de sementes e bolotas de azinheira, por isso é normal procurar zonas de montado.

5

Gosta de passar a noite em zonas húmidas, charcas, com as patas dentro de água, e só se desloca para os montados ao nascer do sol.



O "FESTIVAL DO GROU",
QUE JUNTA A OBSERVAÇÃO
DE PÁSSAROS, O DESPORTO,
A GASTRONOMIA E O TURISMO,
REALIZA-SE EM CAMPO MAIOR.

e "identificar oportunidades de desenvolvimento regional com base no turismo ornitológico".

Rafael tinha 11 anos na altura e entregou-se por completo a este projeto. Para concretizar o seu objetivo tinha de angariar 1500 euros. Durante o ano letivo, organizou atividades com os seus colegas do Centro Educativo Alice Nabeiro, pediu ajuda a empresas locais, como a Delta, orientou caminhadas de observação de grou, deu *workshops* de origami a grupos de idosos a quem ensinava a fazer grou de papel.

É que, no Japão, o grou é considerado um "tesouro nacional". Os japoneses acreditam que o grou é uma ave sagrada, que simboliza paz e vida longa. Também simboliza o amor conjugal e a fidelidade, porque são aves monogâmicas, ou seja, ao longo da vida os grou só têm um único parceiro. Quem oferecer mil grou em origami terá a felicidade eterna, dizem.

Foi uma enorme felicidade para o Rafael ter conseguido ir às lagoas de Hornborgasjön, na Suécia, em 2017, ver os grou e falar com alguns dos maiores ornitólogos. Está tudo documentado num programa de televisão, gravado pela RTP, que acompanhou a aventura deste miúdo de Campo Maior apaixonado pelos grou.

Depois, o projeto incluía, no regresso, a divulgação dos resultados, e foi assim que nasceu a exposição

"Instinto Natural Grou - Grus Grus" - que fala das aves que seguem o seu instinto natural e, por isso, fazem migrações. A exposição tem sido apresentada em várias escolas e congressos e, entre meados de fevereiro e final de março este ano, esteve também patente na Adega Mayor, que é membro do programa Act4Nature - Empresas pela Biodiversidade, promovido pela Business Council for Sustainable Development (BCSD) Portugal. Isto significa que a Adega Mayor, tal como as outras empresas que fazem parte desta rede, assumiu o compromisso de implementar estratégias de sustentabilidade dentro das suas áreas de negócio, no sentido de proteger, promover e restaurar a biodiversidade na sua região.

O FOTÓGRAFO PACIENTE

No dia da inauguração, os alunos do Centro Educativo Alice Nabeiro visitaram a exposição e realizaram algumas atividades relacionadas com a biodiversidade da região de Campo Maior. Entre os painéis com várias informações sobre os grou, a atenção dos jovens focou-se sobretudo nas fotografias de Ricardo Lourenço, fotógrafo que desde 2005 se dedica a captar as melhores imagens da vida selvagem, sendo colaborador habitual da *National Geographic*. Ricardo "apanhou" os grou

na zona de Campo Maior, Ouguela, Mourão, Barrancos, mas também do outro lado da fronteira, em Espanha: "É uma ave muito elegante e muito bonita. E quando se juntam todos, é um espetáculo giro: podem ser milhares, todos a cantar, fazem uma barulheira desgraçada."

Para fotografar os grou é preciso ter alguma paciência. "Temos de perceber onde é que eles gostam de andar. É preciso passar algum tempo só a observá-los, com os binóculos, para escolhermos o local ideal para montar um abrigo", conta. O abrigo é uma tenda camuflada que Ricardo instalava no local onde os grou passam os seus dias para se alimentar. Durante alguns dias, o fotógrafo ia lá só para observar e para os pássaros se habituarem à sua presença. "Isto tudo antes de começar a fotografar!"

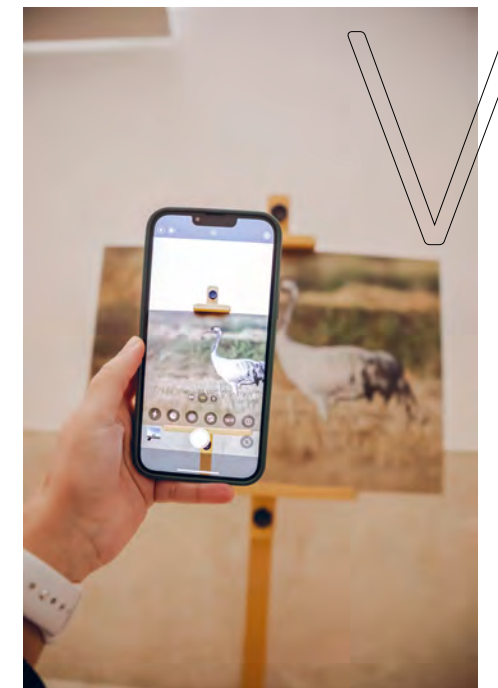
Os grou gostam de passar a noite em zonas húmidas, charcas, com as patas dentro de água, e só se deslocam para os montados ao nascer do sol. Por isso, Ricardo ia para o abrigo mais ou menos uma hora antes da alvorada, para preparar tudo. "Não podia era correr o risco de chegar depois deles, para não os assustar." Bem instalado, quase sem se mexer, às vezes com um pouco de frio, uma vez que estávamos no pico do inverno, Ricardo Lourenço fotografava as aves com uma teleobjetiva fixa de 600 milímetros: "Mais do que grande alcance, é necessário ter uma objetiva que garanta muita qualidade com pouca luz." As melhores fotografias dos grou foram tiradas logo cedo, quando o sol ainda se espreguiçava sobre a planície. Ao final do dia, os grou voltavam para os seus "dormitórios". Lá iam, em bandos de 70, 80 ou mesmo 100 pássaros, fazendo o seu "grou grou".

O projeto "Instinto Natural", de Rafael Pepê, mudou a vida de muitas pessoas. Foi a partir daqui que, por causa de todo o entusiasmo em volta destas aves, se começou a realizar em Campo Maior, em janeiro, o "Festival do Grou", que junta a observação de pássaros, o desporto, a gastronomia e, como Rafael previu no seu projeto, também o turismo e o desenvolvimento regional. "O festival já teve cinco edições, tem vindo a crescer e já é um ponto de referência da ornitologia. E foi tudo culpa do Rafael", conta o pai, com visível orgulho.

Mas também mudou a vida do Rafael. Na viagem de regresso da Suécia, o comandante do avião, sabendo que ele viajava acompanhado por uma equipa da RTP, convidou-o a ir ao *cockpit*. Foi nesse dia que, fascinado, Rafael decidiu que queria ser piloto de aviões. É para isso que está a trabalhar neste momento. E, conhecendo a sua determinação, sabemos que em breve andarás nos ares. Como os grou.



NO DIA DA INAUGURAÇÃO, OS ALUNOS DO CENTRO EDUCATIVO ALICE NABEIRO VISITARAM A EXPOSIÇÃO E REALIZARAM ALGUMAS ATIVIDADES RELACIONADAS COM A BIODIVERSIDADE DA REGIÃO.



A CHÁVENA DO SIZA

O QUÊ
CHÁVENA DE CAFÉ
 DESENHADA PELO ARQUITETO
SIZA VIEIRA

QUANDO
2012

MINIMALISTA e elegante, esta é capaz de ser a mais bonita chávena em toda a história da Delta Cafés - não fosse ela da autoria de um dos mais conceituados arquitetos portugueses, Álvaro Siza Vieira.

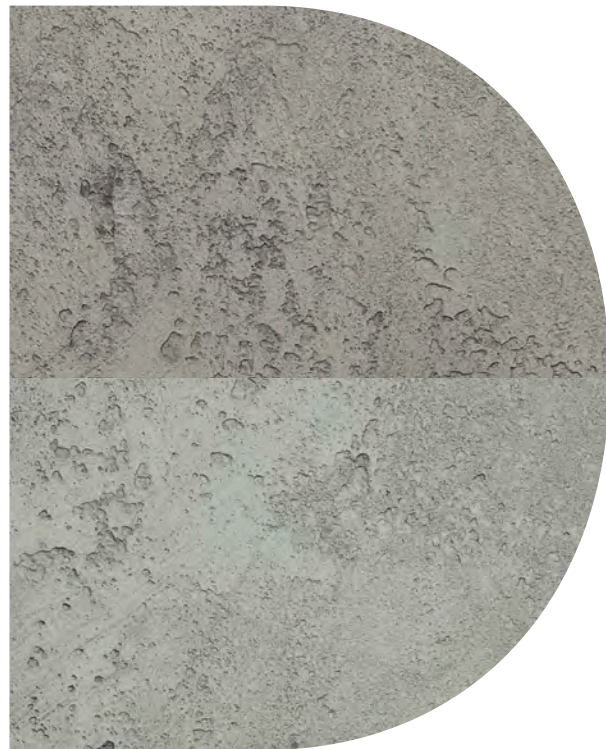
Tinha a Adega Mayor, projetada por Siza Vieira, já cinco anos de existência, quando Rui Nabeiro decidiu lançar um desafio improvável ao “seu arquiteto e amigo”, como o descrevia. Isto porque quem desenhou a primeira adega de autor em Portugal certamente poderia desenhar uma belíssima chávena de café.

“Coloquei-lhe a questão”, recordou Rui Nabeiro, “e respondeu-me com piada: ‘Então não me diga que a chávena é maior do que a adega! Faço isso rapidamente. O senhor pensou em mim e também eu sou capaz de pensar nos senhores.’” O projeto avançou e foi amor ao primeiro esboço: “Gostei eu e gostámos todos, entre família e amigos”, contou à revista DDD em janeiro de 2023.

A chávena, de linhas simples e depuradas, foi produzida pela Vista Alegre e chegou ao mercado no final de 2012. O conjunto de duas, acompanhadas de pires, custava 24€ e vinha numa caixa preta acartonada. Apesar de estar disponível para compra, Rui Nabeiro explicou que o objetivo, mais do que vender o novo produto, era criar impacto nos mercados do vinho e do café. “A chávena tinha carisma, era uma peça decorativa.” Tanto era que voou das prateleiras e, em poucos meses, esgotou. “Se ainda as tivéssemos, ainda hoje tínhamos mercado”, garantiu o Comendador.

TEXTO MARIANA ABREU GARCIA FOTOGRAFIA GONCALO F. SANTOS





DE ... DISRUPTION

A INOVAÇÃO ESTÁ NO ADN DO GRUPO NABEIRO. ATRAVÉS DELA, A MARCA ACREDITA QUE PODE MUDAR O MUNDO. FOI POR ISSO QUE CRIOU UM PROGRAMA PARA ENCONTRAR E ACOLHER PROJETOS QUE REFORCEM ESTE POSICIONAMENTO. AFINAL DE CONTAS, SEM DISRUPÇÃO NÃO HÁ INOVAÇÃO. QUE O DIGAM OS VENCEDORES DO DISRUPTION 22: A PLASBLOCK, A SKIZO E A YOGAN.

DISRUPTION 22 EM NÚMEROS

124 CANDIDATURAS

STARTUPS FINALISTAS

9

14

MENTORES

PROJETOS-PILOTO

3

64

HORAS DE SESSÕES DE TRABALHO EM BOOTCAMP

E STÁVAMOS em 2019, num mundo pré-pandemia, quando o Grupo Nabeiro criou uma unidade que mudaria o mundo de algumas *startups*: a Delta Ventures. Com o objetivo de “apoiar o desenvolvimento dos projetos das *startups* ou de outras entidades que trouxessem a inovação de fora para dentro [do Grupo Nabeiro]”, a Delta Ventures promove “parcerias igualitárias e impactantes”, explica Eunice Alves Costa, Head of Strategy and New Business. Como? Através da identificação de “projetos que possam ser sinérgicos”, avaliando-os, propondo uma parceria e acelerando-os. É por isso que esta unidade passou a ser a responsável pelo programa Disruption, que defende “esforços coletivos para desafiar a norma”.

A equipa da Delta Ventures é multidisciplinar e aplica uma metodologia de três fases: análise, integração e entrada no mercado. “Temos as competências de gestão de projeto e de marca, a componente financeira e a comercial. Digamos que somos uma ‘fábrica’ para ajudar a construir bons projetos, para que possam ser negócios de sucesso para ambas as partes”, esclarece Eunice. Por isso, ainda em 2019 nasceu um programa que permite fazer uma consulta ao mercado sobre temas que o Grupo Nabeiro gostava de explorar: o Disruption.

O intuito é que as *startups* ajudem o Grupo, ao mesmo tempo que são ajudadas. Para isso, têm de passar as três fases do programa: inscrição, *bootcamp* (aceleração) e *pitch* final. “Na edição 2022/23 quisemos desenhar um programa ajustado a estes novos tempos de pós-pandemia e de guerra. Nesse sentido, criámos um programa focado no negócio, mas também na criatividade, na necessidade de reflexão sobre os desafios e no equilíbrio do fundador - sempre sujeito a grande pressão”, comenta Eunice.

A Delta Ventures interessa trabalhar *startups* que partilhem dos mesmos valores e cujos projetos já tenham prova de conceito, mas que necessitam do *know-how* e *expertise* do Grupo Nabeiro. Ao disponibilizar os seus recursos, as *startups* crescem em conjunto com o Grupo. É o que acontece aos vencedores do programa Disruption 22, que receberam 124 candidaturas: a Plasblock, a Skizo e a Yogan. Vamos conhecê-los.



SKIZO

ANDRÉ FACOTE

ANDREIA COUTINHO



DA palavra italiana *schizzo* (“esquisso ou esboço”, em português) chegamos à marca “Skizo”. Porque o seu significado é exatamente aquilo que esta *startup* oferece ao cliente: “Um esboço, pois é ele que cria as suas próprias sapatilhas”, explica o CEO e um dos fundadores da marca, André Facote. Formado em gestão, foi na Academia da Marinha Portuguesa que criou uma ligação ao mar. Já a também fundadora Andreia Coutinho, formada em Ciências da Comunicação e da Cultura, criou esse elo enquanto jornalista em Sesimbra, quando trabalhou junto da comunidade piscatória.

E quem cria uma ligação com o oceano não deixa de se preocupar com ele. A ideia para a *startup* surgiu numa ida à praia com o filho Lorenzo, na altura, com 2 anos. “Ele tentou levar plástico à boca, uma vez que no areal havia lixo, restos de redes de pesca, garrafas, embalagens... Aí percebemos que não era esse o legado que queríamos deixar para a próxima geração.” Assim nasceu a Skizo, cuja missão é deixar um oceano mais limpo, recolhendo o lixo e produzindo, com ele, sapatilhas e acessórios.

Não terem *know-how* na área do calçado e da moda não os demoveu da ideia de inovar, de procurar alternativas para um planeta mais sustentável. “Tínhamos algo maior: formação e experiência noutras áreas e uma grande curiosidade”, lembra André. Esta resiliência levou-os a pesquisar, estudar e procurar saber mais sobre esta nova área. Até que descobriram aquele que poderia ser o seu parceiro nesta corrida: a Delta Ventures. Ao lerem uma notícia sobre o programa Disruption, decidiram inscrever-se. Porque tal como a Delta, também eles lutam por um mundo melhor.

3 RAZÕES PARA UMA *STARTUP* SE CANDIDATAR AO DISRUPTION, SEGUNDO OS VENCEDORES

1

“Enriquecimento do programa – crescemos a nível profissional e pessoal.”

2

“Contactos pessoais que são feitos, e partilhas por todos os envolvidos.”

3

“Oportunidade única de trabalharmos lado a lado com a família Nabeiro e aprendermos todo o *know-how* de uma empresa reconhecida nacional e internacionalmente.”



PLASBLOCK

MIGUEL FERREIRA



Luís e Miguel Ferreira, pai e filho, partilham uma história de gestão industrial - nas áreas do betão e cerâmica - que corre na família há mais de 100 anos. Com o evoluir do mercado e a entrada de Miguel na Prelis, em 2010, o foco do grupo passou para a “otimização de recursos e processos, tanto na busca de novas fontes de energia e combustíveis como na incorporação de materiais secundários”, conta Miguel. Mas nem só de vitórias se constrói uma empresa, tanto que nos últimos anos a Prelis teve alguns projetos falhados de aproveitamento de biomassas. “Queríamos encontrar uma nova maneira de as valorizar. Até que encontramos uma solução interessante de misturas com plásticos residuais, que nos levou a descobrir esta área de negócio a que hoje chamamos Plasblock.”

Centrada na circularidade, a Plasblock converte desperdícios de várias indústrias em tacos que são utilizados no fabrico e reparação de paletes. Mas até chegarem aqui, nem tudo foi um “mar de rosas”: “Foi necessário muita tentativa e erro, pois apesar de virmos da cerâmica, trabalhar com plásticos é, à sua maneira, um processo de extrusão complexo.” A criação desta *startup* não contou apenas com a resiliência da família; a sua preocupação com o ambiente foi também preponderante. É por isso que a Plasblock utiliza desperdícios de veículos em fim de vida, como contadores elétricos, computadores e equipamentos eletrónicos, cablagens, subprodutos dos processos de fabrico de mobiliário e cortiças, bem como desperdícios de processos convencionais de reciclagem. “Tudo o que, de outra forma, teria como destino o aterro ou a queima”, como cápsulas Delta Q usadas.

1

“O Disruption é transformador não só de negócios, mas também de pessoas.”

2

“Experimentar e sentir que fazemos também parte da família Nabeiro.”

3

“Portas abertas para um mundo de possibilidades.”



YOGAN

JOSÉ CASIMIRO

MARTINHA COSTA



80

MARTINHA Costa e José Casimiro são um casal formado em engenharia e os fundadores da Yogan Creamery, uma marca de produtos de origem vegetal saudáveis alternativos aos laticínios. “Comecei a produzir, apenas para consumo pessoal, alternativas vegetais ao leite, iogurte e queijo, por achar que no mercado não existiam alternativas saborosas e saudáveis”, diz Martinha. A falta de boas opções - “era tudo uma mistura de farinhas, óleos e sabores adicionados”, diz - e o facto de não ser prático produzir para consumo pessoal estiveram na origem da *startup*. “Isso, o meu espírito empreendedor e cada vez mais pessoas à minha volta, incluindo o José, deixarem de consumir leite por razões de saúde”, acrescenta. E assim nasceu a Yogan.

A par de todos estes motivos, a CEO acrescenta um outro: o facto de a indústria alimentar e a agricultura de produtos de origem animal serem dos maiores contribuidores para a poluição do planeta. “É na produção e comercialização destas alternativas que podemos causar mais impacto, criando produtos que conseguem substituir por completo os laticínios de origem animal, mas que são mais saudáveis e sustentáveis”, refere.

Criada para dar resposta a um problema local, a Yogan teve, desde o início, uma ambição global - e hoje está presente em Espanha, no Reino Unido, na Bulgária e na Alemanha. Com a Delta, Martinha e José partilham a inovação e a preocupação com a sustentabilidade, mas também o facto de serem ambas empresas familiares, “com ambição global e grande foco nas pessoas e no serviço”, refere a fundadora. E, claro, a vontade de mudar o mundo, inovando.

1

“Ter acesso ao conhecimento e experiência dos mentores.”

2

“Validar o projeto e fer recursos experientes a opinar sobre o mesmo.”

3

“Conhecer outras *startups* e ter acesso a uma comunidade de pessoas que partilham as mesmas ideias/opiniões.”

RAZÃO BÓNUS

“Pelo potencial de parcerias com a Delta.”

FIM DE SEMANA GRANDE

81

RIA FORMOSA

TEXTO MARIANA ABREU GARCIA

FOTOGRAFIA MARIANA ALVAREZ CORTES



COLORIDA, CHEIA DE VIDA E, SEM DÚVIDA, UMA FORMOSURA. A RIA FORMOSA ESTENDE-SE AO LONGO DE 60 QUILOMETROS DE COSTA QUE MARCAM A PAISAGEM DO SOTAVENTO ALGARVIO, DESDE A PRAIA DA MANTA ROTA (A LESTE DE CACELA VELHA) ATÉ À PRAIA DO ANCÃO (A OESTE DA ILHA DE FARO). MISTURA ENTRE MAR E RIA, O PARQUE NATURAL É COMPOSTO POR PENÍNSULAS DE AREIA, SAPAIS E PINHAIS, SENDO TAMBÉM CASA PARA DIFERENTES ESPÉCIES DE AVES MIGRATÓRIAS. DE NASCENTE A POENTE, DESCUBRA UM DOS PEDAÇOS MAIS BONITOS DO ALGARVE.

CACELA VELHA

Fica no topo de uma falésia a pitoresca aldeia de Cacela Velha. Com casas caiadas de branco e os rebordos das janelas e portas pintados de azul ou amarelo, o centro histórico da aldeia é pequeno mas merece ser palmilhado por inteiro. Batizadas com nomes de poetas - de Sophia de Mello Breyner a Ibn Darraj al-Qastalli, notável poeta árabe nascido em Cacela, em 958 -, as ruas têm poemas espalhados pelas paredes. Logo ao lado, dá-se com a igreja matriz, o forte e o **MIRADOURO DE CACELA VELHA**, que tem a vista mais bonita para a ria Formosa.

A longa escadaria em pedra, ali a dois passos, desce da aldeia até à ria, sempre rodeada de flores e catos. No final, encontra-se o que se esperava de um lugar à beira-mar plantado: os sinais em madeira, de ar artesanal, indicam que é ali que se faz o embarque para chegar à **PRAIA DE CACELA VELHA**, quando a maré-cheia impossibilita a travessia a pé. Entre abril e outubro, os barcos andam para lá e para cá o dia todo, e a viagem de ida e volta custa 1,50€.

Ao final da tarde, de regresso à aldeia, há poucos restaurantes para jantar, mas bons. No Casa Velha, é de provar o arroz de lingueirão. E, porque vêm diretamente da ria para o prato, as **OSTRAS** da Casa da Igreja, no largo, são inigualáveis em sabor e preço - a fila, por ordem de chegada, começa a formar-se a partir das 16h. Se gostar de surpresas, siga para o **CONVERSAS DE ALPENDRE**, um turismo rural a três quilómetros de Cacela Velha que trata muito bem os seus hóspedes. Ao jantar, que é diferente todas as noites, escolhe-se apenas o ingrediente principal (carne, peixe ou vegetais) que o chef se encarrega do resto. Depois de jantar, deixe-se ficar pelo alpendre ou vá conhecer os cantos à propriedade, por onde estão espalhados os diferentes alojamentos - das suítes à enorme casa na árvore (mais vistosa ainda à noite, toda iluminada), ou ainda a luxuosa cabana em madeira, camuflada na natureza, que por fora parece apenas uma enorme pilha de lenha.

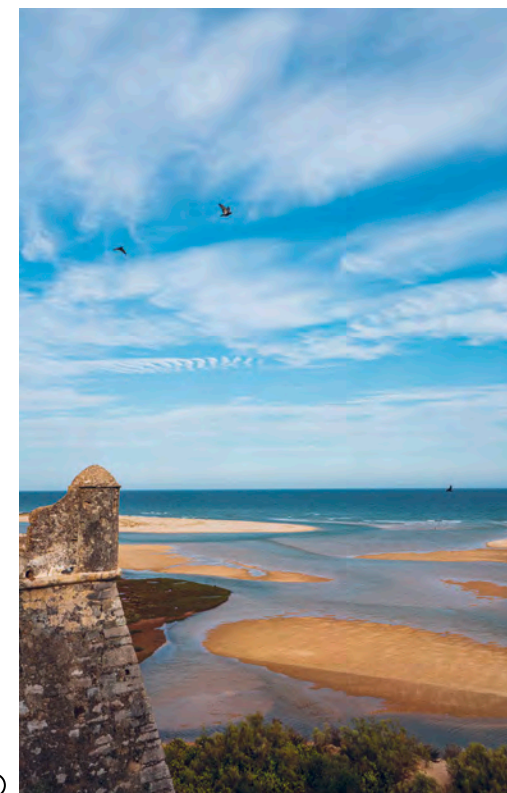
① **CONVERSAS DE ALPENDRE** ESTRADA DE SANTA RITA, 36, VILA NOVA DE CACELA / 910 035 704 / CONVERSASDEALPENDRE.COM

PRAIA DE CACELHA VELHA COORDENADAS: 37°9'36"N 7°32'33"W

② **MIRADOURO DE CACELA VELHA** COORDENADAS: 37°9'36.133"N 7°32'33.173"W



①



②



TAVIRA

A cidade forma-se em torno do rio Gilão, mesmo antes de ele chegar à foz. O centro histórico percorre-se bem a pé e vale a pena passear pelo Jardim do Coreto, o Mercado da Ribeira e o Castelo de Tavira, que tem a melhor vista sobre a cidade.

A ilha de Tavira tem cerca de 11 km de comprimento, onde cabem quatro praias de fazer inveja: a praia de Tavira, a da Terra Estreita, a do Homem Nu e a do Barril. Esta última é uma das mais emblemáticas da região, muito por culpa do trajeto a que ela obriga. Não estando muito calor, o quilómetro que vai da localidade de Pedras d'El Rei até à praia faz-se bem a pé - mas tem, garantidamente, outro encanto se apanhar o pequeno comboio que noutros tempos transportava o peixe do dia e que hoje leva veraneantes até ao areal. Nas dunas da praia, à esquerda, fica o inquietante **CEMITÉRIO DAS ÂNCORAS**, um memorial ao declínio da pesca de atum.

De regresso à base, vale a pena dar um salto a Santa Luzia, freguesia de Tavira e capital portuguesa do polvo. Para provar a iguaria de todas as formas e feitios, vá à **CASA DO POLVO**. Há-o em chamuças e croquetes, panadinhos e saladas, ceviche, *carpaccio*, caril e moqueca. Sempre comprado fresquinho em leilão, ultracongelado durante meses e depois cozinhado ao vapor - nota-se bem.

Sobrando tempo para mais mergulhos, é rumar a noroeste de Tavira e trocar o salgado do mar pela doce **CASCATA DO PEGO DO INFERNO**. A água cai de três metros de altura, formando uma lagoa verde-clara, para onde os mais afoitos se atiram de rochas altas, ora em queda livre, ora em lianas improvisadas.

A **QUINTA DOS PERFUMES** fica a cinco minutos do centro de Tavira, mas existe num ritmo diferente. O hotel nasceu em 2015, no lugar de uma fábrica de essências de alfazema há muito desativada. Inserida numa propriedade de 42 hectares, a Quinta dos Perfumes conta apenas 17 quartos e, hoje, continua a cheirar bem: sente-se no ar o aroma das mais de 20 mil laranjeiras ali plantadas.

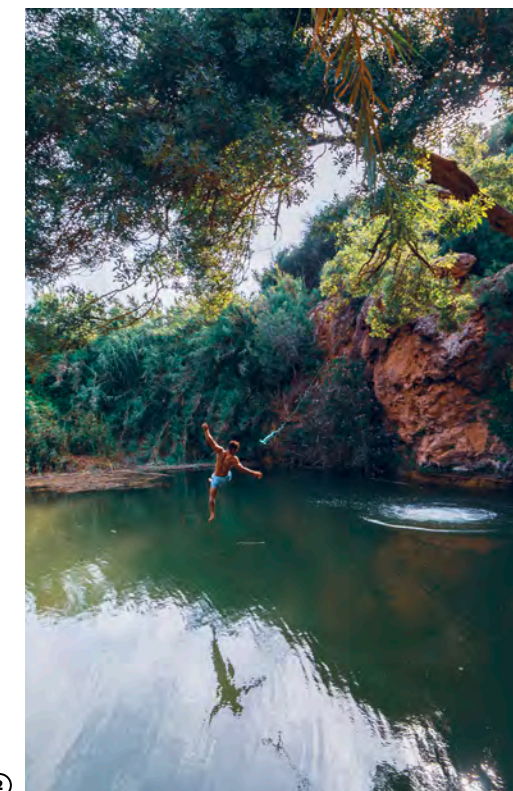
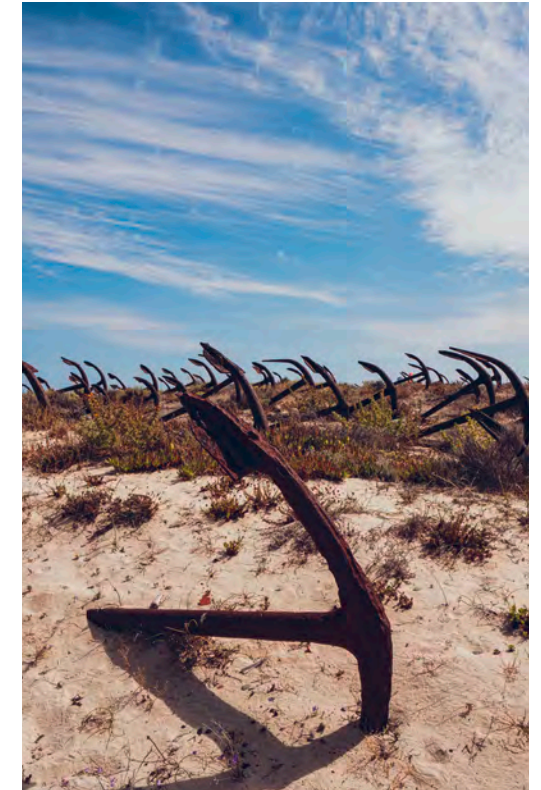
① **CASA DO POLVO** AV. ENG. DUARTE PACHECO, 8, SANTA LUZIA / 281 328 527 / FACEBOOK.COM/CASADOPOLVO.TASQUINHA

② **CASCATA DO PEGO DO INFERNO** COORDENADAS: 37°9'8"N 7°37'38"W

③ **QUINTA DOS PERFUMES** CX POSTAL 545-S, CONCEIÇÃO DE TAVIRA, TAVIRA / 281 327 233 / QUINTADOSPERFUMES.COM



①



②



③

FUZETA

Vamos começar por abordar o elefante na sala: Fuzeta ou Fuseta? A dúvida persegue até quem visita a vila piscatória, onde a palavra aparece escrita das duas formas. Eis a resposta: escreve-se com z, porque Fuzeta vem de Fozeta, diminutivo de foz, a que existia ali, onde desaguavam pequenos cursos de água. Agora sim, podemos conhecer em paz a pequenina mas encantadora vila.

Quem percorre as suas ruas estreitas não consegue evitar parar a cada esquina, seja pelos azulejos das fachadas, ou pelas coloridas buganvílias. No ponto mais a sul, o azul da ria Formosa é o pano de fundo. Aí fica o habitualmente pacato Jardim da Fuzeta, que ganha vida com a **FEIRA DE VELHARIAS**, que é também mercado, e que acontece sempre no segundo domingo de cada mês (à exceção de agosto). Entre rulotes de comes e bebes, pregões e regateios, encontra-se de tudo: da cestaria à cosmética natural, da cerâmica à olaria, sem esquecer os polvos secos, o mel, o alho roxo ou a laranja do Algarve.

A poucos metros fica a praia da Fuzeta, integrada na cidade, com um areal estreito mas extenso. A uma viagem de barco de distância (2,15€ ida e volta), do lado de lá da ria, está a **ILHA DA FUZETA** - e, a nascente, as várias praias da Barra, mais distantes mas menos concorridas.

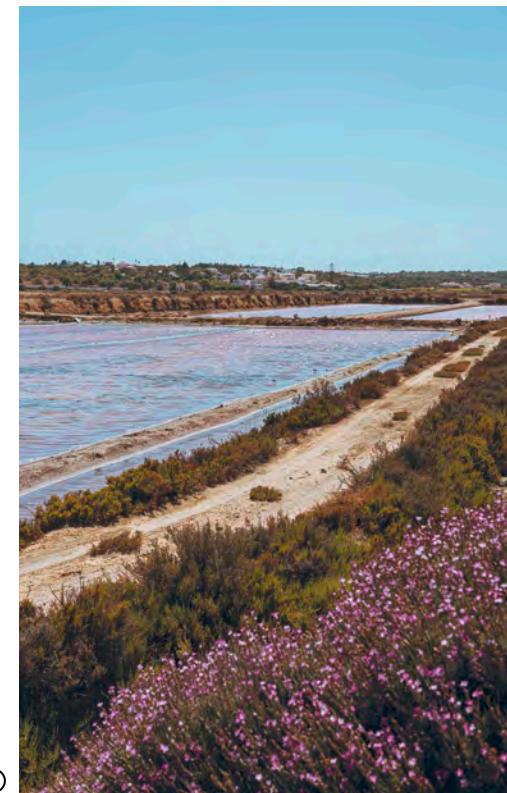
As travessias são tão bonitas que valem por si.

De regresso à Fuzeta, descobre-se a **ECOVIA DO LITORAL**, que atravessa o Algarve de uma ponta à outra - de Vila Real de Santo António ao Cabo de São Vicente. O corredor de 214 km faz-se a andar, a correr ou a pedalar. Pelo caminho, descobrem-se paisagens arrebatadoras. O percurso passa pelas **SALINAS DA FUZETA**, onde é comum o avistamento de flamingos.

FEIRA DE VELHARIAS PRAÇA DA REPÚBLICA, FUZETA

① **SALINAS DA FUZETA** COORDENADAS: 37°3'10"N 7°44'47"W

② **ILHA DA FUZETA** COORDENADAS: 37°3'32"N 7°45'42"W



①

②

OLHÃO

O nome oficial é Olhão da Restauração, mas há poucos que a chamem assim. A cidade ribeirinha descobre-se a pé, por entre ruas apertadas e labirínticas. É obrigatório visitar a igreja matriz, do século XVII, e subir à torre, de onde se avista a cidade de cima - aí se descobre que, em vez de telhados, as casas têm açoteias, isto é, terraços de inspiração árabe, onde antigamente se secava o peixe ao sol.

É no centro histórico que fica a **CASA SÉRGIO**, que junta peças de artesanato, local e não só. Há cestaria, cerâmica, têxteis e até cosmética natural para descobrir e levar para casa. Seguindo em direção à ria Formosa, dá-se com os **MERCADOS DE OLHÃO**, dois edifícios imponentes, em tijolo vermelho, lado a lado - um dedicado a peixe e marisco; outro a frutas, legumes e produtos regionais. Aí se encontra o melhor **FOLAR DE OLHÃO**. Composto por camadas de massa intercaladas com manteiga, canela e açúcar amarelo, é uma das sete maravilhas da doçaria portuguesa e, por isso, não dispensa uma prova oficial na cidade que lhe dá o nome.

Pertinho fica o porto de embarque de onde saem os barcos para as **ILHAS DA CULATRA, DA ARMONA E DO FAROL**. A viagem de ida e volta começa nos 2€ e é uma beleza - as penínsulas de areia e os diferentes tons da ria Formosa marcam a paisagem, com Olhão cada vez mais longe do olhar.

Nos arredores da cidade, a **CASA MODESTA** é um oásis de silêncio e tranquilidade. O turismo rural pertence a dois irmãos que decidiram recuperar a casa do avô, Carlos e Vânia Fernandes. O resultado conquista a cada detalhe - dos edifícios em forma de cubo às típicas açoteias, onde as espreguiçadeiras com vista para a ria Formosa convidam a ficar. O projeto de arquitetura é da autoria do PAr, gabinete que Vânia integra, e venceu o prémio internacional Architizer A+Awards, na categoria de hotéis e *resorts*, em 2017.



① **MERCADOS DE OLHÃO MERCADOS MUNICIPAIS, AVENIDA 5 DE OUTUBRO, OLHÃO**

② **CASA MODESTA COORDENADAS: 37°02'30.2"N 7°47'06.8"W / 289 701 096 / CASAMODESTA.PT**

CASA SÉRGIO RUA TEÓFILO BRAGA, 31, OLHÃO




ONDE
SE BEBE
O MELHOR
CAFÉ DO
MUNDO

BRUXELAS **LA MARÉE**

Português, no La Marée, só mesmo a caldeirada da chef Maria Teresa, a gerência de Mário Alves, alguns vinhos e o café Delta. “A nossa cozinha não é portuguesa, é franco-belga”, confirma o empresário de 59 anos, 45 dos quais a viver em Bruxelas.

Mário está à frente do restaurante desde 1992, quando o anterior dono – o seu pai – se reformou. A especialidade costumava ser o mexilhão, mas, nos últimos anos, o molusco que é uma instituição gastronómica na Bélgica cedeu o lugar ao peixe fresco. “Desde que é a minha mulher quem cozinha, o peixe fresco começou a ganhar popularidade. É que, garante: “a Maria Teresa domina os pontos de cozedura como ninguém”. Com presença no Guia Michelin e paredes ornamentadas com recortes de jornais onde constam críticas generosas e reportagens elogiosas, o La Marée é um dos restaurantes de peixe e marisco mais reputados de Bruxelas. Está no coração da cidade, a 200 metros do Canal de Bruxelas e a 400 metros da Grand-Place, da qual diz ser “a praça mais bonita do mundo”. Os portugueses também lá vão, mas a clientela tende a ser belga. “A nossa carta mantém-se igual há 40 anos. Só mudaram os preços, que antes eram em francos belgas.” É como a ligação à Delta: vem desde sempre. “Somos muito fiéis aos nossos fornecedores. Já o meu pai trabalhava com a Delta”, diz Mário, que chegou a beber 15 cafés por dia. Hoje refreia o consumo, por ordem do médico. “Não fosse o nosso fornecedor pensar que o café era todo para mim”, brinca. E é café expresso, do lote Diamond, tirado de uma máquina Mayor, o que se bebe no La Marée. “Compramos em grão e moemos no momento.”

TEXTO MARKUS ALMEIDA

DELTA 

EXPRESSIALISTA



Ser Expressialista é saber
colocar em cada cápsula
o expresso feito com perfeição

Em cada Cápsula Delta Q há saber e paixão pelo café, há um culto pela origem, uma ciência na torra e uma arte nos blends. E para extrair toda a essência do café, o sistema Delta Q leva até si um expresso feito com perfeição.



SISTEMA DELTA Q



RISE[®]
DELTA **Q**[®]
WITH
STARCK

PERFEITAMENTE AO CONTRÁRIO

O INOVADOR SISTEMA DE EXTRAÇÃO RISE DELTA Q INJETA O CAFÉ DE BAIXO PARA CIMA, PARA DAR UM NOVO SENTIDO À EXPERIÊNCIA DE CAFÉ. COM DESIGN DE PHILIPPE STARCK, A EXTRAÇÃO INVERTIDA INTENSIFICA O AROMA E PALADAR DO CAFÉ, MANTÉM A TEMPERATURA IDEAL E TRAZ AO DE CIMA UM CREME PERSISTENTE.

REVERSE
INJECTION
SYSTEM
EXPERIENCE

RISEBYDELTAQ.COM