

# arquitecturas

O jornal de negócios do mercado das cidades

arquitectura. arquitectura paisagista. espaços verdes. equipamento. urbanismo. mobilidade

<http://arquitecturas.ambienteonline.pt/> Dezembro 2007 Nº 31 / Mensal



ORDEM DOS ARQUITECTOS

# As prioridades da nova direcção

entre  
Ângela Ferreira  
"Para ser planeado  
território tenho  
formação espec



espaços verdes  
Regiões planas  
equilíbrio territorial  
do sul de

equipamento urbano  
Fórum Europeu  
de Políticas  
Arquit

autonomia  
Constituinte  
A planear o futuro



urbanismo  
Múltiplos objectivos  
sobre as fronteiras  
de

imobiliário  
SILVANO  
Uma feira de recolha

> SUPLEMENTO 8 páginas

5 607727 055112



# O primeiro ano da nova Concreta

A última edição da Feira Internacional de Construção e Obras Públicas contou com menos visitantes, mas foi pautada pelo regresso de alguns nomes de peso do sector. Empresas estão satisfeitas com a passagem a bienal.

A 23ª edição da Concreta – Feira Internacional de Construção e Obras Públicas marcou o início de uma nova fase. A passagem a bienal, anunciada pela organização, foi bem acolhida pelas empresas. Cerca de 500 responderam ao convite e estiveram presentes de 23 a 27 de Outubro, no recinto da Exponor, em Leça da Palmeira, a apresentar as suas novidades ao mercado.

A exposição ocupou seis pavilhões, numa área total de 45 mil m<sup>2</sup>. Cerca de 57 mil pessoas visitaram o certame, um número que ficou aquém da edição anterior, que contabilizou 67 800 visitantes. A organização anunciou para 2007 uma mudança estratégica de rumo, procurando reposicionar a feira e repôr a qualidade do certame. A mudança motivou o regresso à Concreta de algumas “empresas de peso” como a Cinca, a Recer, a Aleluia Cerâmicas, bem como a Secil, a Cimpor ou as Tintas CIN.

A alteração da periodicidade do evento – de anual para bianual – é a princi-

Eduardo Barnalim



pal alteração. A partir de agora, a Feira de Construção e Obras Públicas tem encontro marcado com o sector nos anos ímpares.

Para Alexandre Lopes, director de marketing da Aleluia Cerâmicas, “não se justifica, em Portugal, haver duas feiras deste tipo, em Lisboa e no Porto, no mesmo ano”. A decisão de organi-

zar a Concreta com uma regularidade bianual foi bem recebida e motivou a presença desta empresa na edição de 2007. “É um incentivo também à administração da feira”, afirma.

“É uma alteração muito positiva e que, no nosso caso, nos fez decidir vir cá este ano”, realça Marta Fino, responsável comercial da Sit Urban Design. A

empresa encarou com satisfação, também, a criação do Prémio Design, na qual participou: “é uma inovação que faz todo o sentido”.

Pedro Fernandes, director-geral da Fabistone, que participa no evento há quatro anos, concorda e sugere ainda: “Devia haver uma única nacional, que se realizasse, alternadamente no Porto e em Lisboa. Não temos mercado para tantas feiras”. O responsável destaca ainda, na edição de 2007, uma melhoria “ao nível da organização do espaço”.

A Recer esteve ausente da Concreta durante três anos, por considerar que a feira “caiu num nível um pouco baixo, em termos de qualidade, de apoio e de espaço para montagem”, explica o director de marketing, Daniel Santos. Este ano, decidiram regressar. “A feira parece-me mais movimentada. Temos tido bastantes contactos de prescriitores e arquitectos. Nota-se que a feira está mais dinâmica”, garante.

Joana Filipe

## Design premiado

Para premiar “a inovação, a originalidade, a funcionalidade e a qualidade estética” das novidades apresentadas pelas empresas, a organização criou, este ano, o Prémio CONCRETA Design 2007.

A iniciativa foi aberta a todas as empresas expositoras da feira, abrangendo peças ou sistemas concebidos e fabricados entre 2006 e 2007. Apenas cinco empresas

aceitaram o desafio. Foram atribuídas quatro menções honrosas: à linha de torneiras Style e Cobra, da Cifial; ao colector de saneamento em polietileno, da Fersil; ao bebedouro adaptado a pessoas com mobilidade condicionada, da Sienave; e ao banco em betão, da Sit Urban Design. De fora das distinções ficou a FigueiraGran, que apresentou um banco em granito amarelo.

Eduardo Barnalim







Eduardo Ramalho

de escritórios em seis áreas, com controlo independente, ou transformá-lo num open space e controlá-lo a partir de um único local”, exemplifica João Vidal, responsável da empresa. Este é um nicho de mercado em que a empresa pretende investir. A Casa das Lâmpadas apresentou ainda diversas soluções ao nível do som, doméstico e profissional, bem como vídeo-porteiros encastrados na parede. Para António Andrade, também responsável da empresa, a introdução da tecnologia no mercado residencial permite “mais conforto e segurança e uma gestão mais eficiente dos recursos”. No cada vez mais competitivo mercado da habitação são elementos que podem funcionar como “factores de diferenciação”.

Ao nível da iluminação decorativa, a empresa lançou ainda uma nova linha, da marca Esedra, que mantém as linhas rectilíneas, mas recorre a materiais plásticos de alta resistência em substituição do alumínio. Desdobra-se em três cores: branco, preto e cromado (7).

A **Morgado & Ca** divulgou, durante a Concreta, novas soluções de iluminação para exteriores, onde se recorre à tecnologia LED.

Wave é o nome de uma série de aparelhos de encastrar na parede, de forma qua-

incremento e irá ter grandes projectos nos próximos anos”, justifica Carlos de Sousa, director de vendas da empresa. A oferta vai assentar em duas marcas, com preços ajustados: uma de propostas comerciais – “em que sabemos que o design e as funções são aceites pelo mercado” – e outra de produtos mais inovadores, que espelham o perfil da empresa. Mas a principal novidade da empresa é uma chave de controlo de acesso, programada fisicamente de acordo com as necessidades do cliente. Permite abrir uma ou várias portas, restringir ou autorizar o acesso de acordo com dias e horas específicas ou cancelar automaticamente uma chave perdida ou roubada, sem necessidade de substituir o cilindro. Esta chave, desenvolvida em parceria com a Vicaima, permite ainda a monitorização do acesso e memoriza as últimas 200 utilizações.

### Tintas

Um catálogo para espaços infantis foi a grande novidade, no segmento das tintas, lançada pela **CIN**. São soluções destinadas a diferentes faixas etárias, desde cores “suaves e delicadas” para a primeira infância até “cores fortes e energéticas” que permitem “estimular a imaginação e criatividade” das crianças mais velhas. Aposta-se ainda em diferentes efeitos. O efeito ardósia, por exemplo, simula um quadro de giz, enquanto que o efeito magnético permite a fácil adesão de objectos (10). Uma tinta com efeito fluorescente brilha no escuro. Segundo o responsável de marketing da empresa, “hoje em dia dá-se uma atenção cada vez maior às crianças”, que representam “um nicho por explorar em Portugal”.



Eduardo Ramalho

do”. Já a Vieiri, que integra a empresa há ano e meio, permitiu-lhe a entrada no mercado da reabilitação, com produtos mais eficientes do ponto de vista térmico.

### Mobiliário Urbano

Duas novas colecções de mobiliário urbano foram mostradas na última edição da Concreta pela **Sit Urban Design**. A colecção Outline procura combinar o betão com outros materiais. O primeiro exemplo é um banco em madeira e betão reforçado com fibra, desenhado por Gonçalo Silva. Mas Marta Fino, responsável comercial da empresa, abre no entanto a porta a novos materiais, como o inox.

Outra peça nova é o Street Sofa (11), para já disponível ainda em formato individual, mas que terá novos parceiros de colecção. A empresa está também a apostar numa nova área de negócio. A marca **Sit Modular Solutions** disponibiliza soluções modulares aplicadas a vários fins, desde estúdios e escritórios a estruturas de ensombramento e quiosques. É um projecto desenvolvido com base num conceito de construção rápido, versátil e de elevado valor estético, que recorre a um módulo base de 6X3 metros.

Foi desenvolvido em parceria com os arquitectos Luís Patrício e Rute Batista, do atelier COISA – arquitectura, design e imagem, e oferece “uma alternativa muito competitiva ao nível económico em relação à construção tradicional”.

A **Sienave** procurou, através da presença na feira, divulgar na região Norte a sua colecção integrada de mobiliário urbano, em pedra natural. Propõem ainda novas soluções em termos de pavimentos (12), com dimensões mais reduzidas, procurando ir ao encontro “de uma maior diferenciação da pavimentação no espaço público”, sublinha Rui Vída Larga, gerente da empresa. O objectivo é oferecer uma gama mais ampla a preços não proibitivos, através da aposta num produto “diferenciado e mais contemporâneo”.

A empresa comercializa ainda um modelo de calçada que contém irregularidades que permitem a drenagem de águas



“trazer a natureza para dentro de casa”. Já a marca **LandStone** nasceu da necessidade de fazer uma adequação de produtos e soluções a espaços com condicionantes em termos de construção, nomeadamente os de Reserva Ecológica Nacional. São pavimentos, muros, calçadas e escadas destinados a espaços “mais verdes e menos urbanos”, onde a pedra, pelo seu carácter ecológico, tem a entrada facilitada.

No stand da **VecoDesign** foi possível conhecer uma nova gama de parques infantis, em plástico rotomoldado. Um “produto completo” que permite uma utilização versátil e que recorre a um material que dispensa qualquer manutenção. São várias soluções de equipamentos infantis para crianças dos 4 aos 12 anos, para utilização interior ou exterior. Os equipamentos podem ocupar áreas desde os 20 aos 160 m<sup>2</sup> e todos exibem a certificação TÜV. São fabricados

Eduardo Ramalho