

# Ingredients for success

JOSE GOURMET PRESENTS A SIMPLE RECIPE THAT COMBINES NATIONAL PRODUCE, ORIGINAL DESIGN AND A LOT OF CREATIVITY

**O JOSE GOURMET APRESENTA UMA RECEITA SIMPLES QUE COMBINA PRODUTO NACIONAL, DESIGN DE PRIMEIRA ÁGUA E MUITA CRIATIVIDADE**

TEXT **CÉSAR BRIGANTE**  
PHOTOS **PEDRO JANEIRO**

Over the years, many regional "gourmet" brands, some more and some less traditional, have emerged, each presenting their products with a contemporary or purposely revivalist packaging, created in the hope of grabbing the attention of potential consumers.

It's nothing new, just a current trend that isn't aimed at the masses (something that's so widespread in the food industry), and which has been well-received by the market.

Amongst others, these small companies have managed to add value to products that by themselves would have no chance of breaking the logic of supply and demand. Whilst also helping to revive and even encourage the emergence of small industries, they give continuity to traditions, some of which are in serious risk of disappearing altogether.

But just as preservation is important, continuity is even more so. Jose Gourmet, a family business founded by Adriano Casal Ribeiro and assisted by the designer and illustrator Luís Mendonça (one of the twins behind the publisher Eterogêmeas), is one of those brands, and it's investing in an interesting combination of authentically Portuguese products and the creative ability of the new generations.

Established little over two years ago, Jose Gourmet's design is one of the main factors that sets it apart. The originality and

quality in its approach is clear in what is already the house's trademark: the packaging of the tin cans collection and the latest compotes, for which Luís Mendonça invited various illustrators to create, as well as a writer, Emílio Remelhe, who is responsible for the imaginative texts that describe the product inside.

Among the products that Jose Gourmet sells on a fair trade basis, alongside the preserves and compotes are olive oil, vinegar, cheese, wine and aguardente (fire water), among others, and the origin and producer - as Adriano makes a point of mentioning - are always duly identified.

But although it's the packaging that first catches our eye, what's inside is no less appealing. As well as carefully selected suppliers, Jose Gourmet has been working alongside Luís Baena, one of the most prominent Portuguese chefs who is renowned for experimenting, and who developed a selection of recipes for adults and children that accompanies the preserves. They are currently working on new products, namely the typical lamprey eels, which they want to sell preserved in a jar.

Available at the best gourmet shops across the country and soon to be available in various hotels, Adriano Casal Ribeiro reminds us that the brand's biggest objective is internationalisation. The products can already be found in Luxembourg, Spain and Czech Republic, and they are beginning ►►

De há uns tempos a esta parte são várias as marcas "gourmet", de origem regional, mais ou menos tradicionais, que têm surgido apresentado os seus produtos com uma roupagem contemporânea ou propositadamente revivalista, criada com o intuito de prender a atenção do potencial consumidor.

Não são novidade, apenas uma tendência atual que se contrapõe à massificação predominante na indústria alimentar à qual o mercado já demonstrou recetividade.

Entre outros, estas pequenas empresas têm o mérito de acrescentar valor a produtos que por si só não têm qualquer chance de romper a lógica da oferta e da procura. Ao mesmo tempo que ajudam a reanimar e propiciam mesmo o surgimento de pequenas indústrias, dão continuidade a tradições algumas das quais em sério risco de desaparecerem.

Mas se a preservação é importante mais ainda é dar-lhe continuidade.

A Jose Gourmet, empresa familiar fundada por Adriano Casal Ribeiro coadjuvado pelo designer e ilustrador Luís Mendonça, (um dos gémeos responsáveis pela editora Eterogêmeas) é uma das marcas que opera nesta área e aposta numa interessante combinação entre produtos genuinamente portugueses e a capacidade criativa das novas gerações.

Com pouco mais de dois anos de existência a Jose Gourmet tem no design um dos seus principais factores de diferenciação. A originalidade e qualidade da abordagem está bem patente naquele que já é o ex-libris da casa, as ►►





►► embalagens da coleção de latas de conserva e das mais recentes compotas, para a criação das quais Luís Mendonça convidou diversos ilustradores e um escritor, Emilio Remelhe, responsável pelos imaginativos textos que descrevem o produto contido no interior.

Entre os produtos que a Jose Gourmet comercializa numa base de fair trade, para além das conservas e das compotas, estão, entre outros, azeites, vinagres, queijos, vinhos ou aguardentes, cuja origem e fabricante, como Casal Ribeiro faz questão de informar, estão sempre devidamente identificados.

Mas se as embalagens atraem os olhos, porque estes também comem, o que se encontra no interior não é de todo descurado. Para além de uma selecção criteriosa de fornecedores a Jose Gourmet tem vindo a desenvolver uma colaboração com Luís Baena, um dos mais conceituados chefes portugueses a quem se reconhece um posto muito especial pela experimentação, que desenvolveu todo um receituário para adultos e crianças que acompanha as conservas e se encontra a trabalhar em novos produtos, nomeadamente na típica lampreia que quer colocar à venda conservada em frasco.

Disponível nas melhores lojas gourmet do país e brevemente em diversos hotéis, Adriano Casal Ribeiro relembra no entanto que o objectivo maior da marca é a internacionalização. Os produtos já se podem encontrar no Luxemburgo, Espanha, República Checa, e está-se a iniciar a exportação para Dinamarca, Brasil, Irlanda, Macau e Hong Kong.

Ideias para o futuro não faltam a Adriano que conta abrir brevemente um espaço próprio no Porto. Aí, para além dos produtos gourmet, estará disponível merchandising nacional desenvolvido pela marca, bem como o resultado de um dos projetos que mais entusiasma Adriano, que prefere ainda não revelar, mas que como sempre terá selo tradicional português. ■

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

►► to export to Denmark, Brazil, Ireland, Macau and Hong Kong.

Adriano has no shortage of ideas for the future, as he hopes to soon open his own shop in Oporto. Alongside the gourmet products, also available will be national merchandising developed by the brand, as well as the result of one of the projects that Adriano is most enthusiastic about that he still prefers not to reveal, but as always, it will have the traditional Portuguese stamp. ■