



Eventos internacionais na rota da JORDÃO

JORDÃO on the international events route

A empresa continua a apostar na internacionalização. Dubai, São Paulo, Hong Kong e Milão são alguns dos locais marcados no mapa para as deslocações internacionais da JORDÃO em 2015. Até agora, o balanço foi muito positivo, com negócios fechados e outros ainda em curso. A participação na HOST advinha também bons resultados.

REGRESSO À GULFOOD

O Dubai marcou o início das viagens internacionais da JORDÃO em 2015. Entre 8 e 12 de fevereiro, a empresa de Guimarães viajou até ao Médio Oriente para participar na GULFOOD, considerado o evento principal do setor da restauração e da hospitalidade nesta região e com influência nos continentes africano e asiático.

Em destaque, estiveram as gamas de vitrinas VISTA e DAISY, tendo a JORDÃO apresentado propostas para os segmentos food retail e food service.

A participação no evento visou o aumento das exportações na região.

The company continues to focus on internationalisation.

Dubai, São Paulo, Hong Kong and Milan are some of the places on the map for international trips JORDÃO will make in 2015.

To date, the balance has been very positive, with deals sealed and others underway. JORDÃO'S participation at HOST also foresees good results.

RETURN TO GULFOOD

Dubai marked the start of JORDÃO's international trips in 2015. Between February 8 and 12, the Guimarães company went to the Middle East to take part in GULFOOD, considered the main event of the catering and hospitality sector in this region and with an influence on the continents of Africa and Asia. In focus were the VISTA and DAISY glass displays, with JORDÃO presenting proposals for the food retail and service sectors.

JORDÃO's attendance at the event aims to drum up exports in the region.

ESTREIA NA APAS COM SALDO POSITIVO

Em maio, a JORDÃO esteve em São Paulo, no Brasil, para participar na APAS. A presença da JORDÃO foi uma dupla estreia: estreia no certame e estreia na partilha de espaço com outra empresa portuguesa, a FRICON, de Vila do Conde. De acordo com Mário Rodrigues, responsável de Marketing da JORDÃO "foi uma parceria importante, dado que, tendo produtos complementares, podemos partilhar sinergias". A feira, dedicada ao segmento da grande distribuição, permitiu trabalhar a marca e os produtos da JORDÃO no segmento da grande distribuição no Brasil, onde a empresa é tradicionalmente associada ao canal HoReCa. As gamas DAISY (vitrinas e semi-verticais para supermercado) e COLUMBUS (expositores verticais para supermercado) estiveram em destaque. A aposta neste evento resultou em negociações para novos fornecimentos.



A JORDÃO esteve em São Paulo, no Brasil, para participar na APAS, pela primeira vez.

JORDÃO was in São Paulo, Brazil, to take part in APAS (São Paulo Supermarkets Association), for the first time.

MERCADO ASIÁTICO RECEBEU JORDÃO DE BRAÇOS ABERTOS

A JORDÃO viajou até Hong Kong para participar diretamente, pela primeira vez, na HOFEX. A empresa está presente há já alguns anos em Hong Kong e em algumas das mais importantes cadeias do setor alimentar, tendo visto na HOFEX uma oportunidade para reforçar a sua presença neste mercado, promover as suas soluções e incrementar a proximidade ao mercado e clientes.

Em destaque estiveram as gamas DAISY, FRESCO, PRIMUS e AMPHORA. A DAISY foi uma das gamas que mais sucesso teve durante o evento "porque é muito completa e cobre diversos segmentos e nichos de mercado", explicou Mário Rodrigues à COOL. A FRESCO também foi alvo de curiosidade, uma vez que era ainda desconhecida na região e conta com versões que se enquadram nos pontos de venda locais. A visibilidade e luminosidade únicas do mural PRIMUS tornaram-no outro dos equipamentos mais procurados durante o evento.

Os produtos da JORDÃO foram bem recebidos pelo mercado asiático. "Hong Kong é um mercado maduro, muito exigente, com pontos de venda sofisticados, onde a qualidade, o design e a inovação são valorizados pelos clientes. Ora, estes são pontos fortes dos nossos produtos", referiu o responsável de Marketing da JORDÃO. Hong Kong, Macau e China Continental são as regiões de onde eram originários os principais interessados no equipamento da empresa portuguesa.

O balanço da presença na HOFEX foi positivo, estando a JORDÃO

DÉBUT AT THE SÃO PAULO SUPERMARKETS ASSOCIATION (APAS) ENJOYS POSITIVE BALANCE

In May, JORDÃO was in São Paulo, Brazil, to take part in APAS (São Paulo Supermarkets Association).

JORDÃO's presence was a double début: it made its début at the fair and in sharing a stand with another Portuguese company, FRICON, of Vila do Conde. According to Mário Rodrigues, head of Marketing at JORDÃO "it was an important partnership given that having complementary products, we can share synergies". The fair, dedicated to the wholesale distribution segment, enabled JORDÃO's brand and products to be worked in the wholesale distribution segment in Brazil, where the company is traditionally associated to the HoReCa channel. The DAISY (semi-vertical supermarket food display cabinets) and COLUMBUS (vertical supermarket display cabinets) ranges were in the spotlight. Investing in this event resulted in negotiations for new supplies.

ASIAN MARKET WELCOMES JORDÃO WITH OPEN ARMS

JORDÃO travelled as far as Hong Kong to directly take part, for the first time, in HOFEX. The company has been present for some years in Hong Kong and in some of the most important food sector chains, having seen in HOFEX an opportunity to reinforce its presence in this market, promoting its solutions and increasing its proximity to both clients and markets.

The DAISY, FRESCO, PRIMUS and AMPHORA ranges were showcased. DAISY was one of the most successful ranges during the event "because it is very complete and covers a diverse range of segments and niches", explains Mário Rodrigues to COOL. FRESCO was also the target of curiosity, since it was still unknown in the region and boasts versions which fit into local sales points. The unique visibility and luminosity of the PRIMUS wall cabinets made this another of the most sought after pieces of equipment during the event.

JORDÃO products were well received by the Asian market. "Hong Kong is a mature market, very demanding, with sophisticated points of sale, where quality, design and innovation are valued by clients. Well, these are the strong points of our products", says JORDÃO's head of Marketing. Hong Kong, Macau and mainland China are the regions which gave rise to the main clients interested in the Portuguese company's equipment.

The balance of its presence at HOFEX was positive, JORDÃO sealing new supply deals for points of sale in the food and HoReCa sectors.

FIPAN: JORDÃO WANTS SÃO PAULO TO BE MORE PORTUGUESE

Between July 14th and 17th JORDÃO returned to São Paulo in what was its third participation at the event. This investment has proved "very important for the growth and consolidation of JORDÃO's presence in the Brazilian market and, especially, in the São Paulo market", says the head of Marketing. In 2014, JORDÃO consolidated its presence in the Brazilian market and, in 2015, hopes to see it grow again. In the limelight was the new DAISY range which is enjoying a good reception in the market, the new FRESCO range for the restaurant service and the new bar line and vertical COLUMBUS displays.

According to Mário Rodrigues, "deals were closed" during the fair and that there "are others in the pipeline so that São Paulo will become increasingly more Portuguese in terms of catering display cabinets and supermarket refrigeration units!"

HOST: A PRESENCE THAT'S A MUST

JORDÃO is regularly at HOST and this year is no exception.

Between October 23rd and 27th the company will be in Milan to take part in what is considered the most important European event for the HoReCa channel, bringing together many buyers from the US, Middle East and Asia too.

Which is why this event is part of JORDÃO's strategy for internationalisation, being the ideal place to present new products to the market and its representatives.

Taking into account that the public at HOST and its visitors always have high expectations regarding the new and innovative products that they will find, JORDÃO is preparing its participation very carefully.

"2015 will be an exceptional year", says Mário Rodrigues, adding that the



Na HOFEX, as gamas DAISY, FRESCO, PRIMUS e AMPHORA estiveram em destaque.
At HOFEX, the DAISY, FRESCO, PRIMUS and AMPHORA ranges were in focus.

a fechar novos fornecimentos para pontos de venda nos setores alimentar e HoReCa.

FIPAN: JORDÃO QUER SÃO PAULO MAIS PORTUGUÊS

Entre 14 e 17 de julho, a JORDÃO regressou a São Paulo, na aquela que foi a terceira participação da empresa no evento. Esta aposta tem sido "muito importante para o crescimento e consolidação da presença da JORDÃO no mercado brasileiro e, em especial, no mercado paulista", refere o responsável de Marketing. Em 2014, a JORDÃO consolidou a presença no mercado brasileiro e, em 2015, espera voltar a crescer. Em destaque esteve a nova gama DAISY, que está a ter boa aceitação do mercado, a nova gama FRESCO para serviço de restauração e a nova linha para bar e expositores verticais COLUMBUS. De acordo com Mário Rodrigues, durante a feira "foram fechados negócios e existem outros na calha para que São Paulo seja cada vez mais português!".

HOST: PRESENÇA OBRIGATÓRIA

A JORDÃO marca regularmente presença na HOST e este ano não é exceção. Entre 23 e 27 de outubro, a empresa vai estar em Milão para participar naquele que é considerado o evento europeu para o canal HoReCa, agregando também muitos compradores americanos, do Médio Oriente e da Ásia. Este evento faz, por isso, parte da estratégia de internacionalização da JORDÃO, sendo o local ideal para apresentar novos produtos ao mercado e aos seus representantes. Tendo em conta que o público da HOST e os visitantes têm sempre elevadas expectativas quanto às novidades e produtos inovadores que vão encontrar, a JORDÃO está a preparar a sua participação com muito cuidado. "2015 vai ser um ano excepcional", refere Mário Rodrigues, adiantando que as seis gamas presentes na feira apresentam soluções inovadoras, três das quais totalmente novas e que vão ser apresentadas mundialmente. Entre as novidades vão estar vitrinas de temperatura positiva e negativa, novos murais e novos balcões.

six ranges present at the fair present innovative solutions, three of which are totally new and which will be presented worldwide. From amongst the novelties will be the hot and cold food display units, new wall cabinets and new food display counters.



Humberto Peixoto, responsável pelo departamento comercial da JORDÃO, Joana Lobo, Assessora da Direção Geral da JORDÃO e Rui Mendes, Gestor de Cliente, na GULFOOD.
Humberto Peixoto, who heads JORDÃO's Commercial Department, Joana Lobo, Board Adviser at JORDÃO and Rui Mendes, Client Manager, at GULFOOD.