

# AFECTIVAMENTE

# Um certo JNcQUOI

Ricardo Miguel Oliveira

rmoliveira@dnoticias.pt

São já dois os restaurantes do Grupo Amorim Luxury que estão a dar que falar. Estivemos no JNcQUOI Avenida e no JNcQUOI Asia guiados pelo chef António Bóia e de olhos postos no trabalho feito pela FN Hotelaria, empresa madeirense que se integra na perfeição em conceitos que contam histórias



O chef António Bóia é o 'comandante' dos JNcQUOI.

**H**á uma gaveta fechada a sete chaves onde a JNcQUOI, marca portuguesa, por muito francesa que possa parecer, guarda conceitos diferenciados e rascunhos do que pensa fazer no futuro.

Os espaços, os momentos, as tendências vão ditando a concretização dos projectos, mas é ponto assente que o JNcQUOI quer “contar uma história e marcar uma época”, quer projectar Portugal no Mundo, marcar tendências e dar oportunidade aos jovens talentos. Para já, na Avenida da Liberdade, em Lisboa, e nos restaurantes ‘Avenida’ e ‘Asia’, sendo certo que, a partir de Outubro, há um outro lugar para gerir com mestria, um Clube exclusivo e de acesso restrito.

O rumo traçado à D7 pelo chef António Bóia já dá que falar. Nem sempre há mesa

vaga, mesmo que o cliente habitual seja o “melhor do mundo”. Cristiano Ronaldo que o diga. Antes de sair de Madrid ou de Turim tem o cuidado de garantir lugar.

Mas o que torna tão famosa a marca do Grupo Amorim Luxury que aposta no segmento de luxo, quer conquistar mundo e que hoje já emprega mais de 200 colaboradores? Um conjunto de atributos, por muito que haja aquele “je ne sais quoi” intrigante, subtileza por vezes indecifrável que dá largas à imaginação. Serviço, qualidade do produto e decoração dos espaços acolhedores fazem a diferença. Mas também a capacidade de gerar tendências. No JNcQUOI recuperou-se o hábito de comer sentado ao balcão, virado para os cozinheiros e para tudo o que flui num espaço que é palco para a arte.

## 112 pratos para que não haja desculpas

JNcQUOI é uma marca com dois conceitos. No ‘Avenida’, aberto desde Abril de 2017, revitaliza-se a gastronomia portuguesa. É por isso que se tornou um espaço global e aberto ao mundo, procurado cada vez mais por turistas apreciadores da autenticidade das coisas boas.

Ou ainda portugueses da classe média-alta com 60 a 70 euros para gastar numa refeição genuína e apetecível, que também procuram o restaurante que dá a oportunidade de comer pratos clássicos mas raros na capital portuguesa, como uma cabidela, tripas à moda do Porto, chispalhada de grão-de-bico ou iscas de fígado.

Sevem-se doses generosas a condizer com “a comida de conforto”. Por opção, “somos um restaurante para gordos!!!”. É assim que António Bóia partilha uma das muitas brinca-