TRENDS®

KNOW THE DIFFERENCE

Arquitetura,
Alejandro Aravena

Design,
Luísa Peixoto
Galula

Fashion,
COS

Motores,
Vespa
Bugatti Chiron

TRIMESTRAL • N.º**61** • €4,50

PATEK PHILIPPE
GENEVE

Begin your own tradition.

Nunca somos verdadeiramente
donos de um Patek Philippe.

Apenas cuidamos dele
para a geração seguinte.

Patek Philippe Diamond Ribbon Ref. 4968R

DAVID ROSAS
time experts

Lisboa · Av. Liberdade, 69A · T 213 243 870
Porto · Avenida da Boavista 1471 · T 226 061 060
Algarve · Quinta Shopping, Loja 20 · T 289 399 410
www.davidrosas.com

A pensar no ser humano

O princípio da funcionalidade é um dos conceitos mais valorizados no universo do *design*. De que servirão projetos ricamente ornamentados e apelativos se, no final de contas, não correspondem às necessidades do utilizador? Parece-nos então que tudo começa e termina com o ser humano: o ser humano que se envolve com a natureza, que pensa nas potencialidades dos objetos, que desenha as melhorias ideais e que cria algo novo, a pensar, novamente, no ser humano. Claro que, se à funcionalidade juntarmos uma pitada de criatividade, como faz a marca de mobiliário Galula, a *designer* de interiores Luísa Peixoto ou o vencedor do *Prémio Pritzker 2016* Alejandro Aravena, a obra nasce provocando ainda mais sonhos no imaginário do ser humano. São, exatamente, esses sonhos edificados por sonhadores que compõem mais uma edição da *TRENDS*.

[ANDREIA FILIPA FERREIRA]

With human beings in mind

The principle of functionality is one of the most valued concepts in the world of design. What good are richly ornamented and alluring projects if, at the end of the day, they do not meet the user's requirements? It seems therefore, that everything begins and ends with the human being: the human being who surrounds himself with nature, who thinks about the potential of objects, who designs the ideal improvements and who creates something new, once again, with human beings in mind. Of course, if we add a dash of creativity to functionality, just like furniture brand Galula, interior designer Luísa Peixoto or the winner of the *2016 Pritzker Prize* Alejandro Aravena, the resulting creation will cause human being to imagine and dream even more. These dreams, built by dreamers, are exactly what make up another issue of *TRENDS*.

TRENDS

Propriedade/Editora:
PM Media, S.A.
Rua António Nobre, 23 Fração B
Leça da Palmeira
4450-618 Matosinhos,
Porto, Portugal
T: (+351) 22 906 95 30

www.trends-mag.com
info@trends-mag.com

Fotografias de Capa: Automobiles Peugeot - Peugeot L500 R HYbrid; Diesel; Parham Taghioff - Mosha House

Administração: Paulo Martins
Diretora: Estela Ataíde
Editorial: Andreia Filipa Ferreira, Maria Pires
Revisão: Maria Pires
Tradução: Algarvemedia
Design e Paginação: Sancha Campos, Sérgio Martins (Design), Sérgio Teixeira (Tratamento de Imagem)
Digital Marketing: Maria Freitas
Publicidade: Miguel Aroso
Assistente de Produção/Materiais: Sílvia Fernandes
Periodicidade: Trimestral

Impressão: Printer Portuguesa Indústria Gráfica, SA
Preço de Capa: €4,50
ISSN: 2183-6779
Depósito Legal: N.º 205996/04
Publicação Registada: ERC sob o n.º 124365

Publicidade e Assinaturas:
adsales@trends-mag.com

TRENDS - KNOW THE DIFFERENCE® marca registada. Todos os direitos reservados. Os anúncios publicitários e artigos de opinião, os seus conteúdos e o impacto que deles advier são da total responsabilidade dos seus autores. Interdita a reprodução, mesmo que parcial, de textos, fotografias ou ilustrações sob quaisquer meios e para quaisquer fins, inclusive comerciais.

Esta edição foi escrita segundo as normas do novo acordo ortográfico.

MAAT LISBON

Assumindo-se como uma nova proposta cultural para a cidade de Lisboa, cumprimentando o rio Tejo, o Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia (MAAT) é um projeto inovador que abrirá parcialmente ao público a 5 de outubro, apesar da apresentação da programação ter-se iniciado a 30 de junho. Com a ambição de exibir, nas renovadas salas do edifício da Central Tejo, exposições nacionais e internacionais de artistas, arquitetos e pensadores contemporâneos, refletindo os grandes temas e tendências atuais, este novo museu tem assinatura do *atelier* Amanda Levete Architects (AL_A) e, no seu conjunto, estará concluído apenas em 2017. Modernizando a icónica central elétrica, o *atelier* londrino tirou partido dos ativos naturais do local, fazendo com que o percurso pedonal da frente ribeirinha passe a incluir a cobertura do novo edifício, num movimento ondulante que se funde com a paisagem envolvente.

A new cultural addition to Lisbon, stood on the edge of the River Tagus, the Museum of Art, Architecture and Technology (MAAT) is an innovative project that will partially open to the public on October 05, although the presentation of its programme kicked off on June 30. With the ambition of exhibiting national and international artists, architects and contemporary thinkers, reflecting on the major topics and trends of the moment, this new museum, housed within the renovated building of the Tejo Power Station, bears the signature of Amanda Levete Architects (AL_A) and, as a whole, will only be completed in 2017. Modernising the iconic electricity power station, the London studio took advantage of the site's natural assets, ensuring the riverfront pedestrian route will take in the new building's roof, in an undulating movement that merges with the surrounding landscape.

AL_A

VOLVO

A equipa da Volvo Cars Design apresentou, no *Salão Automóvel de Pequim* 2016, o novo interior concept do *Volvo S90 Excellence*, o modelo de topo da linha *S90*. Numa escultura que é uma autêntica obra de arte, a Volvo exibiu um luxo progressivo que ilustra como seria a *lounge console* do *S90 Excellence*. À primeira vista, uma das características principais deste *concept* é a remoção do assento do passageiro da frente, de maneira a garantir visibilidade irrestrita, proporcionando uma sensação de espaço e luz. Na traseira, foi introduzido um assento confortável e um painel de controlo central, equipado com suporte para copos quentes ou frios, sistema de som, função de massagem e um grande ecrã multimédia, perfeito para os momentos de trabalho e para as ocasiões de relaxamento.

The team at Volvo Cars Design has presented the new *interior concept* of the *Volvo S90 Excellence*, the top model in the *S90* range, at the *2016 Beijing Motor Show*. In a sculpture that is an authentic work of art, Volvo has shown a progressive luxury illustrating how the *lounge console* of the *S90 Excellence* could look. At first glance, one of the main features of this concept is the removal of the front passenger seat, in order to ensure unrestricted visibility, giving a sense of space and light. In the rear, a comfortable seat was introduced as well as a central control panel, equipped with support for hot or cold cups, sound system, massage function and a large multimedia screen, perfect for work and moments of relaxation.

www.samsonite.pt

FOR LIFE IN MOTION

COSMOLITE. A SAMSONITE MAIS LEVE E FORTE DE SEMPRE
Fabricada na Europa com a tecnologia Curv,
a COSMOLITE é a combinação perfeita entre estilo,
leveza e robustez. Pesando apenas 1,8 kg,
esta mala de última geração permite viajar
em grande velocidade.

Samsonite

LISBOA - Avenida da Liberdade PORTO - Rua das Carmelitas

THE ONE-O-ONE TRAVEL MUG BY ACERA

A *One-O-One Travel Mug*, com assinatura da ACERA, uma marca de cerâmica fundada em Taiwan, recebeu o selo de *Best-of-the-Best*, no *Red Dot Award*. Em parceria com o Hangar Design Group, a *One-O-One* é uma caneca de viagem funcional e elegante, produzida de acordo com um processo que inclui o uso de cerâmica enriquecida com pó de turmalina branco, proveniente de pedras preciosas. Quando essas pedras minerais são aquecidas ou resfriadas geram uma carga elétrica capaz de emitir íons negativos que contribuem para purificar os líquidos existentes na caneca, fazendo com que a *One-O-One* combine, de maneira perfeita, os benefícios para a saúde com a beleza do *design* contemporâneo.

The *One-O-One Travel Mug*, by ACERA, a ceramics brand founded in Taiwan, has been attributed 'best of the best' status by the *Red Dot Award*. In partnership with the Hangar Design Group, the *One-O-One* is a functional and elegant travel mug, produced according to a process that includes the use of ceramic enriched with white tourmaline powder, from precious stones. When these mineral stones are heated or cooled, they generate an electric charge emitting negative ions that help to purify the liquid inside the mug, making the *One-O-One* a perfect combination of health benefits and the beauty of contemporary design.

PROGRAMA DE MARKETING DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE LUXO / LUXURY PRODUCTS AND SERVICES MARKETING PROGRAMME

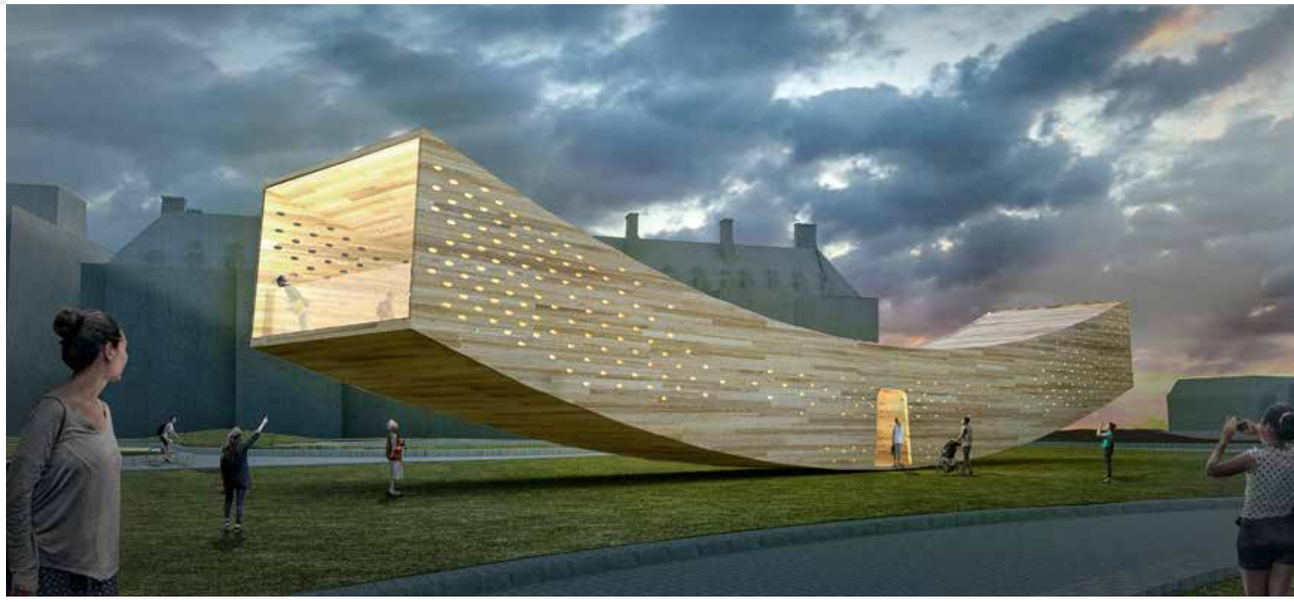
Constituindo uma aposta pioneira em Portugal que tem respondido às necessidades de todos os que desejam conferir mais valor às marcas e aos projetos que dirigem, o *Programa de Marketing de Produtos e Serviços de Luxo* regressa com a sua 7.ª edição, que tem início no próximo dia 16 de setembro na Católica Lisbon School of Business & Economics (UCP).
O Programa, para além de contar com a coordenação de Celine Abecassis-Moedas e Mónica Seabra-Mendes, e um elenco de professores e de convidados de luxo (Francisco Carvalheira, Lourenço Lucena, Michel Chevalier, Pedro Lobo, Rui Dias Alves e Susana Campuzano), propõe uma visão abrangente do universo do luxo, os seus desafios, a sua essência e fundamentos, as suas tendências, as particularidades da sua gestão, as ferramentas de *marketing* e o comportamento dos consumidores.

Representing a pioneering investment in Portugal, which has responded to the needs of anyone wanting to confer greater value to brands and to the projects that they are in charge of, the *Luxury Products and Services Marketing Programme* returns in its 7th edition, starting this coming September 16, at the Católica Lisbon School of Business & Economics (UCP).
The programme, which in addition to being coordinated by Celine Abecassis-Moedas and Mónica Seabra-Mendes, and a line-up of professors and luxury guests (Francisco Carvalheira, Lourenço Lucena, Michel Chevalier, Pedro Lobo, Rui Dias Alves and Susana Campuzano), offers a wide-ranging vision of the luxury universe, its challenges, its essence and principles, its trends, the specific characteristics of its management, marketing tools and consumer behaviour.

THE SMILE

Numa parceria entre a The American Hardwood Export Council, a empresa de engenharia ARUP e o *London Design Festival*, que tem início marcado para 17 de setembro, o *atelier* de arquitetura Alison Brooks Architects apresentou uma estrutura que exibe a versatilidade e a potencialidade das madeiras sustentáveis. *The Smile* é uma instalação urbana que coloca em evidência o potencial estrutural e espacial do *Cross Laminated Timber* (CLT), usando madeira de álamo americano. Este sorriso, que pode ser habitado e explorado, oferece uma nova forma de olhar para a cidade, graças às suas aberturas nas extremidades e aos seus 3,5 metros de altura, 4,5 metros de largura e 34 metros de comprimento de tubo curvo retangular.

In a partnership with The American Hardwood Export Council, engineering company ARUP and the *London Design Festival*, scheduled to start on September 17, architecture practice Alison Brooks Architects has presented a structure that displays the versatility and potential of sustainable wood. *The Smile* is an urban installation that highlights the structural and spatial potential of Cross Laminated Timber (CLT), using American tulipwood. This smile, which can be inhabited and explored, offers a new way of looking at the city, thanks to the openings at its ends and its 3.5-metre height, 4.5-metre width and 34-metre length of curved rectangular tube.



Inclui Contrato de Manutenção BMW Service Inclusive de 5 anos ou 100.000 km. Aproveite as condições de Financiamento e Seguro BMW Financial Services. Consumo combinado de 4,5 a 8,3 l/100 km. Emissões de CO_2 de 119 a 192 g/km.

Escolha o óleo original BMW TwinPower Turbo.

BMW EFFICIENT**DYNAMICS.**
MENOS EMISSÕES. MAIS PRAZER DE CONDUÇÃO.

Novo BMW Série 7

www.bmw.pt

Pelo prazer de conduzir

O NOVO BMW SÉRIE 7. A EXCELÊNCIA.

A inspiração vem daqueles que inovam, que transformam a forma como vemos o mundo. Foi por isso que criámos o novo BMW Série 7. Deixe-se levar por esta nova ideia de luxo e rume a um futuro que promete ser irresistível.

WINNER
2016 WORLD CAR AWARDS
WORLD LUXURY CAR

THE NEXT 100 YEARS

RUI MANUEL VIEIRA

FUTURE FRAMES

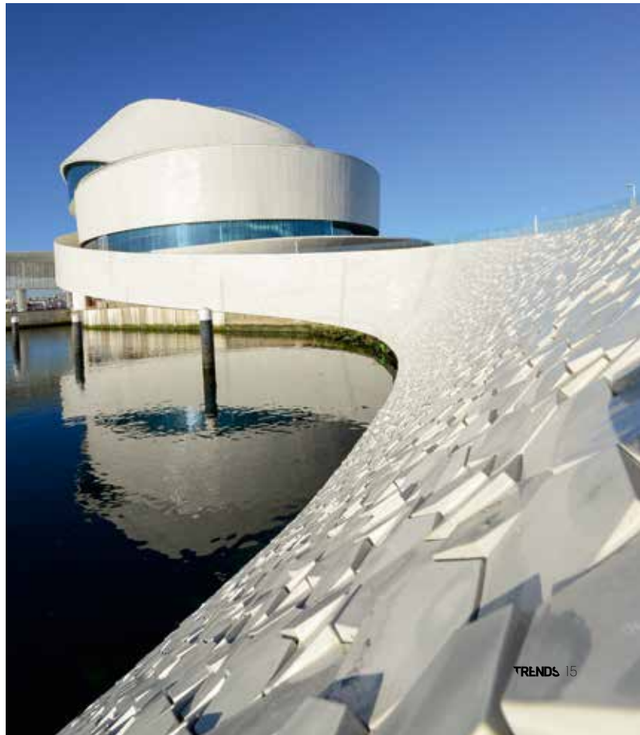
Desafiada pela empresa portuguesa Jofebar a explorar as potencialidades da impressão artística em vidro, a artista portuense Ana Aragão apresentou *Future Frames*, uma obra de 4,8x4 metros, composta por seis *layers* de vidro e com quase três toneladas, embora o efeito seja de leveza, como se os planos de vidro estivessem suspensos sem esforço. Produzidos através de um equipamento de transformação de vidro, fornecido pela Jofebar e Vidromax, os desenhos de Ana Aragão ganharam outra escala, tornando-se habitáveis, como num teatro de sombras. A peça principal da exposição, apelidada de *Via Utopia*, visto ser uma visão atualizada da *Via Appia* de Piranesi, é uma reflexão sobre o futuro e sobre as suas intermitências.

Challenged to explore the potential of artistic printing on glass by Portuguese company Jofebar, Oporto based artist Ana Aragão has presented *Future Frames*, a work measuring 4.8 x 4 metres, composed of six layers of glass and weighing nearly three tonnes, despite creating an effect of lightness, as if the glass panes were effortlessly suspended. Produced with glass processing equipment, supplied by Jofebar and Vidromax, Ana Aragão's drawings have taken on another scale, having become habitable, like in a shadow theatre play. The main piece of the exhibition is called *Via Utopia*, being an updated vision of Piranesi's *Via Appia*, it is a reflection on the future and on its intermittences.

PORTO DE LEIXÕES / PORT OF LEIXÕES

Inaugurado há menos de um ano, o Terminal de Passageiros do Porto de Leixões tem sido várias vezes galardoado, fazendo com que o reconhecimento da obra do arquiteto Luís Pedro Silva se alastre além-fronteiras. Depois de, em 2015, ter sido considerado um dos melhores Portos do Ano pelos *Seatrade Awards*, o Porto de Leixões viu-se agraciado com um novo prémio internacional de arquitetura, atribuído pela *AZAwards*, uma prestigiada competição canadiana que, anualmente, elege os melhores projetos no universo da arquitetura e *design* contemporâneo. Selecionado entre 826 projetos de mais de 50 países, o edifício do Porto de Leixões integrou a *short list* do júri para a categoria de *Arquitetura – Edifícios Comerciais ou Institucionais com mais de 1000 m²* e foi o favorito do público na votação que decorreu *online*.

Opened less than a year ago, the Port of Leixões Passenger Terminal has won several awards, causing the recognition of the work by architect Luís Pedro Silva to spread beyond the confines of the country. After being considered one of the best ports of the year in 2015 at the *Seatrade Awards*, the Port of Leixões found itself being awarded another international architecture prize, awarded by the *AZAwards*, a prestigious Canadian competition that annually chooses the best projects from the world of architecture and contemporary design. Chosen from among 826 projects from more than 50 countries, the Port of Leixões building made the jury's short list for the *Architecture - Commercial or Institutional Buildings of more than 1000 sqm* category and was the public's favourite in the online vote.



Genesis Tower

T ANDREIA FILIPA FERREIRA TARAS KASHKO

FONTE DE VIDA NA VERTICAL

Preocupados com o crescimento da população mundial, principalmente nos grandes centros urbanos, os arquitetos Taras Kashko e Jawad Al Tamimi idealizaram a Genesis Tower, um projeto que pretende recriar uma fonte de vida eficiente para a população, fornecendo um lugar para viver, comer e trabalhar, na vertical. Com os três primeiros andares dedicados à produção de produtos cultivados organicamente, com uma fachada envolta num sistema de persiana operável chamado *shanasheel,* que controlaria a entrada da luz solar e o ar fresco, a Genesis Tower permitiria o cultivo na vertical, deixando as restantes torres para alojamento – mil apartamentos. O edifício, que embora seja projetado para o Iraque poderia ser construído em qualquer lugar do mundo, é inspirado na estrutura do trigo, criando tiras que funcionam como elemento para manter a curvatura da torre.

VERTICAL LIFE SOURCE

Concerned about the world's growing population, especially within major urban centres, architects Taras Kashko and Jawad Al Tamimi designed Genesis Tower, a project that aims to recreate an efficient life source for the population, providing a place to live, eat and work, vertically. With the first three floors dedicated to the production of organically grown products, with their façade wrapped in an operable louver system called a *shanasheel,* which would control the entry of sunlight and fresh air, Genesis Tower would enable vertical farming, while leaving the rest of the towers, containing one thousand apartments, for accommodation. Although designed for Iraq, the tower could be built anywhere in the world. It is inspired by the structure of wheat, creating strips that function as an element to maintain the tower's curvature.

Terminal Marítimo de Salerno

T MARIA PIRES HELENE BINET

DA CIDADE E DO MAR

Inaugurado em abril de 2016, o novo Terminal Marítimo de Salerno, Itália, projetado por Zaha Hadid Architects, faz parte do plano urbanístico iniciado em 1993.
Como uma ostra, com uma casca assimétrica que protege do sol do Mediterrâneo, o novo terminal gera uma continuidade na relação da cidade com o mar e estabelece novas ligações, conectando as tradições marítimas com o tecido urbano e com as colinas que envolvem a cidade.
Constituído por três componentes – escritórios, terminal de balsas internacionais e navios de cruzeiro, e terminal de balsas regionais –, o novo terminal permite que o porto receba mais 500 mil passageiros por ano do que anteriormente.

FROM THE CITY AND THE SEA

Opened in April 2016, the new Maritime Terminal in Salerno, Italy, designed by Zaha Hadid Architects, is part of the urban plan initiated in 1993.
Like an oyster, with an asymmetric shell that protects it from the Mediterranean sun, the new terminal generates continuity in the city's relationship with the sea and establishes new links, connecting maritime traditions with the urban fabric and with the hills surrounding the city.
Consisting of three components - offices, terminal for international ferries and cruise ships, and terminal for regional ferries -, the new terminal allows the port to receive 500,000 passengers more per year than it did before.

As melhores criações na cozinha são feitas à mão - inclusive os nossos fornos.
GAGGENAU
A diferença é Gaggenau.
GAGGENAU

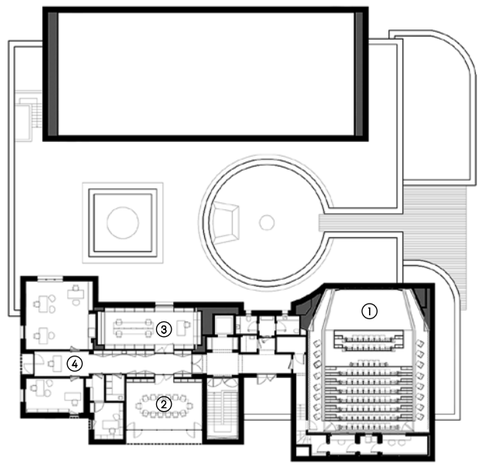
Musée Yves Saint Laurent Marrakech

T MARIA PIRES 2016 STUDIO KO, FONDATION PIERRE BERGÉ – YVES SAINT LAURENT

COMO UM TECIDO

Com projeto do escritório de arquitetura francês KO e cenografia de Cristophe Martin, o novo Musée Yves Saint Laurent Marrakech (mYSLm), com previsão de abertura em 2017, será dedicado, logicamente, à obra do icónico estilista francês e albergará um acervo de cinco mil peças de roupas, 15 mil acessórios de alta-costura e milhares de esboços e objetos, atualmente arquivado em Paris. Para garantir as perfeitas condições de todo o acervo, a Fundação Pierre Bergé - Yves Saint Laurent desenvolveu processos de conservação por mais de uma década e também o museu terá um sistema de controlo de temperatura e humidade.

Repleto de formas cúbicas, o edifício será construído em tijolos de terracota e betão, para criar um padrão idêntico à textura de um tecido e, simultaneamente, coincidir com a paisagem ocre de Marraquexe. O interior foi idealizado para fazer alusão a uma luxuosa jaqueta de couro, com textura brilhante e aveludada, e terá uma área de cerca de quatro mil m² para exposições permanentes, outra de 150 m² para mostras temporárias, para além de um auditório com 130 lugares, livraria, biblioteca de pesquisa, restaurante e terraço.



1 - AUDITÓRIO / AUDITORIUM
2 - SALA DE CONFERÊNCIAS / CONFERENCE ROOM
3 - BIBLIOTECA DE PESQUISA / RESEARCH ROOM
4 - ADMINISTRAÇÃO / ADMINISTRATION

LIKE A FABRIC

Designed by French architecture practice KO, with scenography by Christophe Martin, the new Musée Yves Saint Laurent Marrakech (mYSLm), expected to open in 2017, will, of course, be dedicated to the work of the iconic French fashion designer and will house a collection of five thousand pieces of clothing, 15,000 haute couture accessories and thousands of sketches and objects, which are currently archived in Paris. In order to ensure perfect conditions for the entire collection, the Pierre Bergé - Yves Saint Laurent Foundation has developed conservation processes for over a decade and the museum will have a system to control temperature and humidity. Rich with cubic shapes, the building will be constructed in terracotta bricks and concrete, in order to create a pattern identical to the texture of a fabric, while at the same time matching the ochre landscape of Marrakech. The interior has been designed to allude to a luxurious leather jacket, with a glossy and velvet-smooth texture, and will have an area of about four thousand sqm for permanent exhibitions, another 150 sqm for temporary exhibitions, as well as an auditorium with 130 seats, a book shop, a research library, a restaurant and a terrace.

Casa Caldera

T ANDREIA FILIPA FERREIRA JEFF GOLDBERG

UM REFÚGIO SEGURO

Localizada por entre a paisagem remota no sul do Arizona, a Casa Caldera é um projeto de Cade Hayes e Jesus Robles, da DUST, resultante de um pedido muito específico: construir um refúgio seguro contra os visitantes indesejados, dado a proximidade com o tráfego migrante fronteiriço do México. Em torno da ideia de impenetrabilidade, o *atelier* de Tucson desenvolveu uma tipologia de habitação vernacular 'zaguan', em forma retangular simples, camuflada pelas plantas nativas. Com uma área total de 98 m^2, a Casa Caldera incorpora grandes portas nas extremidades, conectando as áreas internas ao exterior, permitindo ainda a entrada de luz natural, quando abertas, e extrema segurança, quando fechadas.

A SAFE HAVEN

Located deep within the remote landscape, in the south of Arizona, Casa Caldera is a project by Cade Hayes and Jesus Robles, from DUST, resulting from a very specific request: to build a haven, safe from unwanted visitors, given the proximity to Mexican migrant border traffic. Based on the idea of impenetrability, the Tucson-based practice has developed a vernacular 'Zaguan' house, in a simple rectangular shape, camouflaged by native plants. With a total area of 98 sqm, Casa Caldera incorporates large doors at its ends, connecting the indoor areas to the outdoors, while allowing natural light in when open, and extreme security, when closed.

Casa da Vinha

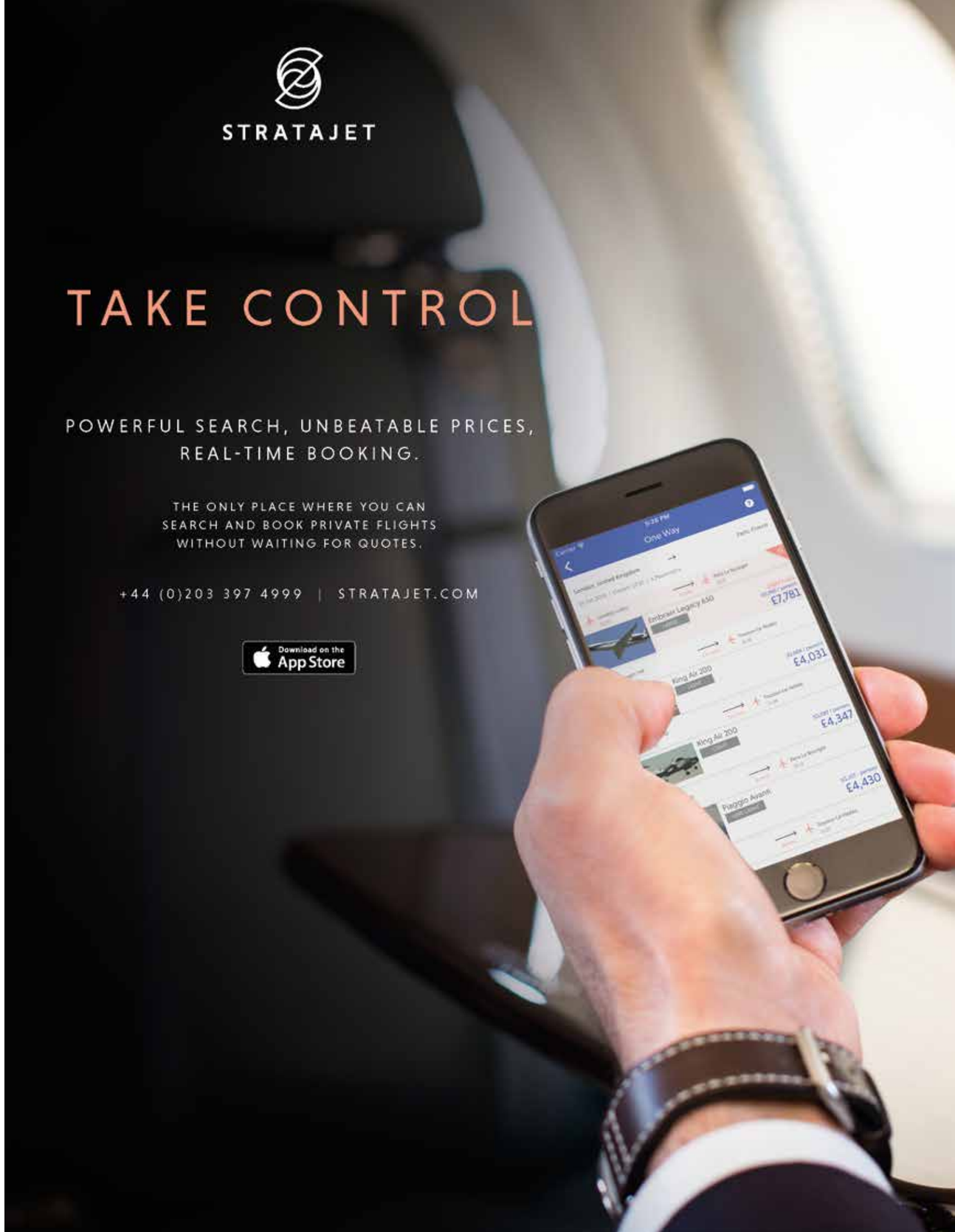
T ANDREIA FILIPA FERREIRA JOÃO MORGADO

EM SINTONIA COM A PAISAGEM

Edificada em plena vinha, num terreno quase plano de grandes dimensões e adjacente a um montado de sobro, a Casa da Vinha é um projeto do *atelier* blaanc que procura interferir o menos possível com a paisagem calma e serena do Montijo, em Portugal. Alinhando-se com os elementos naturais, procurando soluções sustentáveis e ecológicas, a casa segue um tipo de construção vernacular – volume em taipa, que garante conforto térmico e acústico – e acompanha o declive natural do terreno.
A partir de três volumes de planta retangular, dispostos paralela e ortogonalmente, a Casa da Vinha contém apenas um piso e 319 m^2 de área, incorporando seis suítes, um escritório, um quarto de hóspedes e uma zona de arrumos. As zonas comuns comunicam com um alpendre que funciona como prolongamento das zonas de estar e permite o ensombramento da fachada virada a poente.

IN HARMONY WITH THE LANDSCAPE

Built surrounded by vineyards, on a large, almost flat piece of land and adjacent to a cork oak forest, the Casa da Vinha is a project by architecture practice blaanc, which aims to interfere as little as possible with the calm and serene landscape of Montijo, in Portugal. Aligning with the natural elements, striving for sustainable and ecological solutions, while following the natural slope of the land and local traditions, the house is built from mud, thus ensuring thermal and acoustic comfort.
Consisting of three rectangular volumes, in a parallel and orthogonal arrangement, the single storey Casa da Vinha boasts six suites, an office, a guest bedroom and a storage area, over an area of 319 sqm. The communal areas communicate with a porch that works as an extension of the living areas and offers shade to the west facing facade.



Residence in Crete

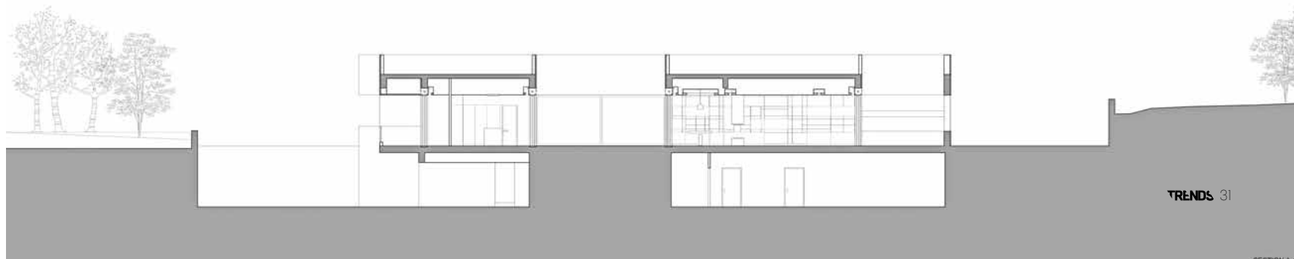
T ANDREIA FILIPA FERREIRA PANAYIOTIS VOUMVAKIS

UMA CASA FEITA DE LUZ

Com linhas austeras e fechadas - para preservar o ambiente privado no interior - e composta por dois volumes que sintetizam uma tipologia em forma de L, a Residence in Crete situa-se abaixo do cume da montanha, em Heraklion, na ilha grega de Creta. Este projeto, com assinatura de Anna Garefalaki e da 3+ Architecture, conta 229 m² de área e vistas que, embora com edifícios a bloquear o reflexo do mar, garantem a entrada da natureza no interior da habitação, uma vez que os vazios volumétricos, combinados com as transparências, atenuam a distinção entre ambiente interior e exterior, fazendo com que a paisagem se torne parte da sala de estar. Com o branco como cor predominante e materiais contemporâneos que destacam a simplicidade do *design*, esta habitação beneficia de grandes aberturas que permitem que a luz natural penetre no interior, acrescentando eficiência térmica no inverno. Por outro lado, as superfícies de sombreamento são usadas como filtros para controlar o fluxo de sol na área de estar.

A HOUSE MADE OF LIGHT

With its austere and closed lines - to preserve the private environment inside - and consisting of two volumes arranged in an L-shape, the Residence in Crete is located below the mountain top, in Heraklion, on the Greek island of Crete. The project by Anna Garefalaki and 3+ Architecture, has an area 229 sqm and views, which, despite buildings blocking the reflection of the sea, ensure the entry of nature into the house, since the empty volumes, combined with the transparencies, soothe the distinction between the inside and outside environment, making the landscape become part of the living room. With white as the dominant colour and contemporary materials that highlight the simplicity of the design, the house benefits from large openings that allow natural light to penetrate inside, adding thermal efficiency in the winter. On the other hand, shading elements are used as a sun filter in order to control the entrance of sunlight in the living area.



The Writers Theatre

T MARIA PIRES STEVE HALL © HEDRICH BLESSING

TRANSPARENTE E FLEXÍVEL

Fundada em 1992, The Writers Theatre é uma companhia de teatro popular de Glencoe, Illinois, EUA. Em 2003, o teatro instalou-se num espaço maior, no Woman's Library Club of Glencoe, mas, apesar do público entusiasta, a companhia enfrentava perspetivas económicas difíceis, devido aos poucos lugares disponíveis para os elevados custos de produção.
Por necessitar de um espaço maior, o teatro, em associação com o Woman's Library Club e o município de Glencoe, aproveitou a oportunidade para construir, no mesmo lugar, um teatro sob medida que funciona como um catalisador para o desenvolvimento do centro de Glencoe. O traço do Studio Gang Architects foi inspirado em construções de madeira e na história da arquitetura da cidade, resultando num edifício de madeira, transparente e flexível. Organizado como um aglomerado semelhante a uma aldeia composta de volumes diferentes em torno de um núcleo central, o edifício é composto por duas salas, uma com 250 lugares e um teatro *black box* com 99, assim como salas de ensaio e outros serviços públicos, abertos ao espaço central. Uma galeria no segundo piso proporciona vistas sobre o centro da cidade, o lago e sobre o bosque.

TRANSPARENT AND FLEXIBLE

Founded in 1992, The Writers Theatre is a popular theatre company in Glencoe, Illinois, USA. In 2003, the theatre moved into a larger space, in the Woman's Library Club of Glencoe, but despite their enthusiastic audience, the company faced difficult economic prospects, due to the few available seats and high production costs.
In need of a larger space, the theatre, in association with the Woman's Library Club and the Village of Glencoe, took the opportunity to build a custom-made theatre on the same site, which works as a catalyst for the development of Glencoe's centre. Studio Gang Architects took inspiration from timber buildings and the town's architectural history, resulting in a transparent and flexible wooden building. Arranged as a cluster of different volumes around a central core, similar to a village, the building consists of two theatre halls, one with 250 seats and a black box theatre with 99 seats, as well as rehearsal rooms and other public services, open to the central space. A gallery on the second floor overlooks the town centre, the lake and the woods.

Monte do Córrego

T ANDREIA FILIPA FERREIRA FERNANDO GUERRA + SERGIO GUERRA (FG+SG)

AMÁLGAMA DE SÓLIDOS BRANCOS

É nos subúrbios de Santiago do Cacém, em Portugal, que o Atelier dos Remédios edificou o seu mais recente projeto. Implantado num lote de terreno de 8,4 hectares, o Monte do Córrego eleva-se por entre os sobreiros do árido Alentejo, numa área de 324 m^2 cujo objetivo foi conciliar, em dois pisos, uma moradia unifamiliar com as estruturas de apoio à atividade agrícola. Sob a luz do sol quente alentejano, este projeto retira visualmente massa, volume e altura à construção, enterrando-a parcialmente, de forma a tornar percetível as aberturas para o campo, atrás do edifício, divulgando a beleza bucólica do cenário. Com um pátio circular, terraços cobertos e descobertos e piscina, o Monte do Córrego é discreto e intimista, pensado para proporcionar uma experiência arquitetónica capaz de preencher as mais belas memórias familiares.

AMALGAM OF WHITE SOLIDS

Atelier dos Remédios has built its latest project in the outskirts of Santiago do Cacém, Portugal. Stood on a plot of 8.4 hectares, the Monte do Córrego rises up among the cork trees of the arid Alentejo, covering an area of 324 sqm, over two floors, the aim of which was to combine a detached house, with the support structures for farming activity. Under the light of the hot Alentejo sun, the design visually removes mass, volume and height from the building, partially burying it, in order to make perceptible the openings to the countryside behind the building, making the most of the setting's rural beauty. Featuring a round courtyard, covered and uncovered terraces and a swimming pool, Monte do Córrego is discreet and cosy, designed to provide an architectural experience able to create the most beautiful family memories.

Wenzhou-Kean University

T MARIA PIRES B&TB

NO CORAÇÃO DA UNIVERSIDADE

O Centro Estudantil e a Biblioteca da Universidade Wenzhou-Kean, na China, é um projeto do gabinete Schmidt Hammer Lassen Architects, localizado no coração da Universidade, que conectará os equipamentos educacionais e as residências estudantis.
Cinema, estúdios de dança e música, áreas desportivas, salas de reuniões, espaços de estudo e uma enorme biblioteca serão algumas das valências do edifício. O exterior será inspirado nas construções locais de bambu.

IN THE HEART OF THE UNIVERSITY

The Student Centre and the Library of Wenzhou-Kean University, in China, is a project developed by Schmidt Hammer Lassen Architects. Located in the heart of the university, it will connect the educational facilities with the student residences. The building will include a theatre, dance and music studios, sports areas, meeting rooms, spaces for studying and a huge library. The exterior takes inspiration from local bamboo constructions.

Devil's Corner

T MARIA PIRES TANJA MILBOURNE

INTERPRETANDO A PAISAGEM

A nova Porta da Adega e o Posto de Observação da produtora de vinhos Devil's Corner encontram-se rodeados pelos maiores vinhedos da Tasmânia, com uma vista panorâmica sobre a península de Freycinet. Originalmente um pequeno edifício desmontável, a Porta da Adega expandiu-se, combinando-se com um Posto de Observação e proporcionando experiências gastronómicas, graças ao projeto do australiano Cumulus Studio. A Porta da Adega e o Posto de Observação foram desenhados como um conjunto disperso de edifícios revestidos a madeira, formando uma interpretação moderna de uma quinta agrícola.

Enquanto a Porta da Adega e o espaço gastronómico foram dispostos em torno de um pátio, sendo, por isso, espaços acolhedores, o Posto de Observação joga com a ideia de subjetividade, permitindo pontos de vista diferentes: tal como um vinho, a paisagem também pode ser apreciada e interpretada de várias formas. Aço, por permitir o prefabrico da estrutura fora do local, contentores reutilizados e adaptados à estrutura, por serem modulares, e madeira foram as matérias-primas eleitas para o projeto.

INTERPRETING THE LANDSCAPE

The new Cellar Door and Lookout of wine producer Devil's Corner stand surrounded by Tasmania's largest vineyards, with panoramic views over Freycinet Peninsula. Originally a small demountable building, the Cellar Door has been extended and paired with a lookout, and now provides food experiences, thanks to a project by Australian Cumulus Studio. The Cellar Door and Lookout were designed as a loose collection of timber clad buildings, forming a modern interpretation of a farm.

While the Cellar Door and the food area have been arranged around a courtyard, producing cosy spaces, the Lookout plays with the idea of subjectivity, allowing different points of view: just like a wine, the landscape can also be appreciated and interpreted in various ways. The raw materials chosen for the design were steel, as it allows the structure's prefabrication off-site, re-used containers adapted to the structure, as they are modular, and wood.

UNIC

T ANDREIA FILIPA FERREIRA MAD ARCHITECTS

VISTAS PANORÂMICAS SOB PARIS

Cumprimentando os dez hectares de espaço verde que compõem o Martin Luther King Park, no bairro parisiense Clichy-Batignolles, o UNIC é o projeto que marca a estreia do *atelier* MAD Architects, fundado pelo chinês Ma Yansong, na Europa. Resultado da estreita colaboração com o governo e arquitetos locais, este edifício residencial contará 13 andares e 50 metros de altura e ocupará uma área de 6600 m^2. Perspetivando a sua conclusão em 2018, o *atelier* tentou, com este projeto, esbater a fronteira entre arquitetura e natureza através de terraços escalonados, com cada nível assimétrico do edifício a afunilar-se à medida que se aproxima o topo.

PANORAMIC VIEWS OVER PARIS

Greeting the ten hectares of green space that make up the Martin Luther King Park, in the Parisian neighbourhood of Clichy-Batignolles, UNIC is the debut project of MAD Architects, founded by Chinese Ma Yansong, in Europe. The close collaboration with the government and local architects has resulted in this residential building, measuring 50 metres high, developing over 13 floors and covering an area of 6600 sqm. With its completion planned for 2018, the practice has tried, with this project, to blur the boundary between architecture and nature through tiered terraces, with each asymmetrical level tapering as the building ascends.

Mosha House

T ANDREIA FILIPA FERREIRA PARHAM TAGHIOFF

TRÊS VISTAS, UMA CASA

Instalada nas planícies de Mosha, a norte de Teerão, a Mosha House é um projeto assinado pelos arquitetos Lida Almassian e Shahin Heidari, do *atelier* iraniano New Wave Architecture, que tenta eternizar a tendência inata do ser humano para apreciar as paisagens naturais. Tentando fundir a natureza com a vida humana, os arquitetos distribuíram verticalmente as funções desta habitação, criando uma sensação de suspensão que, ao ocupar menos porção de terra para a construção, garante uma maior projeção da paisagem. De volume transversal, como três caixas suspensas voltadas para as planícies de Mosha, este projeto cria espaços adicionais graças à rotação específica das caixas, permitindo que o teto de um espaço seja o terraço de outro. No ponto de intersecção das caixas surge um eixo cilíndrico inclinado que cobre as escadas e molda o vazio, fornecendo uma visão oblíqua entre os três níveis da casa e melhorando as conexões familiares. Com a madeira como elemento natural básico, visível no chão, nas paredes e nas escadas, este escudo branco que se distingue, brilhante, na paisagem, veste-se de janelas do chão ao teto, proporcionando inúmeras vistas panorâmicas e mostrando que as janelas podem ser muito mais do que um simples elemento da construção habitacional.

THREE VIEWS, ONE HOUSE

Stood on the plains of Mosha, north of Tehran, the Mosha House is a project designed by architects Lida Almassian and Shahin Heidari, from Iranian practice New Wave Architecture, which tries to immortalise the innate human tendency to enjoy natural landscapes. Attempting to merge nature with human life, the architects have vertically distributed the functions of this house, creating a sense of suspension, which, by occupying a smaller portion of the plot for the construction, ensures a greater projection of the landscape. Transversal in volume, like three suspended boxes facing the plains of Mosha, this project creates additional spaces thanks to the specific rotation of the boxes, allowing for the ceiling of one space to serve as a terrace for the other. A sloping cylindrical shaft emerges where the boxes join, covering the stairs and framing the void, providing an oblique view of the house's three levels and improving family connections. With wood as the basic natural element, visible on the floor, on the walls and on the stairs, this white shield that brightly stands out in the landscape, boasts floor to ceiling windows providing countless panoramic views and proving that windows can be much more than a simple element of house construction.

RELAXE E DESFRUTE.
NÓS TRATAMOS
DE TUDO POR SI!

BOAS FÉRIAS!

EDITORA
PUBLISHER

FOTOGRAFIA
PHOTOGRAPHY

DESIGN E
COMUNICAÇÃO
DESIGN AND COMMUNICATION

PRODUÇÃO
DE CONTEÚDOS
CONTENT PRODUCTION

PMmedia
CORPORATE

15 YEARS OF PRESTIGE

PORTUGAL · ANGOLA · MOÇAMBIQUE
www.pmmediacorporate.com · info@pmmediacorporate.com

talking about:

ALEJANDRO ARAVENA

T ANDREIA FILIPA FERREIRA I ANDREA AVEZZÙ; 2,4-9 CRISTOBAL PALMA; 3 NINA VIDIC

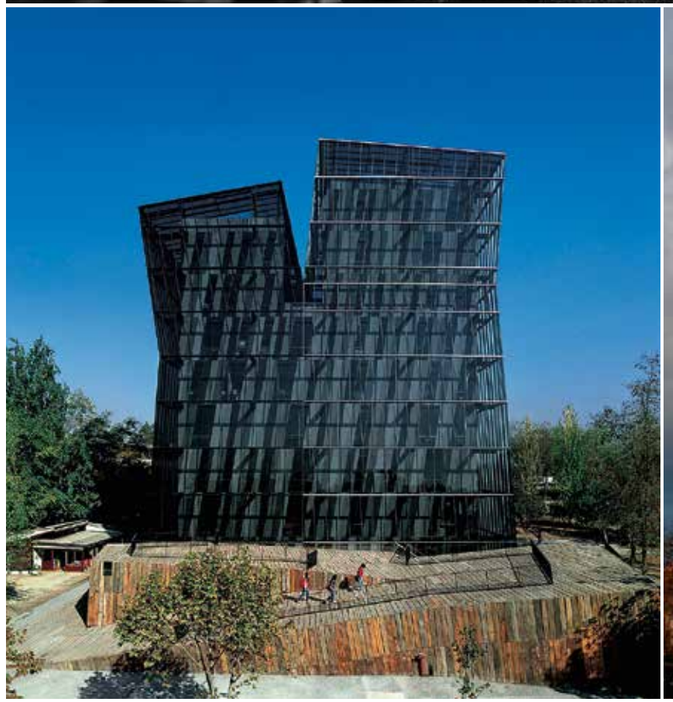
Um Pritzker que elogia a habitação social

Quando, naquela manhã calma de sábado, o telefone de Alejandro Aravena tocou, o chileno anteviu que a sua máxima que exigia que não trabalhasse ao fim de semana ia cair por terra. Qual seria o problema que teria para resolver, daquela vez, já que a *Bienal de Arquitetura de Veneza*, onde Aravena exercia o cargo de diretor, se aproximava a passos largos? Do outro lado da linha, Aravena ouviu a voz de Martha Thorne, a diretora executiva do *Prémio Pritzker* que, induzindo que o assunto da conversa seria a *Bienal*, lhe indica que tinha apenas algumas questões para lhe fazer. Mal Aravena sabia que a primeira pergunta seria rápida e direta: "Aceita ser o laureado do *Prémio Pritzker 2016*?". Silêncio. Nem por uma única vez Aravena pensou que poderia pertencer àquela lista de mitos da arquitetura. "E, para ser sincero, ainda hoje não consigo acreditar. Mas com o passar dos dias, os sentimentos começaram a evoluir em três diferentes direções: gratidão, quando olhava para trás; liberdade, quando olhava para o futuro; e alegria, quando olho para o presente", afirmou Aravena, num discurso emocionado no momento da entrega do prémio, em abril, nas Nações Unidas.

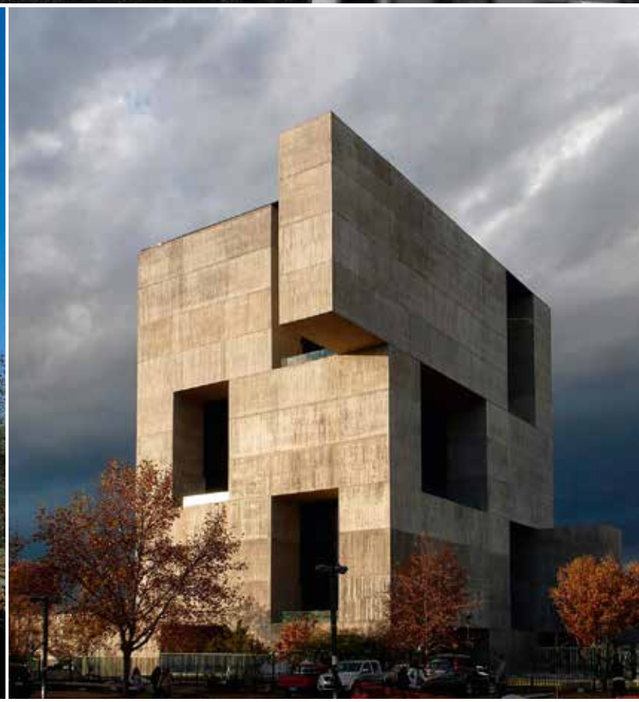
"Alejandro Aravena sintetiza o renascimento de um arquiteto mais socialmente engajado. Tem um profundo conhecimento tanto da arquitetura como da sociedade civil, algo que se reflete nos seus livros, no seu ativismo e nos seus projetos. O papel do arquiteto está agora a ser desafiado a servir as necessidades sociais e humanitárias maiores e Alejandro Aravena tem respondido a este desafio de modo claro, generoso e pleno". Foi desta forma que o júri do *Prémio Pritzker 2016* destacou Alejandro Aravena como o vencedor da distinção máxima do universo da arquitetura. Com 49 anos, o arquiteto foi o primeiro premiado de origem chilena, embora a América Latina já tenha dado provas do seu talento, após a atribuição do mesmo galardão ao mexicano Luis Barragán (1980) e aos brasileiros Oscar Niemeyer (1988) e Paulo Mendes da Rocha (2006). No entanto, esta escolha parece ter um significado especial, como se fosse uma espécie de chamada de atenção para algo específico. Na verdade, Aravena é considerado um arquiteto bastante jovem, sem um vasto conjunto de obras emblemáticas para mostrar. É possível que o júri tenha reconhecido que, com a crise económica, o regresso de uma arquitetura mais social seja crucial e, daí, optar por louvar o trabalho "inovador e inspirador" de Alejandro Aravena.

Natural de Santiago do Chile, a história de Aravena parece compor-se em torno da ideia de que a arquitetura, no seu melhor, pode melhorar a vida das pessoas. Tendo fundado o seu primeiro estúdio em 1994, o arquiteto chileno foi, anos mais tarde, convidado para lecionar na Universidade de Harvard, numa altura em que apenas tinha um edifício construído e um livro escrito. O destino levou-o ao encontro de Andres Iacobelli, um engenheiro de transportes, e a outra pergunta que o deixou em silêncio. No decorrer de uma conversa sobre o percurso satisfatório da arquitetura chilena, com vários prémios e reconhecimento internacional, Andres Iacobelli surpreende Aravena com uma pertinente interrogação: "Mas, se a arquitetura chilena é tão boa, por que razão a arquitetura social é tão ruim?" Silêncio. "Porque não fazes alguma coisa com habitação social?", continuou Iacobelli. Surgiu assim o ELEMENTAL, um estúdio que conta com a direção de Aravena desde 2001 e que, com projetos erguidos no Chile, EUA, México, China e Suíça, se foca no desenvolvimento de projetos de interesse público e impacto social, incluindo residências, espaços públicos, infraestruturas e transportes. Mesmo tendo assinado obras de grande dimensão, como é o caso do Centro de Inovação

[ALEJANDRO ARAVENA]



SIAMESE TOWERS (2005), SANTIAGO DO CHILE



UC INNOVATION CENTER – ANACLETO ANGELINI (2014), SANTIAGO DO CHILE

QUINTA MONROY HOUSING (2004), IQUIQUE - CHILE

e as Torres Siamesas da Universidade Católica do Chile ou os dormitórios da Universidade de St. Edwards, em Austin, no Texas, foram os projetos sociais desenvolvidos pelo arquiteto chileno e pelo estúdio ELEMENTAL que cativaram o interesse da Fundação Hyatt e da família Pritzker. "Alejandro Aravena oferece oportunidades aos menos privilegiados, mitiga os efeitos dos desastres naturais, reduz o consumo de energia e cria espaços públicos convidativos", destaca o júri, mencionando, claro está, alguns dos icónicos projetos de Aravena: a reconstrução sustentada da cidade de Constitución, no Chile, após o terramoto e *tsunami* que a atingiram em 2010 e o projeto Quinta Monroy, na cidade de Iquique, também no Chile, que colocou o gabinete ELEMENTAL nas bocas do mundo em 2004. E abrimos aqui uns parênteses finais para falar deste projeto específico. O desafio baseava-se em realojar uma centena de famílias que ocupava, de modo ilegal, meio hectare de terreno. Sem dinheiro público suficiente para comprar o terreno e construir novas casas, a solução estava no realojamento dos residentes para áreas suburbanas. E foi aí que Aravena interveio. Já que o dinheiro não chegava para

Alejandro Aravena sintetiza o renascimento de um arquiteto mais socialmente engajado.

construir uma casa de 80 m², o arquiteto avançou com casas de 40 m², desenvolvendo as áreas que as famílias dificilmente conseguiriam erguer sozinhas, deixando o restante para ser feito mais tarde, pelos próprios residentes. Improvisando, os habitantes foram fechando os espaços deixados em aberto ao longo do tempo, tornando a Quinta de Monroy num exemplo de liberdade – e não propriamente de harmonia estética.

A Pritzker that praises social housing

When Alejandro Aravena's phone rang on that quiet Saturday morning, the Chilean foresaw that his maxim, demanding that he never work at the weekend, would fall by the wayside. What problem would he need to sort out this time, seeing as the *Venice Architecture Biennial*, for which Aravena was the director, was approaching fast? On the other end of the line Aravena heard the voice of Martha Thorne, the executive director of the *Pritzker Prize*, indicating that the topic of conversation would be the *Biennial* and that she only had a couple of questions to ask him. Little did Aravena know that the first question was quick and direct: "Do you accept the 2016 *Pritzker Prize*?" Silence. Not once had Aravena ever thought that he could make it onto that list of architecture legends. "And, to be honest, I still cannot believe it today. But with every passing day, my feelings started to evolve in three different directions: gratitude, when looking back; freedom, when looking to the future; and joy, when I look at the present", Aravena said, in an emotional speech, when he received the prize in April, at the UN headquarters.

"Alejandro Aravena epitomizes the revival of a more socially engaged architect. He has a deep understanding of both architecture and civil society, as is reflected in his writing, his activism and his designs. The role of the architect is now being challenged to serve greater social and humanitarian needs, and Alejandro Aravena has clearly, generously and fully responded to this challenge". This was how the 2016 *Pritzker Prize* jury highlighted Alejandro Aravena as the winner of the highest distinction in the world of architecture. The 49-year-old was the first architect of Chilean origin to be awarded, although Latin America has already proven its talent, with the same award having been won by Mexican Luis Barragán (1980) and Brazilians Oscar Niemeyer (1988) and Paulo Mendes da Rocha (2006). This choice, however, seems to have a significant meaning, as if it was focusing attention on something specific. In fact, Aravena is considered a very young architect, without a large portfolio of iconic works to show. It is possible that the jury has recognised that, with the economic crisis, the return of a more social architecture is crucial and, hence, chose to laude the "innovative and inspiring" work of Alejandro Aravena.

Born in Santiago do Chile, Aravena's story seems to have developed around the idea that architecture, at its best, can improve people's lives. Having founded his first practice in 1994, the Chilean

ST. EDWARD'S UNIVERSITY DORMS (2008), TEXAS

ST. EDWARD'S UNIVERSITY DORMS (2008), TEXAS

architect was, years later, invited to lecture at Harvard University, at a time when only one of his buildings had been constructed and he had only written one book. Fate decided he would meet transport engineer Andres Iacobelli and that he would be confronted with another question that left him silent. During a conversation about the satisfactory course of Chilean architecture, with various awards and international recognition, Andres Iacobelli startled Aravena with a pertinent question: "But, if Chilean architecture is so good, how come social architecture is so bad?" Silence. "Why don't you do something with social housing?" Iacobelli continued. This is what led to the foundation of ELEMENTAL, a practice under Aravena's direction since 2001, with projects built in Chile, the USA, Mexico, China and Switzerland, which focuses on the development of projects of public interest and social impact, including homes, public spaces, infrastructure and transport. Even though he has designed large-scale works, such as the Innovation Centre and the Siamese Towers of the Universidad Católica de Chile or the dormitories of St. Edwards University, in Austin, Texas, the social projects developed by the Chilean architect and ELEMENTAL practice were the ones that captivated the interest of the Hyatt Foundation and the Pritzker family. "Alejandro Aravena offers opportunities to the less privileged, mitigates the effects of natural disasters, reduces energy consumption and creates inviting public spaces", the jury points out, while also mentioning, of course, some of Aravena's iconic projects: the sustained reconstruction of Chilean city of Constitución, after the earthquake and tsunami that struck in 2010 and the Quinta Monroy project, in the city of Iquique, also in Chile, which got people talking

Alejandro Aravena epitomizes the revival of a more socially engaged architect.

about the ELEMENTAL practice around the world in 2004. And here we take time to talk about this specific project. The challenge involved re-housing one hundred families, who were illegally occupying half a hectare of land. Without enough public money to buy this land and build new houses, the solution was the relocation of the residents to suburban areas. And that's where Aravena intervened. As the money was not enough to build an 80-sqm house, the architect created 40-sqm houses, developing the areas that the families would have found hard to build themselves, leaving the rest to be built later by the residents themselves. Improvising, over time the inhabitants have closed the spaces that had been left open, making the Quinta de Monroy an example of freedom - and not exactly of aesthetic harmony.

OPINIÃO / OPINION

Tiago Rebelo de Andrade

ARQUITETO SUBVERT STUDIO
ARCHITECT SUBVERT STUDIO

Campeões mundiais

O futebol move milhões, é verdade – e a arquitetura? Quantos milhões circulam no mercado imobiliário e qual é o valor que damos ao nosso património arquitetónico? Quais são os dividendos que recebemos dos turistas que nos visitam para ver as mais emblemáticas obras de arquitetura nas diferentes cidades dispersas pelo nosso país?
Este ano, Portugal foi – com todo o mérito e o imenso orgulho dos portugueses – campeão europeu de Futebol, de Hóquei em Patins e de Atletismo nas mais diversas modalidades.
Mas não é só no desporto que nós, portugueses, somos bons: a arquitetura portuguesa é também uma das atividades campeãs no que toca à conquista de prémios internacionais, nas mais diversas categorias.
Todos os anos – e isto acontece num país com cerca de 11 milhões de habitantes – os arquitetos trazem para casa os mais importantes prémios internacionais de arquitetura. Temos dois prémios *Pritzker*, por exemplo. Caso Siza Vieira e Souto de Moura fossem jogadores de futebol, teríamos dois 'Cristianos Ronaldos' a marcarem golos atrás de golos, apoiados por uma equipa de luxo, com tantos outros arquitetos que continuam a ganhar os maiores prémios internacionais.
A arquitetura é também uma das áreas em Portugal com maior capacidade de exportação de serviços e produtos. O arquiteto português, para além de ser bom, ou mesmo muito bom naquilo que faz, tem uma capacidade única para compreender o lugar e para compreender a identidade do sítio em que se constrói.
Sabemos também que, por detrás dos melhores e maiores escritórios de arquitetura no mundo, trabalham um ou mais portugueses em lugares de liderança, que todos os dias provam que esta é uma área de excelência em Portugal.
Chegou o tempo e a hora dos responsáveis políticos e das principais autoridades perceberem esta evidência: a arquitetura e os arquitetos devem ser valorizados como um dos principais ativos de Portugal. Já não peço, como pediu Jéssica Augusto para os atletas, que os arquitetos sejam condecorados pelo Presidente da República. Mas há que reconhecer que estão ao nível de todos os nossos melhores campeões da Europa.

World champions

Football moves millions, this is true – and what about architecture? How many millions are circulating in the real estate market and what is the value that we put on our architectural heritage? What are the dividends that we receive from the tourists who visit us to see the most iconic works of architecture in the different cities scattered throughout our country?
This year Portugal has become – deservedly so and to the immense pride of the Portuguese people – the European champions in football, in roller hockey and in various disciplines in the sport of athletics.
But sport is not the only thing that we, the Portuguese, are good at: Portuguese architecture is also a champion activity when it comes to the achievement of international awards in various categories.
Every year – and this in a country with about 11 million inhabitants – architects bring home the most important international awards in architecture. We have two *Pritzker* prizes, for example. If Siza Vieira and Souto de Moura were football players, we would have two 'Cristianos Ronaldos' to score goal after goal, supported by a luxury team, with so many other architects who continue to win major international awards.
Architecture is also one of the areas in Portugal with the greatest capacity for exporting services and products. Apart from being good, or even very good at what she/he does, the Portuguese architect, has a unique ability to understand the location and to understand the identity of the site that is built on.
We also know that, within the world's greatest and largest architecture practices, one or more Portuguese occupy leading positions, proving every day that this is an area of excellence in Portugal.
The time has come for policymakers and leading authorities to acknowledge this evidence: architecture and architects should be valued as one of Portugal's major assets. I do not ask, like Jéssica Augusto asked for athletes, for architects to be awarded by the President. But it has to be recognised that they are at the same level as all our best European champions.

Haitang Villa

T ANDREIA FILIPA FERREIRA MAGIC PENNY

DECORAÇÃO ORIENTAL

É num ambiente repleto de características orientais que se ergue a Haitang Villa, um projeto de Han Wen-Qiang e Li Yun-Tao da Arch Studio, situado na periferia de Pequim. Com 510 m² de espaços visualmente dinâmicos e uma decoração mínima, graças aos materiais simples e naturais, a Haitang Villa segue um conceito básico: a alternância de materiais e espaços para esbater a fronteira entre interior e exterior, criando uma atmosfera aberta. Os painéis de madeira com ranhuras, que permitem que a luz penetre dando a ilusão de espaço, são talvez a particularidade mais distinta deste projeto.
Com um primeiro andar e uma cave que se desenrolam de forma conectada, de maneira a receber os visitantes, esta *villa* contém, nessas áreas, uma sala de estudo, com o gradeamento de madeira de carvalho e prateleiras para armazenar os livros, por exemplo; e uma sala de chá, que usa uma pintura em cinza, combinada com uma bancada personalizada e uma mesa, fazendo com que o contraste resulte numa experiência de escalas diferentes, uma técnica também usada no *design* da sala de estar e nos quartos. Quanto à cave, ainda, o projeto integra uma floresta de bambu no pátio que cria interações na paisagem, entre visões interiores e exteriores. Sempre com a ideia de garantir um ambiente neutro e suave, a Haitang Villa veste também paredes que curvam em direção ao teto.

ORIENTAL DÉCOR

Haitang Villa, a project by Han Wen-Qiang and Li Yun-Tao from Arch Studio, can be found in an environment rich in oriental features, on the outskirts of Beijing. Developing over an area of 510 sqm of visually dynamic spaces and with minimal decoration, thanks to the use of simple and natural materials, the Haitang Villa follows a basic concept: the alternation of materials and spaces to blur the boundary between indoors and outdoors, creating an open atmosphere. The slotted wooden panels, which allow the entrance of light, creating an illusion of space, are perhaps the most distinctive feature of this project. With a first floor and a basement developing in a connected manner, so as to welcome visitors, these areas of the villa contain a study with oak grille and shelves for storing books, for example; and a tea room, which is painted in grey, combined with a custom made counter top and table top, causing the contrast to result in an experience of different scales, a technique also used in the design of the living room and the bedrooms. As for the basement, the project also boasts a bamboo forest in the courtyard that creates interactions with the landscape, between indoor and outdoor views. With the constant idea of ensuring a neutral and smooth environment, Haitang Villa also features walls curving toward the ceiling.

Valextra Retail Space

T MARIA PIRES ED REEVE

ARTE E INOVAÇÃO

Combinando a arte do trabalho manual com inovação, a Valextra, marca de luxo de artigos em couro com sede em Milão, abriu um novo espaço *retail* em Londres, projetado por David Adjaye. O espaço é emoldurado por paredes de três dimensões, onduladas e com cortes assimétricos que funcionam como nichos para expor os produtos. No centro, um 'pódio' é complementado com compartimentos de diferentes alturas e caixas que acolhem os pequenos artigos em couro. A atenção aos detalhes e a paixão pelo trabalho em couro estão bem presentes quer nos artigos que expõem, quer no espaço que os alberga.

ART AND INNOVATION

Combining the art of craftsmanship with innovation, Valextra, a luxury brand for leather goods based in Milan, has opened a new retail space in London, designed by David Adjaye. The space is framed by three dimensional, undulating walls with asymmetrical cuts that act as niches to display the products. A 'podium' in the centre is complemented by compartments of varying heights and boxes holding the small leather pieces. Attention to detail and passion for leather work are clearly present both in the products on display and in the space housing them.

Aesop ION

T ANDREIA FILIPA FERREIRA AESOP

FLORESTA INVERTIDA

À saída da movimentada Orchard Road, na área central de Singapura, uma nova loja da marca de cosméticos Aesop nasceu pela mão do gabinete de *design* norueguês Snøhetta. Com interiores inspirados na encarnação original da Orchard Road, como plantação de noz-moscada, o *atelier* Snøhetta criou uma floresta invertida, com ripas de madeira fina a pender do teto escuro, usando uma sensível junção de materiais, cores e formas. As paredes cor-de-rosa, lembrando a cor do macis, um tempero colhido da noz-moscada, dão um toque de requinte à loja. Quanto aos produtos, desde cosméticos para cuidado facial, capilar, corporal ou perfumes, são organizados em montras de metal em tons de bronze.

INVERTED FOREST

A new store for cosmetics brand Aesop has been created by Norwegian design studio Snøhetta at the exit of bustling Orchard Road, in central Singapore. Inspired by Orchard Road's origins, as a nutmeg 'orchard', Snøhetta studio has created an inverted forest out of fine wooden slats, hanging from the dark ceiling, using a sensitive combination of materials, colours and shapes. The pink walls, reminiscent of the colour of mace, add a touch of sophistication to the shop. As for the products, including cosmetics for facial, hair, or body care, and perfumes, they are arranged on bronze-coloured metal displays.

Hotel Van Zandt

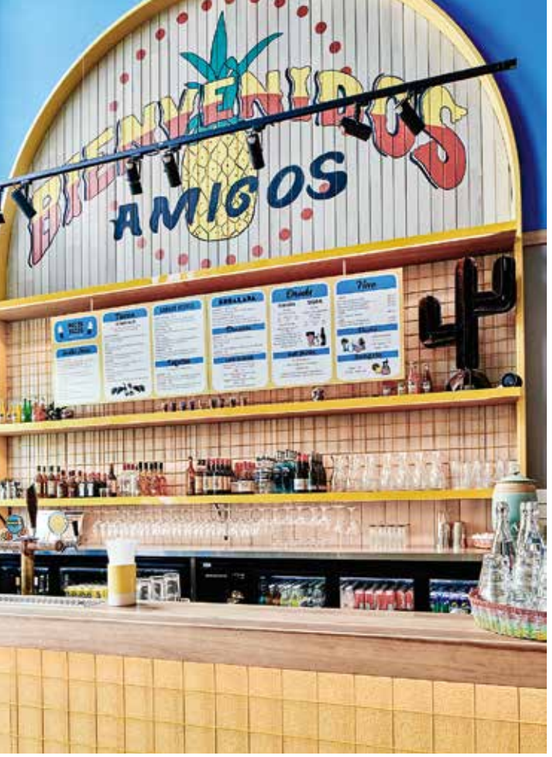
T MARIA PIRES MARK ZEFF

FEITO DE MÚSICA

Tendo como fonte de inspiração o cantor norte-americano Townes Van Zandt, famoso pelas suas composições *country*, o Hotel Van Zandt, em Austin, Texas, desenhado por Mark Zeff para a cadeia Kimpton Hotels, é uma ode à música, à essência texana e à contemporaneidade. A música, que assume um papel central em Austin, é também a protagonista neste hotel de 16 pisos e 319 suítes de luxo. Para além de música ao vivo em várias áreas, nomeadamente na piscina, cuja cobertura se converte em palco, os elementos decorativos de cada ambiente parecem embalados em *playlists* sob medida: fotografias de ícones musicais, incluindo Townes Van Zandt, Bob Dylan e Willie Nelson; a escultura de pássaros feita com discos de vinil, de Paul Villinski; a cor azul que permeia muitos dos espaços, uma homenagem ao último álbum de Van Zandt, *No Deeper Blue*; pianos *vintage* que habitam em algumas das suítes; trombones que são usados como lustres; gramofones e rádios antigos na sala de estar; e gira-discos com vinis que ficam à disposição dos hóspedes, etc. Os motivos musicais são, porém, harmoniosamente combinados com materiais tipicamente texanos, como o couro, bronze e outros metais oxidados, e com elementos elegantes e contemporâneos.

MADE OF MUSIC

Drawing its inspiration from famous American country singer Townes Van Zandt, the Van Zandt Hotel, in Austin, Texas, designed by Mark Zeff for the Kimpton Hotels chain, is an ode to music, to the essence of Texas and to contemporary style.
Music, which plays a central role in Austin, is also the main feature in this 16-floor hotel boasting 319 luxury suites. In addition to live music acts in various areas, especially in the swimming pool, the cover of which turns into a stage, the decorative elements of each room seem to be wrapped in bespoke playlists: photos of musical icons, such as Townes Van Zandt, Bob Dylan and Willie Nelson; a bird sculpture made of vinyl records, by Paul Villinski; the colour blue permeating many of the spaces, a tribute to Van Zandt's last album, *No Deeper Blue*; vintage pianos inhabiting some of the suites; trombones that are used as lamps; gramophones and antique radios in the living room; and record players with vinyl records for the use of guests, etc. The musical motifs are however harmoniously combined with typical Texan materials, such as like leather, bronze and other oxidised metals, as well as with elegant and contemporary elements.



Paco's Tacos Eastland

T ANDREIA FILIPA FERREIRA TOM BLACHFORD

O MÉXICO NA AUSTRÁLIA

Trazendo um ambiente divertido, colorido, amigável e acolhedor ao Eastland Shopping Centre, na Austrália, o Paco's Tacos Eastland é um restaurante desenhado pela Techné Architecture + Interior Design e inspirado nas típicas fachadas exteriores mexicanas. Com cores vibrantes e pinturas nas paredes feitas à mão, o projeto incorpora grandes arcos, que dividem o espaço interior de 200 m^2. Para além disso, os interiores são também definidos pelas sombras dos blocos cor-de-rosa, azul e amarelo, que separam cada área de jantar, equipada com sumptuosos assentos de diferentes configurações. Retirando inspiração do arquiteto mexicano Luis Barragán, o *atelier* de Melbourne aliou-se ainda aos arquitetos paisagistas Ayus Botanical para conceber espaços verdes no interior do Paco's Tacos Eastland, criando um ambiente que faz o cliente se sentir numa praça ao ar livre.

MEXICO IN AUSTRALIA

Bringing a fun, colourful, friendly and welcoming atmosphere to the Eastland Shopping Centre, in Australia, Paco's Tacos Eastland is a restaurant designed by Techné Architecture + Interior Design, inspired by typical Mexican exterior facades. With vibrant colours and hand painted pictures on the walls, the project features large arches, dividing up the 200 sqm interior space. In addition to this, the interiors are also defined by block shades of pink, blue and yellow, dividing each dining area, equipped with bench seating and other seat configurations. Drawing inspiration from Mexican architect Luis Barragán, the Melbourne-based studio also teamed up with landscape architects Ayus Botanical in order to design green spaces inside the Paco's Tacos Eastland, creating an environment that gives customers the feeling of being in an open-air piazza.

Ford Vignale Pavilion

T MARIA PIRES C NACHO URIBE SALAZAR

CONVERGÊNCIAS

O espaço branco e naturalmente iluminado é complementado por listas de madeira que fluem nas paredes e no teto, dando movimento ao espaço. É assim o Ford Vignale Pavilion, desenhado por Ruiz Velázquez para a Casa Decor Madrid, que criou um ambiente acolhedor, onde as linhas convergem para unir máquina e ser humano. Este espaço traduz o novo conceito comercial da marca automóvel de prestígio, que aponta para um novo nível de serviço para clientes exigentes. A árvore preexistente no local foi deixada intacta, porque natureza e arquitetura unem-se e confluem para o protagonista: o automóvel.

CONVERGENCES

The naturally-lit, white space is complemented by wooden slats flowing on the walls and ceiling, adding movement to the space. This is the Ford Vignale Pavilion, designed by Ruiz Velázquez for Casa Decor Madrid, who has created a warm atmosphere in which lines converge to bring together machine and human being. This space reflects the prestigious car brand's new commercial concept, which focuses on a new service level for discerning clients. The tree already existing at the site was left intact, with nature and architecture teaming up and converging towards the star of the show: the car.

VONDOM®

Proudly Presents

KES BY GABRIELE + OSCAR BURATTI

vondom.com | Tel. 214 850 377 | santos@vondom.com

Barberia Royal

T ANDREIA FILIPA FERREIRA ONNIS LUQUE

REALEZA CONTEMPORÂNEA

Situada numa zona privilegiada da Cidade do México, com importantes hotéis, o icónico Passeio da Reforma e o parque urbano Chapultepec nas imediações, a Barberia Royal é um projeto do ROW Studio que incorpora, de forma contemporânea, alguns vestígios da realeza europeia. À entrada, os clientes são recebidos com um piso em azulejo hexagonal preto e branco com um padrão em flor. Com uma decoração que homenageia a longa herança das barbearias tradicionais, a Barberia Royal contém uma área de espera com bar, bancos e sofás em pele confortável, prateleiras que servem como expositores dos produtos de cuidado pessoal, uma mota *vintage* Triumph restaurada e... uma cabeça de búfalo verdadeira. Quanto à área de serviço, a Barberia Royal está mobilada com cadeiras de 1950 estofadas a amarelo que, quando inclinadas, permitem contemplar o teto que reflete a vista da loja.

CONTEMPORARY ROYALTY

Located in a prime neighbourhood of Mexico City, with major hotels, the iconic Paseo de la Reforma and Chapultepec City Park nearby, the Barberia Royal is a ROW Studio project that incorporates some vestiges of European royalty with contemporary flair. As customers enter, they are greeted by a floor in black and white hexagonal tiles featuring a flower pattern. With a décor paying tribute to the long heritage of traditional barbershops, the Barberia Royal has a waiting area with bar, comfortable leather seats and sofas, shelves displaying personal care products, a restored vintage Triumph motorcycle and... a real buffalo head. The service area of the Barberia Royal is furnished with 1950s chairs in yellow upholstery, which, when titled, allow customers to contemplate the ceiling reflecting the view of the shop.

Kôi Eatery

T MARIA PIRES VINCENT COSTE STUDIO DESIGN & ASSOCIÉS

RESTAURANTE TATUADO

Projetado pelo arquiteto Vincent Coste, o restaurante japonês Kôi, na cidade de Aix-en-Provence, no sul de França, surpreende pelas ilustrações inspiradas nas tatuagens que os membros da Yakuza, a máfia japonesa, possuem no corpo. A arte a preto e branco é assinada pela ilustradora Claire Leina, que representou essencialmente dragões e carpas ('kôi' é a palavra japonesa para 'carpa'), em paredes, tetos e pisos, mas o motivo estende-se às louças do restaurante.
A equipa de Vicent também desenhou móveis e apostou na iluminação amarela indireta, que delimita os desenhos e torna o espaço acolhedor. O tom vermelho dá o toque colorido ao espaço e surge nas cadeiras, bancos e nas bancadas das casas de banho.

TATTOOED RESTAURANT

Designed by architect Vincent Coste, the Japanese Kôi restaurant, in the city of Aix-en-Provence, in the South of France, features some stunning illustrations inspired by the tattoos that members of the Japanese Yakuza mafia have inked on their bodies. The black and white art work was designed by illustrator Claire Leina, who primarily depicted dragons and koi carps ('koi' is the Japanese word for 'carp') on the walls, ceilings and floors, with the motif also appearing in the restaurant's tableware.
Vincent's team also designed furniture and installed indirect yellow lighting, which delimits the drawings and makes the space cosy. Red adds a colourful touch to the space and appears on the chairs, benches and the basin tops in the bathrooms.

Hangzhou Zhongshuge

T ANDREIA FILIPA FERREIRA SHAO FENG

UMA NOVA EXPERIÊNCIA DE LEITURA

Quem passeia no movimentado centro comercial de Star Avenue, em Hangzhou, na China, facilmente se surpreende com a Hangzhou Zhongshuge, uma livraria que se distingue pelo desejo de se querer assumir como o mais bonito espaço para os leitores. Com uma parte frontal que se assemelha a uma cortina de vidro transparente, coberta de textos, este projeto do *designer* Li Xiang, da X+Living, evidencia um espaço branco puro com colunas de prateleiras circulares, preenchidas de livros. Esses pilares, ao subirem até ao teto, encontram um espelho que reflete os livros e duplica a dimensão transversal do espaço. Seguindo a mesma lógica, a Hangzhou Zhongshuge coloca ao dispor dos mais pequenos um autêntico parque de diversões onde os livros são as estrelas. Com prateleiras desenhadas como instalações de recreio, incluindo balões de ar quente, montanhas-russas ou navios piratas, a livraria pretende dar às crianças uma experiência de leitura divertida. Para os mais adultos, a área de leitura, com uma claraboia e estantes circulares, como um teatro, é o espaço indicado, permitindo-lhes sentar no sofá macio ou ficar de pé enquanto leem.

A NEW READING EXPERIENCE

Anyone visiting the busy shopping centre on Star Avenue, in Hangzhou, China, will easily be amazed by the Hangzhou Zhongshuge, a bookshop that stands out for its desire to become the most beautiful space for readers. With its front part resembling a transparent glass curtain covered in texts, this project by designer Li Xiang, from X+Living, features a pure white space with columns of rounded shelves, filled with books. These pillars rise up to the ceiling, where they are met by a mirror reflecting the books and doubling the overall dimension of the space. Following the same brief, the Hangzhou Zhongshuge offers an authentic amusement park to its smallest visitors, in which the books are the stars. With shelves designed as recreational facilities, including hot air balloons, roller coasters or pirate ships, the book shop aims to make reading a fun experience for children. For grown-ups there is a reading area with a skylight and circular shelves, like a theatre, where they can sit down on the soft sofa or remain standing while they read.

talking about:

LUÍSA PEIXOTO

T ANDREIA FILIPA FERREIRA LUÍSA PEIXOTO DESIGN

Um apelo às emoções

Com um brilho no olhar que parece iluminar todos os espaços decorados pelas suas mãos, Luísa Peixoto é a portuguesa por detrás do *design* interior de projetos espalhados por todo o mundo. Aliando a funcionalidade à estética, através de produtos cuidadosamente fabricados por artesãos experientes, Luísa Peixoto vai explorando a relação emocional entre pessoa e espaço, envolvendo cada atmosfera que cria num contexto harmonioso e até intemporal. Aprontando-se para comemorar, em 2017, os 20 anos de "atividade criativa", a *designer* de interiores, que se diz "incrivelmente feliz" a tornar realidade os desejos do mais exigente cliente, soma elogios à sua originalidade, consolidando mercados e espalhando o talento português além-fronteiras.

A história de Luísa Peixoto começa em 1997 quando, após optar por frequentar o curso de *Design* de Interiores e Mobiliário na ESAD, em Matosinhos, decide dar início à sua própria marca – a Luísa Peixoto Design. Já lá vão quase 20 anos de experiência e originalidade, com a idealização de produtos e ambientes que emanam uma linguagem própria e distinta, de emoção e funcionalidade. "Uma linguagem e identidade própria caracterizam os meus objetos. Gosto de apelar às emoções, ao tato, ao cheiro, sem descurar a função principal de cada elemento", afirma a *designer* de interiores.

Recolhendo inspiração de tudo o que a emociona, Luísa Peixoto conquista através da pureza das formas de cada peça que desenha, sublinhando como "atributos essenciais tanto o artesanato como a relação emocional com o produto". Aliás, se há filosofia que Luísa Peixoto imprime nas suas criações é a de estabelecer uma ligação íntima entre peças e pessoas: "Cada peça tem duas impressões digitais – uma que pertence à marca e outra que se define no imaginário de quem a adquire". E como poderemos definir esse consumidor? Luísa Peixoto é concisa na resposta: "O meu cliente é um apreciador de bons materiais e acabamentos em peças intemporais", explica. Apostando na utilização de materiais naturais como madeiras ou pedras, compondo assim atmosferas com tons neutros e luminosos – ou, como Luísa Peixoto gosta de enfatizar, ambientes que funcionem como cromoterapia –, a marca que alberga o seu *showroom* na Rua do Ouro, número 102, na cidade do Porto, garante qualidade e personificação. Com peças facilmente ajustadas aos desejos de cada cliente, seja em termos de dimensão ou materiais utilizados, a coleção da marca inclui: aparadores, armários, mesas de jantar, cadeiras, secretárias, cómodas, estantes, espelhos, artigos de iluminação, etc., fundindo, na medida e proporção exatas, os ingredientes perfeitos para a criação de ambientes interiores que revelam a personalidade apaixonada de Luísa Peixoto.
Com uma seleção cromática criteriosa e um respeito pela tradição do trabalho manual, a Luísa Peixoto Design tem surpreendido além-fronteiras, com propostas harmoniosas que elevam a criatividade dos *designers* portugueses. "O ponto de partida é contar a história de quem vai viver o espaço, seja a longo ou a curto prazo", descreve Luísa Peixoto, enquanto revela que um dos grandes objetivos da marca passa pela prospeção de novos horizontes, ao mesmo tempo que tenta consolidar o prestígio nos mercados onde já atua. E, em vez de contarmos os países, parece-nos mais conveniente enumerarmos alguns dos projetos: Porto Palácio Hotel e Pestana Porto Hotel, na cidade mãe da marca; Hotel Santa Justa e Myriad, em Lisboa; Hotel Intercontinental, no Estoril; Epic Sana Algarve Hotel, em Albufeira; Maris Hotels, na Grécia; Trianon Palace, Hotel du Cheval Blanc, Hilton Hotel Paris e Mandarin Oriental Hotel, em França; Claridge's Hotel e Sheraton Park Lane Hotel, em Londres; ou Dokkaae Tower, na Arábia Saudita.
Com um portefólio rico e diversificado, resultante de duas décadas de maturação de uma visão elegante sobre as potencialidades do *design* interior, Luísa Peixoto continua a colocar o seu selo distintivo em projetos marcantes e apelativos.
Com surpresas a caminho, a certeza é de que o carimbo de *handmade forever*, valorizado pela marca, continuará a espalhar o seu charme pelos recantos do mundo.

"Gosto de apelar às emoções, ao tato, ao cheiro, sem descurar a função principal de cada elemento"

[LUÍSA PEIXOTO]

Appealing to the emotions

With a sparkle in her eye that seems to light up every space that she decorates, Luísa Peixoto is the Portuguese woman behind the interior design of projects dotted all over the world. Combining functionality with aesthetic appeal, through products carefully made by experienced craftsmen, Luísa Peixoto explores the emotional relationship between person and space, wrapping every atmosphere she creates in a harmonious and also timeless context. Getting ready to celebrate 20 years in the "creative business", in 2017, the interior designer, who says she is "incredibly happy" to make the wishes of the most discerning clients come true, adds accolades to her originality, consolidating markets and spreading Portuguese talent overseas.
Luísa Peixoto's story begins in 1997, when, having completed her Interior Design and Furniture studies at ESAD, in Matosinhos, she decided to set up her own brand – Luísa Peixoto Design. Almost 20 years of experience and originality have now passed, creating products and environments that reveal their own distinct language, of emotion and functionality. "A particular language and identity characterise my objects. I like to appeal to the emotions, to touch, to smell, without neglecting the main function of every item", the interior designer explains. Sourcing her inspiration from anything that moves her, Luísa Peixoto uses purity of form to great effect in every piece she designs, while stressing that "essential attributes are as much craftsmanship as the emotional relationship with the product". Indeed, if Luísa Peixoto follows a philosophy when creating, it is that of establishing close ties between pieces and people: "Every piece has two finger prints – one that belongs to the brand and another that is defined in the imagination of the person who buys it", she reveals. And what kind of client is this, exactly? Luísa Peixoto is concise in her answer: "My client appreciates fine materials and finishes in timeless pieces", she explains. Focusing on the use of natural materials, such as wood or stone, thus composing atmospheres in neutral and bright

palettes – or, as Luísa Peixoto likes to emphasise, environments that work like colour therapy –, the brand with its showroom at 102, Rua do Ouro, in the city of Oporto, ensures quality and customisation. With pieces easily adjusted to the whims of any client, whether in terms of size or materials used, the brand's collection includes: sideboards,

"I like to appeal to the emotions, to touch, to smell, without neglecting the main function of every item"

wardrobes, dining tables, chairs, desks, chests of drawers, bookcases, mirrors, lighting, etc., blending, in the exact measurements and proportions, the perfect ingredients for the creation of interior environments, which reveal the passionate personality of Luísa Peixoto.
With colours carefully selected and respect for the tradition of craftsmanship, Luísa Peixoto Design has made its mark abroad, with harmonious suggestions promoting the creativity of Portuguese designers. "The starting point is telling the story of the person who is going to live in the space, whether for a long or short space of time", Luísa Peixoto explains, while revealing that one of the major aims of the brand involves sounding out new horizons, at the same time as consolidating the prestige the brand has in the markets where it is already operating. And, instead of listing the countries, it makes more sense to reveal some of the projects the brand has been involved in: Porto Palácio Hotel and Pestana Porto Hotel, in the brand's home city; Hotel Santa Justa and Myriad, in Lisbon; Hotel Intercontinental, in Estoril; Epic Sana Algarve Hotel, in Albufeira; Maris Hotels, in Greece; Trianon Palace, Hotel du Cheval Blanc, Hilton Hotel Paris and Mandarin Oriental Hotel, in France; Claridge's Hotel and Sheraton Park Lane Hotel, in London; or Dokkaae Tower, in Saudi Arabia. With a rich and varied portfolio, resulting from two decades developing an elegant vision of the possibilities of interior design, Luísa Peixoto continues to stamp her distinctive seal on striking and appealing projects. With more surprises waiting in the wings, the 'handmade forever' notion, so valued by the brand, is certain to continue to reflect its charm all around the globe.

OPINIÃO / OPINION

Artur Soares

DIRETOR CRIATIVO & PARTNER DA DESIGNER'S MINT
CREATIVE DIRECTOR & PARTNER AT DESIGNER'S MINT

Cenógrafos de outras vidas

Enquanto criativo, o desenho de espaços que serão vivenciados, explorados e partilhados é algo que considero desafiante e ao mesmo tempo intrigante. De uma forma muito particular estamos a projetar e a definir a perceção do espaço aos olhos do seu utilizador. No fundo somos o primeiro interveniente da peça que ali começa, aquele que cria o cenário onde a cena se irá desenrolar, pensando no espaço como um todo, procurando resposta às necessidades do mesmo. Aquele que deverá manter uma perspetiva crítica, equacionar e questionar sempre que se justifique. Entramos num jogo em que o nosso principal desafio é dar resposta a uma necessidade de uma forma criativa mas coerente, justificável e essencialmente funcional. Somos, talvez, o primeiro *stakeholder* responsável por criar a atmosfera necessária ao bom funcionamento do espaço para que a peça se desenrole de uma forma harmoniosa, sem ruídos e elementos estranhos ou questionáveis que possam causar desconforto. Diz Peter Zumthor, no seu livro *Atmosferas*, que: "A atmosfera comunica com a nossa perceção emocional, isto é, a perceção que funciona de forma instintiva e que o ser humano possui para sobreviver. Há situações em que não podemos perder tempo a pensar se gostamos ou não de alguma coisa, se devemos ou não saltar e fugir. Existe algo em nós que comunica imediatamente connosco. Compreensão imediata, ligação emocional imediata, recusa imediata".
É toda uma jornada que passa por inúmeras etapas, desde o conceito a pesquisas, estudos ou referências. Dos primeiros esboços aos desenhos técnicos e rigorosos, das dúvidas às questões que nos invadem e para as quais não encontramos solução de uma forma imediata. Enquanto criativos assumimos este compromisso, o de proporcionar e oferecer às pessoas um melhor lugar para o desenvolvimento das suas vidas.

Set designers of other lives

As a designer, the design of spaces that are to be lived in, explored and shared is something I find challenging and at the same time intriguing. In a very particular way, we design and define the perception of space in the eyes of its user. Basically we are the first participant in the play starting there, the person creating the set where the scene is to take place, thinking of the space as a whole, looking for answers to its requirements. The person, who should retain a critical perspective, weighing up and questioning whenever appropriate. We enter a game in which our main challenge is to respond creatively yet coherently to a requirement, in a justifiable and essentially functional manner. We are perhaps the first stakeholder responsible for creating the necessary atmosphere for the smooth operation of the space, so that the play develops harmoniously, without any noise or strange or questionable elements that could cause discomfort. In his book *Atmospheres*, Peter Zumthor says: "We perceive atmospheres through our emotional sensibility – a form of perception that works incredibly quickly, and which we humans evidently need to help us survive. There are situations in which we cannot waste time thinking about whether or not we like something, whether or not we should jump up and run away. There is something within us that immediately communicates with us. Immediate understanding, immediate emotional connection, immediate rejection."
It's all a journey that goes through several stages, from concept to research, studies or references. From the first sketches to technical and exact drawings, from doubts to questions that invade us and for which we aren't immediately able to find a solution.
As designers we make this commitment, to provide and offer people a better place for the development of their lives.

TRENDSETTER

Atelier Sauvage

Dando vida a *designs* modernos, enérgicos e divertidos, a dupla francesa Paul Demarquet e Albane Salmon formam o Atelier Sauvage, um projeto recente que retira a sua inspiração da paisagem natural rochosa, generosa, colorida e surpreendente do sul de França. Desenvolvendo uma linha livre e alegre de produtos, feitos à mão, o Atelier Sauvage utiliza matérias-primas como madeira, metal, pedra, betão, couro e vidro, tentando expressar emoções positivas através de volumes geométricos, cores e texturas diferentes. O *petit banc*, feito inteiramente em madeira de carvalho maciça, e a mesa de vinil, com um acabamento oleado e uma placa superior que pode ser personalizada, são exemplos de peças de mobiliário ou decoração projetadas e contruídas pelo *atelier* francês.

Giving life to modern, energetic and fun designs, French duo Paul Demarquet and Albane Salmon form Atelier Sauvage, a recent project that draws its inspiration from the rocky, generous, colourful and surprising natural landscape of the South of France. Developing an unrestricted and cheerful line of handmade products, Atelier Sauvage uses raw materials, such as wood, metal, stone, concrete, leather and glass, in an attempt to express positive emotions through different geometric volumes, colours and textures. The *petit banc*, made entirely of solid oak wood, and the vinyl turntable buffet with an oiled finish and a customisable top, are examples of the furniture or decorative pieces designed and built by the French studio.

LAURA BONNEFOUS

Zoo Collection

Nascida pela mão do *designer* português André Teoman, a *Zoo Collection* é uma série de vasos modulares em porcelana, com acabamentos em ouro e uma parte central revestida a vidro colorido. De vários tamanhos – o conjunto mais pequeno tem 26 cm de altura e o maior 30 cm –, estes vasos, produzidos através de um processo artesanal, são formados por três diferentes componentes: o inferior, que pode ser usado para guardar pequenos objetos como chaves ou moedas; o intermédio, envolto em vidro e fechado por baixo, de forma a ser possível colocar flores e água sem afetar os objetos do compartimento inferior; e o componente da cabeça, meramente decorativo. Versátil e apelativa, esta coleção é composta por quatro animais: um mocho, um macaco, um coelho e uma girafa.

Created by Portuguese designer André Teoman, the *Zoo Collection* is a series of modular porcelain vases, featuring gold finishes and a middle part made of coloured glass. Available in several sizes – the smallest set is 26 cm high and the largest 30 cm –, these handcrafted vases are composed of three different components: the lower part, which can be used for storing small things, such as keys or coins; the middle, glass part, which is closed at the bottom, so that you can place flowers in water in it, without affecting the things kept in the lower part; and the top part, which is purely decorative. Versatile and appealing, this collection consists of four animals: an owl, a monkey, a rabbit and a giraffe.

Squama

Com um corpo principal formado por vários elementos de madeira e fibra de vidro lacado, o banco *Squama* faz parte da *Xirfull Collection* da marca portuguesa Bitangra. Resultante do emprego das mais qualificadas técnicas de marcenaria, tornearia e verniz, este banco, com 37 cm de largura e 41 cm de altura, pode ser personalizado de acordo com o gosto do cliente. Além do banco *Squama*, a coleção *Xirfull* da Bitangra apresenta diversos produtos onde a cor é a rainha, desde mesas de jantar, aparadores, cadeiras, sofás, espelhos ou *cabinets*.

With a main body composed of various wooden and lacquered fibreglass elements, the *Squama* stool is part of the *Xirfull Collection* from Portuguese brand Bitangra. Resulting from the use of the most highly skilled techniques in cabinetmaking, turning and varnishing, this stool, 37 cm wide and 41 cm high, can be customised according to the customer's taste. In addition to the *Squama* stool, Bitangra's *Xirfull* collection includes various products in which colour is king, ranging from dining tables, sideboards, chairs, to sofas, mirrors or cabinets.

Elastic Lights

Fugindo à premissa de que os objetos em cerâmica são, tendencialmente, frágeis e pesados e servem meramente como objetos decorativos ou recipientes para alimentos, a *designer* espanhola a trabalhar em Londres, Marta Bordes, resolveu criar uma coleção de lâmpadas articuladas que traz o movimento e a diversão à cerâmica tradicional. Numa coleção intitulada *Elastic Lights*, as lâmpadas *Satelite* movem-se em rotação tangente em torno da sua base e, graças à sua estrutura elástica, podem ser manuseadas para permanecer numa qualquer posição, mantendo sempre o equilíbrio e proporcionando um efeito de ausência de peso. Pedindo movimentos suaves, estas lâmpadas estão disponíveis em branco, cinza ou verde empoeirado.

Shying away from the premise that ceramic objects tend to be fragile and heavy and serve merely as decorative objects or for serving food, Spanish designer Marta Bordes, who works in London, decided to create a collection of articulated lamps that bring movement and fun to traditional ceramics. The *Elastic Lights* collection includes the *Satellite* lamps, which move in a tangent rotation around their base and, thanks to the elastic structure, can remain in any position, always maintaining their balance and giving an appearance of weightlessness. Requesting smooth moves, these lamps are available in white, grey or dusty green.

YESHEN VENEMA

MAX TOMASINELLI

Lift-Bit

Intitulado como o primeiro sofá 'Internet-of-Things' do mundo, o *Lift-Bit* é um sistema de mobiliário modular, digitalmente reconfigurável, desenvolvido pela Carlo Ratti Associati com o apoio da mobiliária suíça Vitra. Composto por uma série de bancos individuais e estofados, o *Lift-Bit* facilmente se torna num sofá, cama, espreguiçadeira ou outras inúmeras configurações graças à sua componente motorizada, que lhe permite reduzir ou duplicar o tamanho com um simples gesto – pairando a mão sobre o seu assento ou, à distância, através de uma aplicação móvel que inclui diversas formas tridimensionais pré-determinadas ou opções de criação de novas combinações. Para além destas dinâmicas, o *Lift-Bit* está equipado com um sistema 'anti-aborrecimento' que faz com que o produto mude automaticamente de forma quando não usado pelo consumidor.

Referred to as the world's first 'Internet-of-Things' sofa, *Lift-Bit* is a digitally configurable, modular furniture system, developed by Carlo Ratti Associati, with the support of Swiss furniture manufacturer Vitra. Made up of a series of individual and upholstered stools, *Lift-Bit* easily becomes a sofa, bed, lounger or countless other configurations thanks to it motorised component, which allows it to reduce or duplicate the size with a simple gesture – hovering the hand over its seat or, remotely, via a mobile app, which includes many predetermined three-dimensional shapes or creation options for new combinations. In addition to these dynamics, *Lift-Bit* is equipped with an 'anti-boredom' system, which means that the product changes shape automatically when not being used by the consumer.

Protecção solar para cada estilo de vida.

Soluções ZEISS para Lentes Solares

zeiss.pt/suntest

Soluções ZEISS para Lentes Solares

A máxima protecção, totalmente adaptada ao seu estilo pessoal

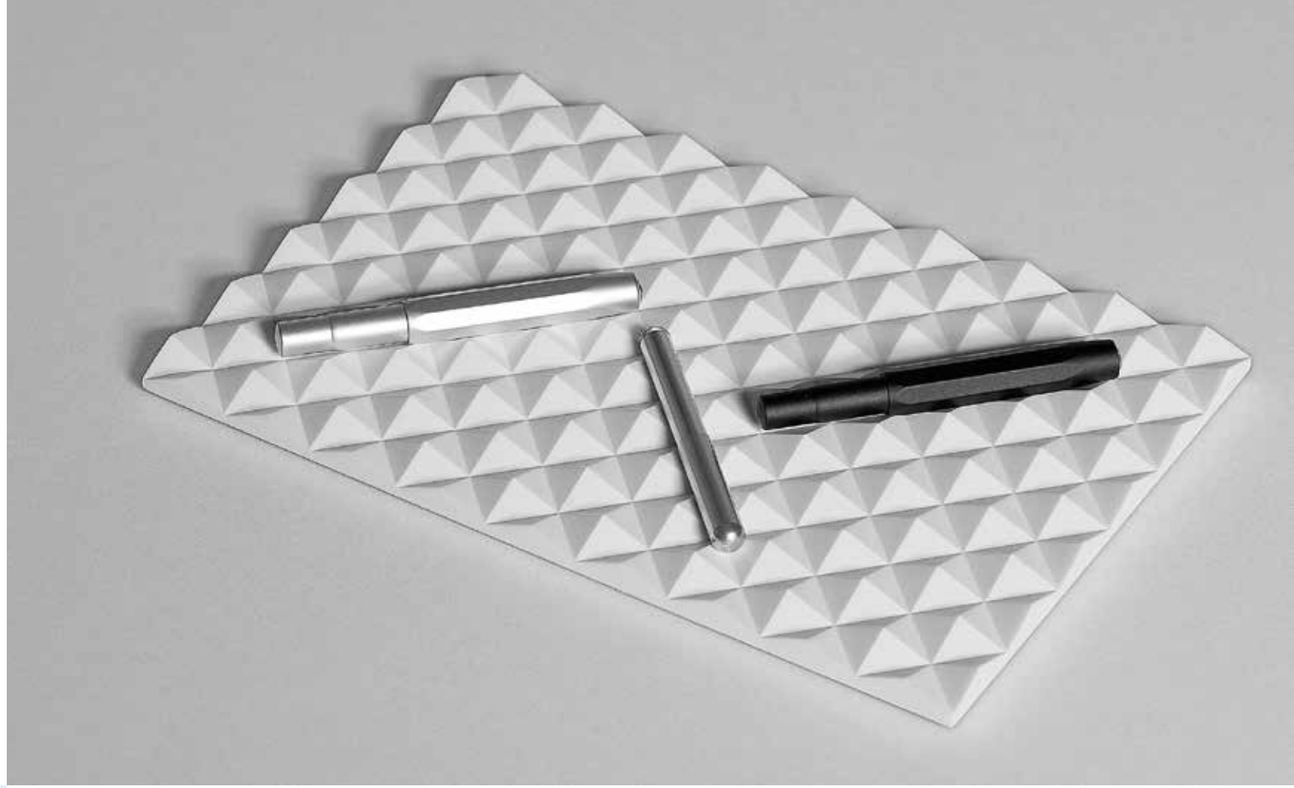
As Soluções ZEISS para Lentes Solares garantem uma protecção UV de 100%. Assim, independentemente do que pretenda dos seus óculos de sol – seja um elegante acessório de moda, um protector robusto, um assistente da condução ou uma solução individual para uma visão mais nítida – podemos garantir-lhe que possuimos as lentes mais indicadas para si!

ZEISS

Spitfire Desk

Recorrendo à imponência do icónico *Spitfire,* um avião britânico que se manteve em ação durante a segunda guerra mundial, a Duffy London desenvolveu uma majestosa secretária que funde as técnicas e mecanismos de uma estrutura de alumínio numa simples peça de mobiliário. Com a asa elíptica do avião como fonte de inspiração, a *Spitfire Desk* apresenta uma combinação de tiras longitudinais que formam uma estrutura leve mas rígida, imprimindo uma sensação de força e elegância – a mesma sensação eternizada pelo avião histórico.

Drawing on the splendour of the iconic *Spitfire,* the British aircraft active during the Second World War, Duffy London has developed a majestic desk, which blends the techniques and mechanisms of an aluminium structure in a simple piece of furniture. With the elliptic wing of the aircraft as inspiration, the *Spitfire Desk* presents a combination of longitudinal strips, which form a light yet rigid structure, instilling a sensation of strength and elegance – the same sensation immortalised by the historic plane.



DUFFY LONDON/TOM OXLEY PHOTOGRAPHY

Pen Array

Numa tentativa de quebrar o modo tradicional de dispor as canetas nos escritórios, o estúdio Schneider Sarto, de Bucareste, concebeu o *Pen Array*, um organizador de canetas elegante e minimalista. Fugindo às comuns linhas e colunas típicas desses objetos, o *Pen Array* apresenta um *layout* flexível, permitindo aos utilizadores organizar as suas canetas em duas direções, 45 ou 135 graus, conforme a posição mais adequada ao seu modo de escrever – destro ou esquerdino. Com uma cor branca brilhante e pura, este *Pen Array* garante, através das suas pirâmides, o perfeito manuseamento das canetas com os dedos, não deixando margem para dificuldade no momento de as agarrar.

In an attempt to break from traditional penholders in offices, the Schneider Sarto studio, from Bucharest, has created *Pen Array*, an elegant and minimalist pen organiser. Shying away from the common shapes and typical columns of these objects, *Pen Array* presents a flexible layout, allowing users to organise their pens in two directions, 45 or 135 degrees, depending on the most suitable position for the hand you write with – left or right. In pure and glossy white, this *Pen Array* ensures, through its pyramids, the perfect handling of pens with your fingers, leaving no margin for annoyance when you go to grab them.

Alba Decanter

Com a assinatura do reconhecido *designer* Joe Doucet para a Nude Glass, a coleção *Alba Decanter* presta tributo ao lar do *whisky*, a Escócia – aliás, 'Alba' é o termo gaélico para identificar o país. Com formas elegantes e redutivas, aprimoradas graças ao trabalho manual no fundo das peças em vidro, que colocam em evidência um padrão *Tartan* desconstruído, a *Alba Decanter* tenta refletir a origem do próprio *whisky*. No topo, carimbando o toque de requinte ao projeto, está uma rolha única que se inclina de acordo com as indicações do utilizador, que é gentilmente convidado a apontar para a direção da Escócia.

Created by renowned designer Joe Doucet, for Nude Glass, the *Alba Decanter* collection pays tribute to the spiritual home of whisky, Scotland – indeed, *Alba* is the Gaelic word identifying the country. With elegant and simple shapes, refined thanks to the handcrafted bottoms of the glass pieces, which reveal a deconstructed tartan pattern, the *Alba Decanter* tries to reflect the origin of whisky. At the top, adding to the sophistication of the project, sits a unique stopper, leaning to the side, which they cordially invite you to point in the direction of Scotland.

Fendo

Nos últimos 500 anos, as taxas de extinção de animais vertebrados têm aumentado dramaticamente, sendo o Homem o maior culpado, direta ou indiretamente. Ciente desta realidade, o estúdio italiano CTRLZAK assinou um projeto que pretende ser um reflexo do passado e um vislumbre do futuro. *Fendo* assume a forma de esculturas que replicam as cabeças de dois animais (já extintos das planícies africanas) e dos seus característicos chifres – o antílope-azul e o antílope bubal. No centro da escultura, onde deveria estar o rosto do animal, encontra-se um espelho que reflete a imagem do Homem, como dando vida a uma nova criatura que é, ao mesmo tempo, caçador e presa, evidenciando o humano como vítima das suas próprias ações.

During the last 500 years, the rate of extinction in vertebrate animals has risen dramatically, with mankind the greatest culprit, directly or indirectly. Aware of this situation, Italian studio CTRLZAK has produced a project that aims to be a reflection of the past and a glimpse of the future. *Fendo* assumes the shape of sculptures that replicate the heads of two animals (now extinct from the African plains) and of their characteristic antlers – the bluebuck and the bubal hartebeest. In the centre of the sculpture, where the face of the animal should be, there is a mirror, reflecting the image of man, as if giving life to a new creature, which is hunter and prey at the same time, showing man as the victim of his own actions.

Laurent

Depois do sucesso da sua estreia na *International Contemporary Furniture Fair* (ICFF) no ano passado, a Lambert & Fils Studio regressou ao certame em Nova Iorque para apresentar o seu mais recente projeto de iluminação, a *Laurent*. Combinando esferas opalescentes de vidro – incrivelmente trabalhado por qualificados artesãos do Québec – com linhas arrojadas, a linha de iluminação da marca fundada em 2010 atribui uma presença volumétrica, tanto a ambientes domésticos como públicos. Explorando novos materiais, como o cromo e o acrílico, o estúdio mantém presente a sua inspiração modernista, apesar de trilhar cada vez mais por caminhos contemporâneos.

After the success of its debut at the *International Contemporary Furniture Fair* (ICFF) last year, Lambert & Fils Studio returned to the show in New York to present its latest lighting project – *Laurent*. Combining opalescent glass spheres – incredibly crafted by qualified artisans from Québec – with bold lines, the lighting range from the brand founded in 2010 has attributed a volumetric presence to both domestic and public environments. Exploring new materials, such as chrome and acrylic, the studio retains its modernist inspiration, despite travelling more and more down contemporary paths.

Jean Hanger

Se é daqueles que trata as suas calças preferidas da melhor forma possível, o *Jean Hanger*, desenhado por Steven Sal Debus, é o utensílio mais indicado para as suas arrumações. Simples e revolucionário, este cabide feito de madeira de faia sólida encaixa nas típicas presilhas das calças de ganga e segura-as de forma a não enrugarem enquanto estão penduradas no armário, colocando um ponto final à banalidade dos cabides tradicionais. Para além de impedir a criação de dobras ou vincos nas calças, o *Jean Hanger* garante um perfeito método de secagem ao ar, sem ser necessário a utilização da máquina de secar roupa, que pouco benefício traz à durabilidade das calças.

If you're someone who likes to look after your jeans, the *Jean Hanger*, designed by Steven Sal Debus, is the perfect utensil for your storage system. Simple and revolutionary, this hanger made out of solid beechwood fits around the standard belt loops found in jeans and holds them in such a way that they don't wrinkle when hung in your wardrobe, putting an end to the use of traditional hangers. In addition to stopping the creation of folds or creases in your trousers, the *Jean Hanger* provides the perfect method for air drying, without the need to use a tumble dryer, which does little to ensure the durability of your jeans.

Tipsy

Com o calor natural e o apelo tátil característico dos objetos em cortiça, o *Tipsy* é o mais recente membro da coleção *Materia*, produzida pela corticeira Amorim em parceria com *designers* reconhecidos internacionalmente. Com uma estética minimalista que reflete o equilíbrio entre a arte e a funcionalidade, o *Tipsy* é uma criação do japonês Keiji Takeuchi e atua como suporte para uma garrafa de vinho, respeitando a inevitável associação entre a cortiça e o vinho. Baseando a sua inspiração na atmosfera típica de um jantar de amigos e, em particular, no momento de abertura de uma garrafa de vinho, Keiji Takeuchi coloca a energia da cortiça no centro do ambiente através de uma delicada irreverência.

With the natural warmth and tactile appeal inherent to cork objects, *Tipsy* is the latest member of the *Materia* collection, produced by cork producer Amorim, in partnership with international renowned designers. With minimalist looks, reflecting the balance between art and functionality, *Tipsy* has been created by Japanese Keiji Takeuchi and functions as a wine bottle holder, respecting the inevitable association between cork and wine. Basing his inspiration on the typical atmosphere of dining with friends and, in particular, on the moment of opening a bottle of wine, Keiji Takeuchi places the energy of cork in the focus of the environment through a delicate irreverence.

Smokers Armchair RA 1.15

Com o selo de qualidade da El Purista, a poltrona *RA 1.15* criada pelo arquiteto chileno Rodrigo Gonzalez e o advogado alemão Alexander Sauer, em couro anilina puro e *ecofriendly,* é um sinónimo de conforto. Produzida inteiramente na Alemanha, com madeiras de faia e nogueira provenientes apenas de árvores das florestas sustentáveis alemãs, esta cadeira foi projetada tanto para casas particulares como para interiores públicos. Revestida a couro elegante que proporciona uma experiência tátil única, esta *RA 1.15* contém gavetas que, para além de permitirem o descanso dos braços, abrem e fecham através de um mecanismo suave, permitindo colocar nos compartimentos bebidas ou charutos.

With the seal of quality of El Purista, the *RA 1.15* armchair, created by Chilean architect Rodrigo Gonzalez and German lawyer Alexander Sauer, in pure and ecofriendly aniline leather, is the epitome of comfort. Produced entirely in Germany, out of beech and walnut sourced from German sustainable forests, this chair has been designed as much for private homes as for public interiors. Lined in elegant leather, which provides a unique tactile experience, this *RA 1.15* features drawers, which, in addition to letting your arms rest, open and close on smooth mechanisms, allowing you to place drinks or cigar in the compartments.

Carrinho de Chá

Utilizando o *design* como ferramenta auxiliar para alcançar melhorias sociais e culturais, Joana Cabrita Martins é a *designer* portuguesa por detrás deste *Carrinho de Chá*, uma peça integrada no Projecto Remix, que concebe peças através de materiais desperdiçados pela indústria e pela sociedade de consumo. O *Carrinho de Chá* de Joana Cabrita Martins, disponível numa paleta de cores que envolve o azul, amarelo, rosa, argila, bege e laranja, incorpora caixas de fruta inutilizadas, rodas de bicicleta antigas e cabos de guarda-chuvas, aliando na mesma peça as três paixões da *designer*: o chá, a fruta e os passeios de bicicleta.

Using design as a tool to aid the achievement of social and cultural improvement, Joana Cabrita Martins is the Portuguese designer behind this *Tea Trolley*, a piece within the Projecto Remix, which creates pieces through waste materials from industry or consumer society. The *Tea Trolley* by Joana Cabrita Martins, available in a palette of colours including blue, yellow, pink, clay, beige and orange, features unused fruit crates, bicycle wheels and umbrella crook handles, combining in the same piece three of the designer's passions: tea, fruit and bike rides.

OLI

Com o intuito de criar uma azeitoneira que permitisse valorizar a azeitona, evitando que os caroços perturbassem a aparência estética, o *designer* Miguel Pinto Félix criou a *OLI*, um objeto em porcelana pintado a preto no exterior, vidrado e dividido na horizontal em duas partes iguais: na base, a *OLI* integra uma taça para servir azeitonas; no topo, existe um depósito para os caroços, que são depois retirados através de uma tampa amovível. Aliando a função prática à estética, a *OLI* foi distinguida com o grau de platina nos prémios internacionais *A'Design Award & Competition*, sendo reconhecida como um objeto visual minimalista que transmite graciosidade e leveza, permitindo uma leitura universal.

With the aim of creating an olive bowl that adds to the value of olives, while ensuring that the discarded olive stones don't disturb its aesthetics, designer Miguel Pinto Félix has come up with *OLI*, a porcelain object painted black on the outside, glazed and split into two equal parts: on the base, *OLI* features a bowl for serving olives; on the top, there is a deposit for placing your unwanted stones, which can be removed later via a moveable lid. Combining its practical function with attractive looks, *OLI* has been awarded platinum in the international *A'Design Award & Competition*, in which it was recognised as a minimalist visual object that transmits gracefulness and lightness, enabling a universal reading.

New Normal

Depois de levar em conta as características físicas de milhares de indivíduos, a Normal apresentou os primeiros *headphones wireless,* com ligação USB incorporada, que retira completamente os fios da experiência sonora e que se adapta perfeitamente ao ouvido do consumidor. Com duas edições, a *Suit Edition* (indicado para executivos ou viajantes) e a *Sweat Edition* (a pensar nos atletas), estes *New Normal Wireless Headphones* incluem microfone para chamadas, *Bluetooth* e oito horas de bateria.

After taking into account the physical characteristics of thousands of individuals, Normal has presented its first wireless headphones, with USB connection incorporated, removing wires entirely from the sound experience, and perfectly adapting to the ear of the consumer. With two editions, the *Suit Edition* (aimed at executives and travellers) and the *Sweat Edition* (with athletes in mind), these *New Normal Wireless Headphones* include a microphone for phone calls, *Bluetooth* and eight hours of battery life.

Memobottle

Desenvolvida como incentivo à mudança sustentável de hábitos, deixando de parte as garrafas de bebidas usadas apenas uma vez, a *Memobottle* é plana e reutilizável, projetada para elegantemente caber em bolsas, malas de computadores portáteis e até mesmo nos bolsos. Desenhada por Jesse Leeworthy e Jonathan Byrt e distinguida com o *The Golden A'Design Award*, a *Memobottle* imita os tamanhos de papel A5 e A6 e é feita de plástico certificado e durável, tornando-se num produto icónico que tenta alterar a visão de como a água pode ser transportada e consumida. Pensada para caber onde as outras garrafas não cabem, a *Memobottle* é sinónimo de equilíbrio entre a melhoria da conveniência de vida, responsabilidade ambiental e *design*.

Developed as an incentive for sustainably changing habits, foregoing bottles used just the once, the *Memobottle* is flat and reusable, designed to fit into bags, laptop bags and even pockets. Designed by Jesse Leeworthy and Jonathan Byrt and recognised with *The Golden A'Design Award*, the *Memobottle* imitates the A5 and A6 paper sizes and is made of certified, durable plastic, making it an iconic product that tries to change the vision of how water can be transported and consumed. Designed to fit where other bottles cannot, the *Memobottle* is synonymous of the balance between improving life's conveniences, environmental responsibility and design.

LISTOR

Reconhecida como uma das principais empresas de pavimentos no mercado português, incorporando soluções revolucionárias e luxuosas, a LISTOR apresentou as coleções *EverWood & EverTile Premier* e ainda *EverWood & EverTile Elite* da marca TORLYS smart floors by LISTOR, os novos pavimentos vinílicos (LVT) que garantem um toque de beleza, conforto e força a residências, espaços comerciais e hoteleiros. Com uma camada de vinil resistente ao desgaste, réguas com *décors* em madeira e acabamento em mate e ladrilhos com relevo, estes pavimentos são à prova de água e compostos por um sistema de encaixe *Uniclic*, uma tecnologia que evita o aparecimento de fendas entre as réguas e os ladrilhos.

Recognised as one of the leading flooring companies in the Portuguese market, incorporating revolutionary and luxurious solutions, LISTOR has unveiled its *EverWood & EverTile Premier* collections, as well as *EverWood & EverTile Elite* from the brand TORLYS smart floors by LISTOR, the new vinyl flooring (LVT) guaranteed to add a touch of beauty, comfort and strength to residential, commercial and hotel spaces. With a wear-resistant vinyl layer, planks with wood visuals and a low-gloss finish and tiles with deep rich textures, these floors are waterproof and are laid using the *Uniclic* fitting system, a technology preventing the appearance of gaps between the planks and the tiles.

Castanea

Fundada em 2012, em Bragança, a marca Decani é a consolidação da criatividade da *designer* industrial Catarina Martins e do empreendedor António Gonçalves. Desenvolvendo produtos com conceitos inovadores e valor emocional intrínseco, a Decani combina a aplicação de matérias-primas sustentáveis com a estética apurada. Resultado desse cuidado é a cadeira *Castanea*, desenvolvida com materiais e técnicas típicas da produção local, utilizando camadas em cortiça que proporcionam um conforto acrescido e uma maior resistência. Inspirada no fruto, a castanha, esta cadeira revoluciona o conceito de cadeira *lounge*, através da flexibilidade natural da cortiça que permite um balancear equilibrado, natural e intuitivo.

Founded in 2012, in Bragança, the brand Decani is the consolidation of the creativity of industrial designer Catarina Martins and of entrepreneur António Gonçalves. Developing products with innovative concepts and intrinsic emotional value, Decani combines the application of raw materials with refined looks. The *Castanea* chair is the result of this careful approach, developed with materials and techniques typical to local production, using layers of cork, which add comfort and greater resistance. Inspired by the nut, the chestnut, this chair revolutionises the concept of the lounger, through the natural flexibility of cork, which enables a balanced rocking, natural and intuitive.

Aquário

Ao longo de vários anos, o estúdio dos irmãos brasileiros Fernando e Humberto Campana foi explorando a criação de objetos híbridos, utilizando materiais distintos, ora quentes, ora frios, e incorporando a ideia de transformação, reinvenção e produção artesanal ou industrial em cada peça. O *Aquário*, um armário que se distingue como o primeiro *design* dos irmãos Campana para a Barcelona Design, é um exemplo dessa linguagem marcante, jogando com diferentes pesos – o leve aspeto do vidro e a madeira maciça. Produzido em madeira de freixo ou pinheiro e vidro colorido, com prateleiras internas também em vidro de forma a deixar passar a luz, este *Aquário* está disponível em duas cores distintas, azul e verde.

Over many years, the studio of Brazilian brothers Fernando and Humberto Campana has been exploring the creation of hybrid objects, using different materials, the one moment hot, the next cold, and incorporating the idea of transformation, reinvention and craftsmanship or industrial production in every product. The *Aquário*, a cabinet that stands out as the first design by the Campana brothers for Barcelona Design, is an example of this striking language, playing with varying weights – the light aspect of glass and solid wood. Produced in ash or pine and coloured glass, with internal glass shelves to allow light to pass through, this *Aquário* is available in two different colours, blue and green.

Jingoo

Tomando a forma de uma gaiola, o *Jingoo* é um projeto do *atelier* Daqi Concept, de Taiwan, que tenta reavivar velhos rituais. No passado, a cultura chinesa tinha nos pássaros um elemento importante da casa, com os donos a passear os seus pássaros nas gaiolas, enquanto admiravam o seu chilrear e recitavam poesia, por exemplo. Numa tentativa de trazer esses hábitos às casas urbanas atuais e aos seus residentes, que vivem os dias apressados, o *Jingoo* é uma lâmpada que toca música, capaz de tornar qualquer lugar mágico. Feito à mão, o *Jingoo* é composto por uma gaiola em madeira, equipada com um sistema de som colocado na base, cujas ondas sonoras propagam pela cauda cerâmica do pássaro após o sistema ser ativado via *Bluetooth*.

Shaped like a cage, *Jingoo* is a project from the Daqi Concept studio, from Taiwan, which attempts to revive old rituals. In the past, Chinese culture saw birds as an important element in the home, with owners going for walks with their birds in cages, while admiring their singing and reciting poetry, for example. Intent on bringing these customs to modern-day urban houses and to their residents, who live their lives in a hurry, *Jingoo* is a lamp that plays music and which brings a sense of magic to any place. Handcrafted, *Jingoo* is composed of a wooden cage, fitted with a sound system located in its base, the sound waves of which are reflected by the ceramic tail of the bird once the system is turned on via *Bluetooth*.

talking to:

GALULA

T ANDREIA FILIPA FERREIRA GALULA

“Gostamos muito da ideia de minimalismo”

Numa pesquisa rápida no dicionário descobrimos que o nome ‘Galula’ se refere a “algo apetitoso para se comer”. Mas acalme-se o leitor porque a comida não tem lugar nestas páginas. Esta Galula traz-nos as peças divertidas e funcionais, apetitosas ao olhar, desenhadas pela dupla de *designers* Filipa Mendes e Gustavo Macedo. Com cerca de três anos, a marca de mobiliário com produção *Made In* Portugal tem provocado sorrisos com os seus produtos de caráter bem-disposto e descontraído. Tentando combinar o melhor da funcionalidade e da estética, o estúdio do Porto tem partido à conquista da Europa, na esperança de, nos próximos anos, obterem resultados ainda mais... apetitosos.

[FILIPA MENDES E GUSTAVO MACEDO]

SININHO | LAMP

“We really like the idea of minimalism”

If you take a look in a Portuguese dictionary, you’ll find the word *Galula,* which roughly translates to “something yummy to eat”. But don’t get too excited, because food has no place in these pages. This particular *Galula* brings us fun and functional pieces, which are pleasing to the eye and designed by designer duo Filipa Mendes and Gustavo Macedo. Around for three years now, the Portugal-based furniture brand has raised some smiles with its good-humoured, relaxed products. In an attempt to combine the best of functionality and looks, the studio from Oporto has set off to conquer Europe, in the hope that, in the coming years, it will achieve even tastier results.

Orgulhosamente, dizem que a marca é um reflexo das vossas personalidades. O que significa isso, em termos práticos?
Até então, todas as peças da Galula são desenhadas por nós e assinadas como Mendes’Macedo. Queremos que as peças que compõem a coleção reflitam uma identidade própria e, para a construção dessa identidade, temos em conta o nosso sentido estético, o nosso modo de estar e de viver, que dará origem a peças descontraídas, cheias de cor e com um espírito divertido – que gostamos de pensar que temos!

A funcionalidade e a diversão são duas características principais dos vossos produtos. É como se tentassem mostrar que o *design* de produto pode ir muito além dos conceitos tradicionais?
Sim, é esse o nosso mote. Tentamos sempre dar às peças uma ou várias características que as possam distinguir, seja por ser modular e dar uma vertente contemporânea à cortiça, como é o exemplo do banco *Três,* seja pelo caráter divertido que dá aso a vários sorrisos, como é o caso do móvel *Tio*.

Onde se inspiram para criar?
A primeira inspiração é sempre a componente funcional da peça. Se, por exemplo, for uma peça para sentar, tentaremos que cumpra essa função da melhor maneira possível. Aliada à função surge a nossa personalidade e o nosso sentido estético. Gostamos muito da ideia de minimalismo.

Tendo em conta que são uma dupla, é difícil alcançar um consenso em termos de ideias?
Nem sempre estamos de acordo e ainda bem! (*risos*). Existe sempre uma discussão saudável para tentar vingar a ideia de cada um, mas é nesse processo que se atingem as melhores ideias e a identidade única.

PENDURA | COAT STAND

Já foram reconhecidos com alguns prémios. Um dos mais recentes foi em 2014 com o candeeiro *Glint*. Como descrevem este produto?
O candeeiro *Glint* espelha muito o que queremos para a marca, graças à diferença que carimba em termos de forma e funcionalidade. É um candeeiro versátil, composto por duas peças: uma base metálica que serve para conter livros, revistas ou pequenos objetos e um ponto de luz portátil em cortiça que contém dois ímanes que permitem a magnetização em qualquer superfície metálica. Nesta peça vincamos duas funções – a de arrumação e a de iluminação - numa simbiose perfeita.

"Tentamos sempre dar às peças uma ou várias características que as possam distinguir"

Há algum produto que represente, em todas as vertentes, o conceito Galula?
Todos os produtos nos deixam orgulhosos, mas o que deu mote à marca foi o móvel *Tio*. Sempre que o apresentamos em qualquer exposição é sempre o que mais suscita reações, fazendo as pessoas sorrirem. É este o espírito e a reação que queremos para as nossas peças, ou seja, que acima de toda a funcionalidade tenham um caráter divertido.

Em termos de expansão internacional, qual é o balanço que fazem da marca?
O nosso mercado é maioritariamente internacional, cerca de 90%. No ano passado marcámos presença na feira londrina *Tent London*, conseguindo assim marcar alguma posição no mercado inglês. Essa é uma feira que vamos repetir este ano. Queremos também expor, em janeiro, na *Maison & Objet* e começar a cimentar ainda mais o mercado europeu. A longo prazo, pensaremos no mercado fora da Europa.

A expansão passa então pelos planos futuros para a Galula?
Sim. Expandir a linha de produtos e expandir o mercado. A pensar no mercado da hotelaria, vamos lançar este ano uma linha de bancos, por exemplo. Vamos também alargar o tipo de produtos de modo a conseguir preencher uma casa com produtos Galula e fazer 'A casa Galula', assim como 'O escritório Galula', com a esperança de que os produtos apetitosos invadam as casas pelo mundo fora! (*risos*)

SEIS & GLINT | TABLE & LAMP

You take pride in saying that the brand is a reflection of your personalities. What does that mean, in practical terms?
So far, every Galula piece has been designed by us and features the Mendes'Macedo signature. We want the pieces making up the collection to reflect a particular identity and, when building this identity, we take into account our vision of aesthetics, our way of being and of living, which leads to creation of relaxed pieces, full of colour and a sense of fun – which we like to think we have!

Functionality and fun are two main characteristics of your products. Are you trying to show with this that product design can go way beyond traditional concepts?
Yes, this is our motto. We always try to give pieces one or various characteristics that can set them apart, whether because they are modular and give a contemporary side to cork, as in the case of the *Três* stool, or because of their fun side, which gives rise to many smiles, as in the case of the *Tio* bedside unit.

Where does the inspiration for your creations come from?
The initial inspiration is always the functional component of the piece. If, for example, it is a piece to sit on, we try to meet this function in the best way possible. Our personality and our sense of aesthetics then join the functional element. We really like the idea of minimalism.

Given that you are a duo, is it hard to reach an agreement when it comes to ideas?
We don't always agree with each other and so much the better! (*laughter*). There is always healthy discussion in which we try to defend our ideas, but it is in this process that the best ideas and unique identity are achieved.

You have already been recognised with some awards. One of the latest was in 2014, for the *Glint* lamp. Tell us about this product.
The *Glint* lamp truly reflects what we want for the brand, thanks to the difference it rubber-stamps in terms of form and function. It is a versatile lamp,

TIO | END TABLE

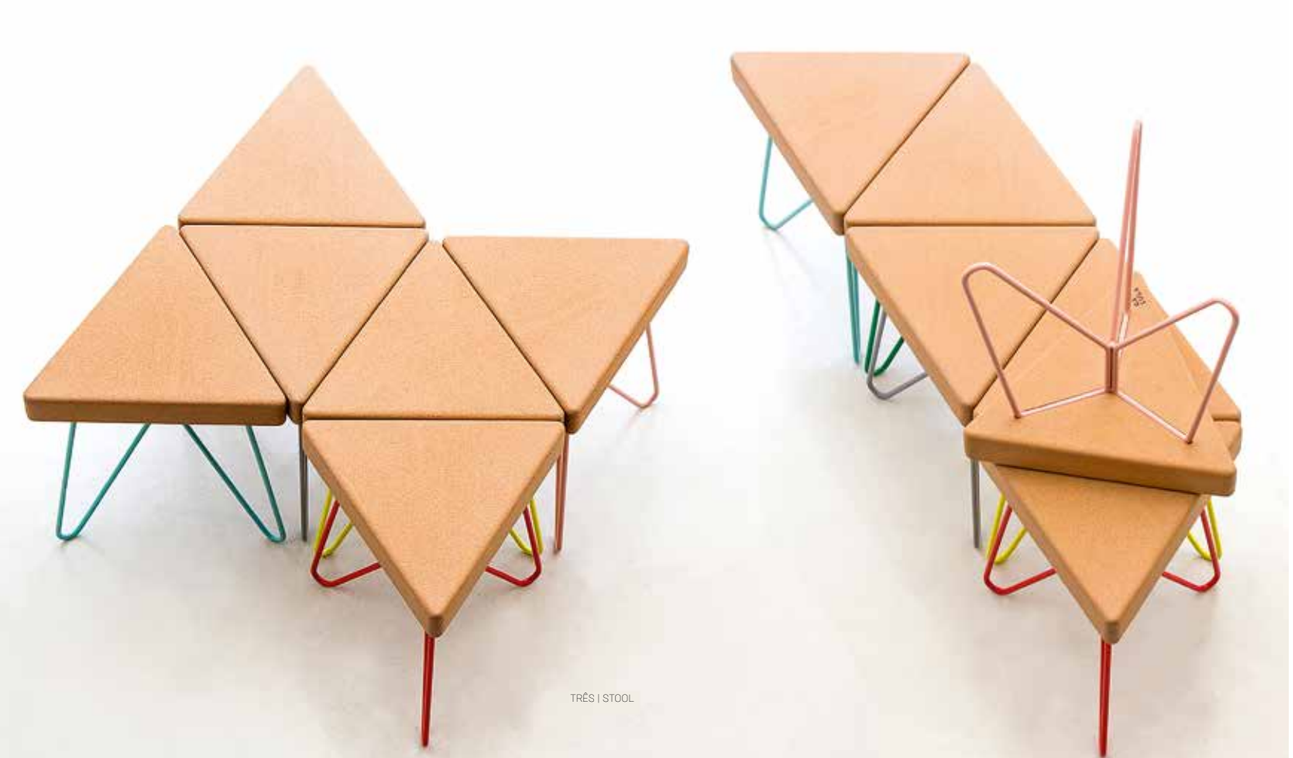
composed of two pieces: a metallic base, which can hold books, magazines and other small objects; and a portable light, in cork, which features two magnets, allowing it to be fixed to any metal surface. With this piece we achieved two functions – storage and lighting – in a perfect symbiosis.

"We always try to give pieces one or various characteristics that can set them apart"

Is there any product that represents the Galula concept in every sense?
We take pride in all of our products, but the one that set the tone for the brand was the bedside cabinet *Tio*. Whenever we present our work at a show, it is always the piece to arouse the greatest reaction, making people smile. This is the spirit and reaction we want for our pieces, that is to say, above all of their functionality, they have a fun side to them.

In terms of expanding abroad, how far has the brand got?
Our market is primarily international; about 90%. Last year we appeared at the London fair *Tent London*, thus achieving quite a presence in the UK market. This is a fair we are going to again this year. We also want to exhibit at *Maison & Objet*, in January, and to start to solidify the European market even more. In the long term, we are thinking beyond Europe.

Expansion is therefore part of Galula's plans for the future.
Yes. Expanding the range of products and expanding the market. With the hotel market in mind, this year we are going to launch a range of stools, for example. We are also going to broaden the type of products, to be able to fill a house with Galula products and to make 'The Galula House', as well as the 'The Galula Office', in the hope that 'delicious' products invade houses all over the world! (*laughter*)



TRÊS | STOOL

OPINIÃO / OPINION **0**

Gonçalo Campos

DESIGNER DE PRODUTO
PRODUCT DESIGNER

Há uma lacuna

Como *designer*, tenho vindo a compreender que existe uma tamanha lacuna entre o esforço que fazemos e a perceção do esforço que fazemos por parte das outras pessoas.
Isto é comum em muitas profissões, mas nós não conseguimos ver isso em situações diárias.
Tomemos uma maçã como exemplo.
Ela vem de uma planta que é: semeada, enxertada, regada, tratada durante anos até que produza maçãs.
Depois, a maçã é: colhida, transportada, embalada, exportada (muitas vezes além-fronteiras), vendida, transportada novamente, vendida novamente, até que é colocada no mercado onde a compramos.
Quantas pessoas estiveram envolvidas neste processo?
Quantos meses foram gastos durante todo o processo?
E quanto custa aquela maçã?
A mesma coisa acontece em muito daquilo que fazemos (e em muitas outras profissões, claro).

As pessoas veem apenas o topo do *iceberg* e não têm ideia que o nosso trabalho está 90% submerso.
Não é que as pessoas não queiram saber. Na verdade, existe imenso interesse em saber o que acontece nos bastidores.
Cada vez mais, o público quer saber mais sobre o que é necessário para criar. E mostrar este processo, e todos os personagens envolvidos, cria um interesse mais profundo sobre o que fazemos. Isto, por sua vez, educa as pessoas num ciclo positivo impulsionado pela curiosidade. Mostrar a parte escondida da profissão também acrescenta valor ao produto final e cria mais contexto.
O processo por detrás de uma ideia ou de um produto é também uma ótima fonte para que os futuros criativos percebam e aprendam como as coisas funcionam na vida real.
Mas, no final, ainda mais importante do que compreender todo o processo, é aproveitá-lo.
Isso é o que nos faz continuar, uma e outra vez, mesmo quando ninguém está a ver.

There's a gap

As a designer I've come to understand how there's a big gap between the effort we make and the perceived effortlessness of what we do.
This is common in many professions, but we fail to see this even in everyday situations.
Take an apple for example.
It comes from a plant that was: seeded, grafted, watered, treated for years before it could even produce apples.
Then the apple was: picked, transported, packaged, shipped (sometimes overseas), sold, transported again, sold again, until it was placed in a market where you bought it.
And how many people where involved in all this process?
How many months were spent in the whole process?
And how much does that apple cost?
The same thing happens in most of what we do (and in many other jobs for that matter). People see only the tip of the iceberg, and have no idea that our work is the 90% that is submerged.

It's not that they don't care. In fact there is a lot of interest in knowing what happens behind the scenes.
More and more the public wants to know more about what it takes to create. And showing this process, and all the characters involved, creates a deeper interest in what we do. This, in turn, educates people in a positive cycle fueled by curiosity. Showing the hidden part of the job also ads value to the final product and creates more context.
The process behind an idea or a product is also a great source for future creatives to understand and learn how things works in real life.
But in the end, even more important than understanding the process is to enjoy it.
That's what keeps us doing it over and over again even when no one is watching.

ROGÉRIO MARTINS

Helena Quinan

Com um trabalho único e exclusivo, a *designer* de moda Helena Quinan explora as formas simples utilizadas no vestuário, misturando esses elementos com materiais improváveis, como a cortiça, a malha 3D ou o vinil. Fruto do trabalho de pesquisa e experimentação das mais variadas texturas, a marca criou uma coleção baseada no mais recente estágio da cortiça para produção têxtil, muito mais fina, leve, isolante e impermeável. Intitulada *WEARING NATURE Capsule Collection*, a coleção de Helena Quinan, com padrões modernos que carimbam uma silhueta elegante, desperta os consumidores para as diversas funcionalidades dos materiais, dando a conhecer infinitas possibilidades.

With a unique and exclusive work, fashion designer Helena Quinan explores simple forms used in clothing, blending these elements with unlikely materials such as cork, 3D mesh or vinyl. Resulting from research and experimenting with the most varied of textures, the brand has created a collection based on the latest stage of cork for textile production, much thinner, light, insulating and waterproof. Entitled *WEARING NATURE Capsule Collection*, Helena Quinan's collection, with modern patterns that produce an elegant silhouette, arouses consumers' attention to the various functions of materials, making their endless possibilities known.

Hublot

Em jeito de homenagem ao rei da velocidade, a Hublot lançou duas novas edições limitadas que incorporam a força, determinação e sucesso do atleta jamaicano Usain Bolt, que se prepara para competir nos Jogos Olímpicos, no Rio de Janeiro. O modelo, apelidado de *Big Bang Unico Usain Bolt*, apresenta-se em duas versões: uma em ouro, com pulseira dourada brilhante e couro sobre borracha, outra em cerâmica preta, reforçada com as cores vivas da Jamaica. Com o contador central dos segundos em formato de raio e a silhueta do atleta no mostrador, em referência ao apelido Lightning Bolt, este modelo Hublot está equipado com o movimento calibre *HUB 1242 Unico*.

By way of tribute to the king of speed, Hublot has launched two new limited editions that incorporate the strength, determination and success of Jamaican athlete Usain Bolt, who is preparing to compete in the Olympic Games in Rio de Janeiro. The model, named *Big Bang Unico Usain Bolt*, comes in two versions: one in gold, with shiny golden strap and leather on rubber, the other in black ceramic, reinforced by the bright colours of Jamaica. With the central seconds hand in the format of a lightning bolt, in reference to the athlete's nickname, and his silhouette on the dial, this Hublot model is equipped with the movement calibre *HUB 1242 Unico*.

Skirt Shoes

Desenhados pela Nendo, que gentilmente se associou a um projeto de apoio a uma pequena oficina de calçado em Shibuya, no Japão, os Skirt Shoes são, tal como o próprio nome desvenda, sapatos com saia. Colocando à volta do calcanhar um material que cobre o salto alto, mesmo o deixando visível, os Skirt Shoes apresentam-se em três modelos básicos: uma sandália de salto alto com cobertura transparente; um sapato de salto alto com cobertura em couro perfurado; e um sapato de salto alto que combina uma parte em couro e outra transparente.

Designed by Nendo, who kindly joined forces with a support project for a small shoemaker's in Shibuya, Japan, Skirt Shoes are, as the name suggests, shoes with a skirt. Wrapping around the heel a material that covers the shoe's high heel, while keeping it visible, Skirt Shoes are available in three basic models: a high-heeled sandal with transparent cover; a high-heeled shoe with perforated leather cover; and a high-heeled shoe that combines both a leather part and a transparent part.

AKIHIRO YOSHIDA

By Malene Birger

As propostas para o outono/inverno 2016/17 By Malene Birger, apresentadas no Museu de Arte Glyptotek, em Copenhaga, são inspiradas na personagem *Femme Noir*. Tecidos nobres como renda, pelo, verniz, pele, seda e angorá, e a primazia dada às texturas são referências ao guarda-roupa feminino dos anos 20, resultando numa coleção sofisticada.

The By Malene Birger autumn/winter 2016/17 suggestions, presented at the Glyptotek Art Museum, in Copenhagen, are inspired by the *Femme Noir* character. Premium fabrics, such as lace, fur, varnish, leather, silk and angora, and the precedence given to textures, are references to the 1920s women's wardrobe, resulting in a sophisticated collection.

Givenchy

Noir Couture é o nome da coleção da Givenchy para pestanas, inspirada no conceito *catwalk*: petulantes, mas elegantes. As três máscaras prestam homenagem às três mais respeitadas semanas da moda do mundo, Nova Iorque, Tóquio e Paris: *Noir Couture 4 em 1*, *Noir Couture Waterproof* e *Noir Couture Volume*, respetivamente. A coleção, chique e inesperada, é uma reinterpretação dos códigos de *design* da casa Givenchy.

Noir Couture is the name of Givenchy's collection for eyelashes, inspired by the catwalk concept: petulant, but elegant. The three mascaras pay tribute to the three most respected fashion weeks in the world, New York, Tokyo and Paris: *Noir Couture 4 in 1*, *Noir Couture Waterproof* and *Noir Couture volume*, respectively. The chic and unexpected collection is a reinterpretation of Givenchy's design codes.

Antony Morato

Com o mote *I Am Who I Am* a conduzir as propostas da marca, a coleção masculina da Antony Morato para o outono/inverno é uma declaração de independência e liberdade de estilo, como que apelando a uma revolução que desperte no homem novas ideias, propostas e cores. Deixando-se inspirar pelas tendências da década de 70, uma altura marcada pela constante mudança nas regras da moda e da música, que baloiçava entre as sonoridades psicadélicas e o Rock'n'Roll, esta coleção coloca em evidência as peças influenciadas pelos estampados óticos e pelos *designs* retro, muito gráficos e abstratos.

With the motto *I Am Who I Am* driving the brand's suggestions, the men's collection from Antony Morato for the autumn/winter is a declaration of independence and freedom of style, as if calling for a revolution to awaken new ideas, suggestions and colours in men. Drawing inspiration from the trends of the 1970s, a time marked by constant change in the rules of fashion and music, swaying between psychedelic sounds and Rock'n'Roll, this collection highlights pieces influenced by optical prints and by very graphic and abstract retro designs.

Friendly Fire

Para contrariar os dias frios que se aproximam, dando-lhes cor, a marca portuguesa Friendly Fire convida as mulheres a expressarem a sua personalidade através de calçado marcante, intemporal e com forte valorização do detalhe. Numa coleção intitulada *It Girl Collection*, a marca nascida em 2015 pelas mãos de Alexandra Castro e Rute Marques apresenta um tributo a todas as mulheres independentes, sofisticadas e confiantes. Com uma conjugação improvável de cores, materiais e texturas, a Friendly Fire propõe o pelo, as peles e as pedras para o outono/inverno, carimbando uma personalidade alegre e irreverente.

To counteract the cold days that lie ahead, adding some colour to them, Portuguese brand Friendly Fire invites women to express their personality through outstanding, timeless shoes, in which details are highly valued. With the *It Girl Collection*, the brand founded in 2015 by Alexandra Castro and Rute Marques, presents a tribute to all independent, sophisticated and confident women. With an unlikely combination of colours, materials and textures, Friendly Fire suggests fur, leather and stones for autumn/winter, bringing a joyful and irreverent personality to your wardrobe.

Schiaparelli

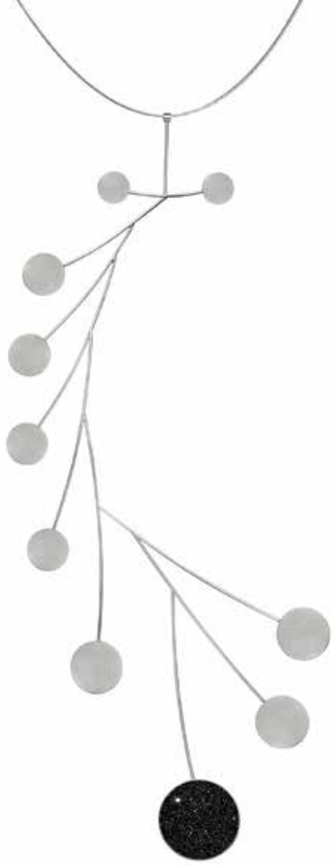
Eternizando a figura de mulher ativa, cosmopolita, elegante, supersticiosa e independente que era Elsa Schiaparelli, a coleção *Prêt-à-couture* da marca nasce de uma mistura subtil entre as tendências citadinas e os preciosos materiais que se evidenciam como um sinónimo de estilo – materiais sensuais, cortes relaxados e detalhes refinados inspirados na fauna e na flora das terras de sonho, por exemplo. Com um toque de surrealismo e uma pitada de esoterismo, visível através dos sóis e dos olhos presentes nas peças, a coleção da Schiaparelli coloca a feminilidade e a mentalidade livre em primeiro lugar.

Immortalising the figure of the active, cosmopolitan, elegant, superstitious and independent woman that was Elsa Schiaparelli, the brand's *Prêt-à-couture* collection comes about from a subtle blend of city trends and precious materials that stand out as a synonym for style – sensual materials, relaxed cuts and refined details inspired by the fauna and flora of the dreamscape, for example. With a touch of surrealism and a pinch of esotericism, visible in the suns and the eyes in the pieces, the Schiaparelli collection puts femininity and a free spirit at the forefront.

DARKSIDE Eyewear

Com uma lógica minimalista, sem adornos, e inspirada na cultura urbana, a DARKSIDE Eyewear é uma marca de óculos sofisticada que concilia um *design* intemporal com uma qualidade de excelência dos materiais que compõem os cinco modelos que fazem parte da coleção. Produzidos manualmente pelos mais experientes artesãos portugueses da especialidade, a marca pretende ser mais do que um acessório de moda, conferindo elegância e versatilidade a quem utiliza óculos de sol no quotidiano.

With a minimalist approach, without adornment, and inspired by urban culture, DARKSIDE Eyewear is a sophisticated eyewear brand that combines timeless design with the excellent quality of materials that make up the five models that are part of the collection. Handmade by the most experienced Portuguese craftsmen in the field, the brand aims to be more than a fashion accessory, providing elegance and versatility for those wearing sunglasses in their everyday life.



Konzuk

Inspirada em esculturas cinéticas do século XX, a linha *Stellar*, de Karen Konzuk, segue os princípios arquitetónicos do equilíbrio e ritmo, simbolizando a busca de harmonia do ser humano. Feitos em pó de diamante e concreto, colares, pingentes, pulseiras, anéis e brincos tornam-se únicos, porque desenvolvidos individualmente, adquirindo variações subtis.

Inspired by kinetic sculptures from the 20th century, the *Stellar* range, by Karen Konzuk, follows the architectural principles of balance and rhythm, symbolising the human being's quest for harmony. Made of diamond dust and concrete, necklaces, pendants, bracelets, rings and earrings become unique, because they have been developed individually, acquiring subtle variations.

Viktor & Rolf

Flowerbomb Precious Oil é uma edição limitada do *bestseller* de Viktor & Rolf, um óleo concentrado com extratos de argão, amêndoas doces, rícino, almíscar e nozes de macadâmia. Com 25% de perfume, *Flowerbomb Precious Oil* é um óleo pensado para prolongar o aroma floral e aplicar comedidamente, através de um conta-gotas, em zonas como os pulsos, pescoço, orelhas ou decote.

Flowerbomb Precious Oil is a limited edition of Viktor & Rolf's bestseller, a concentrated oil with extracts of argan, sweet almonds, castor, musk and macadamia nuts. With 25% perfume, *Flowerbomb Precious Oil* is an oil designed to prolong the floral scent and to be sparingly applied, with a dropper on areas, such as the wrists, neck, ears or décolleté.

Barbarossa

Numa tentativa de colmatar uma lacuna no mercado dos acessórios masculinos, marcado pelos fatos sempre idênticos e pelas gravatas em seda de cores sóbrias e listadas, a Barbarossa surge para tentar revolucionar a moda de *neckwear* em Portugal. Celebrando o espírito da originalidade, com coleções limitadas a pensar nas exigências e necessidades dos homens mais tradicionais ou mais citadinos, a marca traz as cores fortes, os padrões vibrantes e os tecidos de texturas singulares aos *looks* masculinos através duma gama de produtos que comporta gravatas, laços, lenços de bolso ou écharpes.

In an attempt to fill a gap in the men's accessories market, marked by suits that always look the same and silk ties in dull colours and stripes, Barbarossa comes to life to try and revolutionise neckwear fashion in Portugal. Celebrating the spirit of originality, with limited collections and bearing in mind the requirements and needs of more traditional or more urban men, the brand brings bold colours, vibrant patterns and fabrics with unique textures to masculine looks through a range of products that includes neckties, bow ties, handkerchiefs or scarves.

Giorgio Armani

É inegável que a marca italiana do icónico estilista Giorgio Armani é sinónimo de elegância e charme. Antevendo um inverno rigoroso, a marca colocou todo o seu *savoir faire* numa coleção onde essa elegância e charme carimbam um *look* urbano e cuidado. Com tons escuros, onde sobressaem os pretos, castanhos e cinzas, a Giorgio Armani sugere os casacos compridos, os coletes e os acessórios como suspensórios, chapéus e luvas para a estação mais fria, garantindo ao género masculino uma oportunidade de marcar a diferença em qualquer lugar.

It is an undeniable fact that the Italian brand of iconic fashion designer Giorgio Armani is synonymous with elegance and charm. Anticipating a harsh winter, the brand has put all its knowhow into a collection where this elegance and charm are expressed in an urban and dapper look. Giorgio Armani chooses dark colours, mainly black, brown and grey, for its range of long coats, jackets and accessories, such as suspenders, hats and gloves for the colder season, giving men the opportunity to stand out no matter where they are.

Canali

Para a próxima estação, a Canali, marca dedicada à moda masculina, apresenta *looks* que misturam elementos como grandes fivelas, bolsos duplos, lenços atados como gravatas, sapatos robustos e mochilas em pele. As formas e materiais são combinados de modo a obter silhuetas geométricas e contrastantes. Se por um lado aposta em tons escuros – preto, cinza, azul e castanho –, os mesmos são iluminadas por cores como vinho, tijolo, pêssego e mostarda.

Men's fashion brand Canali suggests a looks that blend elements such as large buckles, double pockets, scarves worn as ties, sturdy shoes and leather backpacks for the upcoming season. Shapes and materials are combined so as to obtain geometric and contrasting silhouettes. While preferring dark shades like black, grey, blue and brown, these are lit up by colours such as burgundy, terracotta, peach and mustard.

Wouters & Hendrix Jewelry

Cada uma das coleções da Wouters & Hendrix Jewelry é um diálogo entre a sombra e a luz. A coleção de inverno 2016, *Too Many Husbands*, é uma história sobre a mulher – imprevisível, emocional e sedutora –, e sobre o homem que a adora. A prata, o ouro e as pedras semipreciosas dão lugar a peças únicas, porque artesanais, e sugestivamente sensuais, feitas para a mulher que ama e é, sobretudo, amada.

Each of Wouters & Hendrix Jewelry collections is a dialogue between shadow and light. *Too Many Husbands*, the 2016 winter collection, is a story about the unpredictable, emotional and seductive woman and about the man who loves her. Silver, gold and semiprecious stones give rise to unique, as they are handcrafted, and suggestively sensual pieces, made for the woman who loves and is, above all, loved.

Diesel

Com a irreverência caracterizadora da Diesel, a coleção outono/inverno da marca é uma autêntica celebração à inspiração 'east meets west', traduzindo-se numa linha jovem com delicados bordados e grafismos asiáticos. Propondo *looks* modernos que assinam uma atitude *street*, *punk e skater*, esta coleção destaca-se pelas texturas de contraste, gráficos e padrões brilhantes, misturados com *bombers*, camisas longas, malhas, vestidos e calças justas. Quanto aos tons, o vermelho asiático e o azul *navy* pintam os *bombers* de cetim, os *jeans*, os blusões de cabedal e as camisas. Os acessórios, por sua vez, apresentam-se com o mesmo grafismo de inspiração asiática em cabedal preto e em *denim*, com uma costura em estilo quimono.

With Diesel's characteristic irreverence the brand's autumn/winter collection is an authentic celebration of the 'east meets west' inspiration, translating into a youthful range with delicate embroidery and Asian graphics. The collection stands out for its textures, graphics and bright patterns, mixed with bombers, long shirts, knitwear, dresses and tights creating a modern look with a street, punk and skater attitude. Asian red and navy blue give colour to the satin bombers, the jeans, leather jackets and shirts. The accessories, for their part, bear the same Asian-inspired graphics on black leather and denim, with a kimono style stitching.

Cheap Monday

A origem da Cheap Monday remete para os arredores de Estocolmo. Örjan Andersson e Adam Friberg abrem Weekend, uma loja de roupa em segunda mão, cujo sucesso os leva a investir num segundo espaço, com uma seleção de *jeans* de marcas exclusivas e roupa em segunda mão.
A Cheap Monday cresceu como marca própria e as suas coleções distribuem-se *online* e por lojas dentro e fora da Suécia.
Atualmente a marca continua fiel à sua ideologia: oferecer peças que concorrem com marcas de topo, tanto na atitude como na qualidade, mas sempre a um preço acessível.

The origins of Cheap Monday lie in the outskirts of Stockholm, where Örjan Andersson and Adam Friberg opened Weekend, a second-hand clothes shop, whose success led them to invest in a second space, with a selection of jeans by exclusive brands and second-hand clothes.
Cheap Monday has grown as its own brand, with its collections are available online and in shops in and outside Sweden.
The brand remains true to its ideology: to offer pieces that compete with top brands, both in attitude and in quality, but always at an affordable price.

Susana Bettencourt

Natural dos Açores, Susana Bettencourt apresenta nesta sua coleção de outono/inverno, intitulada *Origens*, uma perspetiva transformada do primeiro contacto do ser humano, ainda nos tempos de criança, com a arte, trazendo para as suas peças de roupa esse universo dos lápis de cor, das linhas coloridas e da liberdade criativa que compunha essa experiência de desenho e pintura. Com um talento nato para o trabalho de renda e malha, originando peças únicas e apelativas feitas à mão, Susana Bettencourt apresenta uma coleção preenchida por cores vivas, como o azul, o amarelo e o vermelho.

Born in the Azores, Susana Bettencourt presents her autumn/winter collection *Origins*, a transformed perspective of the first contact of humans with art, when still in their childhood, bringing this universe of colour pencils, colourful lines and the creative freedom of this drawing and painting experience to her clothes. With an innate talent for lace and knitted work, creating unique and compelling handmade items, Susana Bettencourt's collection is filled with bright colours, such as blue, yellow and red.

Miguel Vieira

Sabendo da importância das cores e das emoções que desencadeiam, Miguel Vieira veste a sua coleção outono/inverno de preto caviar e de vários tons de azul, e ilumina-os com branco puro, com amarelo mostarda e outras tonalidades contrastantes. Neoprene, acolchoados, fazendas, crepe de seda e pelo conjugam-se para criar silhuetas femininas estruturadas e linhas que não escondem a feminilidade. Para os homens criou fatos estruturados e cortes irrepreensíveis. Calçado, sacos, lenços e pulseiras complementam esta coleção rica em detalhes.

Knowing of the importance of colours and the emotions they trigger, Miguel Vieira dresses his autumn/winter collection in black caviar and various shades of blue, illuminating them with pure white, mustard yellow and other contrasting shades. Neoprene, padding, pieces of cloth, silk crepe and fur combine to create structured feminine silhouettes and lines that do not hide femininity. For the men he has created structured suits and immaculate cuts. Shoes, bags, scarves and bracelets complement this collection rich in detail.

OPINIÃO / *OPINION* **0**

Tomás Barbosa

WWW.CLINICADOTEMPO.COM
CALL CENTER INTERNACIONAL: +351 21 458 85 00

NUTRICIONISTA CLÍNICA DO TEMPO
NUTRITIONIST CLÍNICA DO TEMPO

Também na alimentação, não deixe para amanhã o que tem de fazer hoje

A preocupação com uma alimentação saudável e um estilo de vida saudável é mais normal acontecer só na meia-idade. Mas chega preocupar-se apenas após a meia-idade? Não. Investigações científicas mais recentes vêm confirmar as suspeitas de que as preocupações alimentares não podem ser tardias. No final do ano passado foi publicado, na revista científica da American Heart Association, um estudo onde cerca de 5000 americanos com idades entre os 18 e os 30 anos foram seguidos durante 20 anos com o objetivo de avaliar fatores de risco cardiovasculares.
Neste estudo, começaram por conhecer os hábitos alimentares dos envolvidos e os dados iniciais confirmaram as suspeitas. Quem ingeria mais fruta e legumes tinha mais cuidados alimentares (incluía na alimentação mais peixe, menos cereais refinados, menos sal e menos *fast food*). Os resultados, 20 anos depois, foram esclarecedores, indicando que quem ingeriu três ou mais peças ou porções de fruta ou legumes, quando comparado com quem consumiu uma ou menos, apresentava um risco de doença cardiovascular 37% menor.
Ainda assim, o dado mais importante observado é o facto de existirem participantes que melhoraram a sua alimentação desde o questionário inicial para os restantes, principalmente para o final, sem que, contudo, o risco cardíaco fosse significativamente menor. Já o fizeram tardiamente.
Isto demonstra que é na adolescência ou até mais cedo que tem de incrementar e estabelecer os melhores hábitos alimentares. Certamente estes resultados seriam em tudo semelhantes para outros indicadores de saúde como a diabetes, hipertensão, cancros, problemas de estômago ou intestinais, etc.
Ou seja, se apenas tiver preocupações com a sua gordura corporal, ingestão de fibras e bom aporte de vitaminas e minerais após a idade dos 40, os estudos científicos dizem-lhe que o mal pode já estar feito.
Olhe pela saúde dos seus filhos e promova uma alimentação saudável em casa, só assim criará um adulto saudável.

Don't put off for tomorrow what you can do today, is just as true for your diet

Taking an interest in healthy eating and a healthy lifestyle is more likely to take place when you reach middle age. But is it enough just to take an interest after middle age? No. Latest scientific research has confirmed suspicions that you can't leave dietary concerns to later in life. At the end of last year, a study was published in the scientific magazine of the American Heart Association, in which some 5000 Americans aged between 18 and 30 were followed over 20 years with the aim of assessing cardiovascular risk factors.
In this study, they started by finding out eating habits of the people involved and the initial data confirmed suspicions. People who ate more fruit and vegetables took more care over what they ate (they included more fish in their diet, less refined cereals, less salt and less fast food). The results, 20 years later, were highly revealing, showing that anyone who ate three or more pieces or portions of fruit or vegetables, when compared with anyone who consumed one or less, had a 37% lower risk of cardiovascular disease.
Even so, the most important data collected is the fact that there were participants who improved their eating habits since the initial questionnaire, in the subsequent ones and in particular the last one, without, however, lowering their cardiac risk significantly. They had already started too late.
This shows that you have to increase and establish better eating habits in adolescence, if not earlier. These results will certainly be similar for other health indicators, such as diabetes, high blood pressure, cancer, stomach and intestinal problems, etc.
That is to say, if you only worry about your body fat, intake of fibres and good supply of vitamins and minerals after the age of 40, scientific studies say that the damage may already have been done.
Look after your children's health and promote healthy eating at home. Only then will you raise a healthy adult.

talking to:

COS

T ANDREIA FILIPA FERREIRA E JOÃO AFONSO RIBEIRO COS

“Acreditamos que a estética deve ser intemporal e apreciar a modernidade”

Nascida em 2007, pela alçada da gigante sueca H&M, a COS oferece uma gama de produtos de diferentes conceitos, desde *fashion essentials* a clássicos reinventados e tendências modernas para ambos os sexos. Com uma equipa multifacetada e internacional, de onde destacamos a diretora criativa Karin Gustafsson e o *head designer* da coleção masculina Martin Andersson, a COS é reconhecida pela sua ligação íntima ao mundo do *design* e da arquitetura, numa procura por inspiração que resulte em produtos de qualidade, intemporais e modernos. Com um ADN muito marcante, a COS alia-se a *designers* de renome para definir as suas tendências. Neste outono/inverno, por exemplo, a paleta de cores intensas que pintam as golas muito altas e as mangas alongadas da coleção feminina foi influenciada pelo projeto *100 chairs in 100 days* do italiano Martino Gamper.

“We believe that aesthetics should be timeless and appreciate modernity”

Created in 2007, under the umbrella of Swedish giant H&M, COS offers a range of products of varying concepts, from fashion essentials to reinvented classics and modern trends for both sexes. With a multifaceted and international team, from which we highlight Karin Gustafsson and head designer for menswear, Martin Andersson, COS is recognised for its close ties with the world of design and architecture, in a quest for inspiration resulting in quality, timeless and modern products. With striking DNA, the brand joins up with renowned designers to define its trends. This autumn/winter, for example, the palette of bright colours painting the very high collars and the long sleeves of the women’s collection was influenced by the *100 chairs in 100 days* project, by Italian Martino Gamper.

Diríamos que a COS é uma marca de *lifestyle*, uma vez que tudo gira em torno da atitude. Qual é a essência da marca?
O conceito da COS centra-se no ato de acreditarmos que a estética deve ser intemporal e apreciar a modernidade.

A COS não costuma fazer publicidade tradicional ou até desfiles. Preferem organizar diversas parcerias com artistas e marcar presença em galerias e exposições de *design*. O que está por detrás da vossa estratégia de comunicação?
Gostamos de ter outro tipo de comunicação com o nosso cliente. Por exemplo, trabalhamos em conjunto com diferentes artistas e arquitetos, o que é uma fantástica oportunidade para nós conhecermos os nossos clientes. Estamos muito entusiasmados com as colaborações que temos vindo a fazer, conhecendo pessoas de diferentes áreas. Tem sido uma jornada incrível! Sentimo-nos privilegiados por ter esta oportunidade.

Não se sentem preocupados por estarem mais chegados ao universo do *design*, colocando de parte o mundo *mainstream* da moda?
Não necessariamente. Geralmente, sentimos que o nosso cliente partilha connosco esse mesmo interesse. Portanto, nós assemelhamo-nos aos nossos clientes, assim como eles se assemelham a nós.

O estilo minimalista da COS, frequentemente descrito como “intemporal e *high fashion*” é, ao mesmo tempo, reconhecido pelo seu preço acessível. Isso faz parte da vossa filosofia?
Acreditamos que todos devem ter acesso a produtos de boa qualidade, e obter essa boa qualidade, para nós, significa trabalhar afincadamente para conseguir alcançar algo muito, muito bom.

[KARIN GUSTAFSSON]

[MARTIN ANDERSSON]

Pretendem tornar-se numa alternativa às marcas de luxo?
Nós queremos que os nossos produtos sejam duráveis, mas também não nos esquecemos de manter o foco no *design* e na estética. Competimos connosco mesmos, tentamos desafiar-nos a nós próprios em cada estação, tentando fazer melhor. Focamo-nos em nós próprios, em vez de competirmos com os outros.
Nós somos uma grande equipa, muito internacional. Todos temos diferentes *backgrounds* e isso é fantástico em termos de inspiração. Mas a nossa equipa tem também algo em comum: todos admiramos a era moderna do *design* e da arquitetura, de meados do século, e isso é algo importante independentemente do sítio de onde viemos. Nós gostamos da mesma estética de um modo muito uniforme.

“O nosso cliente preocupa-se com a partilha de mentalidades e interesses”

Fazer parte da gigante sueca H&M representa um benefício ou um obstáculo?
Tem sido um benefício desde o início porque nós apenas começámos há quase dez anos e a H&M tem imensa experiência em termos de produção. Tivemos a oportunidade de nos focarmos na criatividade e isso, obviamente, tem sido muito bom.

A COS é uma marca global. Como é que conseguem criar uma moda global e, ao mesmo tempo, levar em consideração as diversidades locais?
Nós somos muito afortunados porque fazemos diferentes coleções em diferentes contextos e os consumidores gostam efetivamente delas. Mas acreditamos que o nosso cliente não sobrevaloriza a nacionalidade ou até a idade, preocupa-se mais com a partilha de mentalidades e interesses. Pensamos que essa mentalidade e interesse existe globalmente. Estamos a falar de pessoas interessadas em arte, arquitetura, *design*, boa qualidade. São culturalmente conscientes.

Acha que existe um *target* específico para a COS?
A COS é para alguém que aprecia qualidade, escolha e estilo antes de escolher a moda.

You could say that COS is a lifestyle brand, given that everything revolves around attitude. What is the essence of the brand?
The concept of COS is focused on the act of us believing that aesthetics should be timeless and appreciate modernity.

COS doesn't do traditional advertising or even fashion shows. It prefers to forge various partnerships with artists and to make an appearance in galleries and design exhibitions. What's behind your marketing strategy?
We like to have another kind of communication with our customer. For example, we work together with different artists and architects, which is a fantastic opportunity for us to get to know our customers. We are very excited about the collaborations that we have been doing in different fields. It has been an incredible journey! We feel privileged to have this opportunity.

Aren't you worried about being closer to the universe of design, putting aside the mainstream world of fashion?
Not necessarily. Generally, we feel that our customer shares this same interest with us. Therefore, we resemble our customers, just like they resemble us.

The minimalist style of COS, often described as "timeless and high fashion" is, at the same time, recognised for its affordability. Is this part of your philosophy?
We believe that everyone should have access to good-quality products, and to obtain this good quality, for us, means working tirelessly to manage to achieve something really, really good.

Is your aim to be an alternative to luxury brands?
We want our products to last, but we also haven't forgotten to keep the focus on design and aesthetics. We compete with ourselves; we try to challenge ourselves with every season, trying to do better. We focus on ourselves, instead of competing with others.
We are a large team, highly international. We all come from different backgrounds and this is fantastic in terms of inspiration. But our team also has something in common: we all admire the modern era of design and architecture, from the mid-20th century, and this is somewhat important, independent of where we live. We like the same aesthetics in a very uniform manner.

Does being part of the Swedish giant H&M represent a benefit or an obstacle?
It has been beneficial from the outset because

“Our customer is interested in sharing mentalities and interests”

we only began about ten years ago and H&M has a huge amount of experience in terms of production. We had the opportunity to focus on our creativity and this, obviously, has been very good.

COS is global brand. How do you manage to create a global fashion and, at the same time, take into consideration local diversities?
We are really fortunate, because we do different collections in different contexts and consumers really like them. But we believe that our customer doesn’t overvalue nationality or age either; he/she is more interested in sharing mentalities and interests. We think that this mentality and interest exists globally. We’re talking about people interested in art, architecture, design, good quality. They are culturally aware.

Do you think there is a specific target for COS?
COS is for anyone who appreciates quality, choice and style, before choosing fashion.

MANUFATURA SUIÇA, *com herança latina*

Cuervo y Sobrinos
LA HABANA 1882

CUERVO Y SOBRINOS
HISTORIADOR

1882

Tel. +351 21 816 62 01 - www.cuervoysobrinos.com

HISTORIADOR clásico
Movimento automático suiço
Cronógrafo, 24 horas
Caixa de aço 44 mm
Correia de alcântara e crocodilo de Louisiana

BRAGA: Pires Joalheiros · ESPINHO: M. F. Ribeiro Jóias · LISBOA: Boutique dos Relógios Plus
Camanga - J. Ferreira Marques · PORTO: Aquaverdi · VALENÇA: Joalharia Cunha.

pub

CLÍNICA DO TEMPO

A roupa de praia não lhe serve? Ainda vai a tempo!

O tempo já vai convidando a mergulhos, o pensamento já vai estando cada vez mais na praia, a roupa cada vez vai sendo menos, as esplanadas vão-se enchendo. Chegámos ao verão!
Apesar da vontade que terá em entrar no espírito do verão, pode não estar completamente confortável com o seu corpo quando se vê com o fato de banho ou o biquíni vestidos. Nas outras estações do ano, o vestido ou o fato disfarçavam e nem se preocupava com a barriguinha a sair do calção ou com os flancos ou as culotes a sobressair do biquíni.
Chegou a hora de mudar e ainda vai a tempo de almejar mais saúde através de uma aparência física com menos gordura e principalmente menos gordura localizada. Mas o tempo urge e por isso há que maximizar os resultados! Por isso, e porque falamos de diminuir peso, reduzir gordura localizada e modelar o corpo, cumprir uma simples dieta mesmo que radical não será suficiente pois, se chegar a perder peso e volume na barriga ou noutras áreas, nunca será na proporção desejada. Para que tal aconteça, o *Liposhaper*, a primeira 'lipoaspiração' não-invasiva, ou o *Biotime*, tratamentos inovadores e exclusivos da Clínica do Tempo contra a gordura localizada, a celulite e o peso em excesso, serão os seus melhores aliados.
Seguindo o Programa de Reeducação Alimentar, Comportamental e de Modelação Corporal, que alia uma alimentação saudável a novos hábitos de vida que incluem o exercício físico regular aos tratamentos localizados, ainda vai a tempo porque os resultados positivos são diários, intensificando-se ao longo do primeiro mês e prolongando-se no tempo para um êxito duradouro.
Assim conseguirá a harmonia entre a balança e o corpo, tornando-se mais saudável e sentindo-se mais confortável e atraente já neste verão, com a roupa e o corpo mais leve.
Mas o seu sucesso não se pode esgotar no verão! Dando continuidade ao Programa conseguirá manter um nível de gordura estável, sem grandes flutuações durante o ano. Assim garantirá todo o benefício dos bons resultados obtidos para a sua saúde em geral.

Beachwear no longer flattering? There's still time!

The weather is perfect for taking a dip; your thoughts increasingly take you to the beach; your clothes are getting lighter and lighter; and terraces are filling with people. Summer is here!
In spite of your desire to enter into the spirit of summer, you might not feel entirely comfortable with your body when you see yourself in a bathing suit or bikini. During other seasons of the year, your clothes help disguise your body, and there's no need to worry about your belly spilling over the top of your trousers, or about your sides or behind bursting out of your knickers.
The time has come to change and there's still time to aim for better health through a physical appearance with less fat and in particular less localised fat. But time is pressing and therefore the results have to be as effective as possible!
As such, and because we're talking about losing weight, reducing localised fat and modelling the body, going on a diet, even if it's a strict one, won't be enough, if you manage to lose weight and volume in the tummy area and other areas, it will never be in the proportion you want.
For this to happen, *Liposhaper*, the first non-invasive 'liposuction', or *Biotime*, innovative and exclusive treatments from the Clínica do Tempo against localised fat, cellulite and excess weight, will be your greatest allies.
Following the Eating and Behavioural Re-education Programme and Body Modelling, which combines healthy eating with new life habits, such as regular physical exercise, with localised treatments, there's still enough time, because the positive results can be seen on a daily basis, intensifying throughout the first month and prolonging through time for lasting success.
This is how you'll achieve harmony between the scales and the body, becoming healthier and feeling more comfortable and attractive during this summer, with a lighter body and wardrobe.
But your success can't run out in the summer! Keeping up with the Programme will ensure you maintain a stable level of fat, without major fluctuations throughout the year. Thus you'll guarantee all the benefit of the great results obtained for your health in general.

Agnelli Milano Bici

T MARIA PIRES AGNELLI MILANO BICI

DESIGN RÉTRO

Iniciando a sua carreira como aprendiz de restauro de móveis antigos, numa localidade perto de Milão, função que lhe deu alguma maturidade criativa, Luca Agnelli projetou bicicletas elétricas únicas que se diferenciam das demais pelo seu *design rétro*, lembrando as motorizadas do pós II Guerra Mundial.
Foi em 2015 que o artesão/*designer* criou a coleção, composta por dez modelos, totalmente feitos à mão, equipados com pneus balão de 26", manoplas e selim em couro, e bolsa em couro personalizada. Todos os modelos são equipados com motores Bafang de 250w e baterias de íon lítio da Panasonic de 360 Wh com autonomia entre 40 e 70 quilómetros, escondidos no que aparenta ser um depósito de combustível.

RETRO DESIGN

Kick-starting his career as an antique furniture restoration apprentice, not too far from Milan, an occupation that afforded his some creative maturity, Luca Agnelli has designed unique electric bikes that stand out from others due to their retro design, reminiscent of motorbikes dating from after the Second World War.
In 2015 the artisan/designer created the collection composed of ten models, entirely handcrafted, equipped with 26" balloon tires, leather handles and saddle, and customised leather bag. All models are equipped with Bafang 250w motors and 360 Wh Panasonic lithium ion batteries, with a range of between 40 and 70 kilometres, hidden in what appears to be a fuel tank.

Bugatti Chiron

T ANDREIA FILIPA FERREIRA © 2016 BUGATTI AUTOMOBILES S.A.S.

VELOCIDADE EXCLUSIVA

Encarando os apreciadores com os seus faróis LED planos e o seu porte robusto, o *Chiron* é o novo modelo superdesportivo da francesa Bugatti. Apresentado no *Geneva International Motor Show 2016*, este modelo é mais potente, mais rápido e mais luxuoso do que o seu antecessor, o *Bugatti Veyron*, que nos últimos dez anos tem feito os apreciadores suspirar de adrenalina. Com uma produção limitada a 500 unidades e o lançamento oficial no mercado agendado para este outono, o *Chiron* incorpora a nova linguagem de *design* da marca, aliando uma excelente *performance* a um *design* exclusivo e confortável. Não é por acaso que um terço da produção deste modelo já tenha comprador. Bem posicionado para se tornar o novo recordista mundial em termos de velocidade, este modelo aponta os 420 km/h como máximo limitado eletronicamente, garantindo uma aceleração dos 0 aos 100 km/h em menos de 2,5 segundos. Mas os detalhes técnicos que têm deixado os apreciadores em alvoroço não ficam por aqui: o *Chiron* é o primeiro supercarro a trazer 1500 cv de potência às 6700 rpm e 1600 Nm de binário entre as 2000 e as 6000 rpm para o asfalto, sendo equipado com um motor *W16* de oito litros auxiliado por quatro turbocompressores.

EXCLUSIVE SPEED

Greeting its fans with its flat LED headlights and its robust bearing, *Chiron* is the new super sports model from French brand Bugatti. Presented at the *Geneva International Motor Show 2016*, this model is more powerful, faster and more luxurious than its predecessor, the *Bugatti Veyron*, which for the last ten years had its fans drooling with desire. With production limited to 500 cars and its official market launch planned for this autumn, the *Chiron* incorporates the brand's new design language, combining excellent performance with an exclusive and comfortable design. It is no coincidence that one third of this model's production has already found a buyer. Well positioned to become the new world record holder in terms of speed, this model has an electronically limited top speed of 420 km/h, with acceleration from 0 to 100 km/h in less than 2.5 seconds. But the technical details that have left its fans in a frenzy don't end there: the *Chiron* is the first supercar to deliver 1500 horsepower at 6700 rpm and 1600 Nm of torque between 2000 and 6000 rpm to the road, equipped as it is with a *W16* eight-litre engine, assisted by four turbochargers.

Shaddai

T MARIA PIRES GABRIELE TERUZZI

O SENHOR DOS MARES

Com linhas e *design* futuristas, o projeto *Shaddai*, da autoria de Gabriele Teruzzi, foi criado com o desejo de ver o mundo lá de cima. O iate tira o proprietário do nível do mar e leva-o em direção ao céu, oferecendo vistas sem precedentes e incorporando a ideia clara de omnipotência ('Shaddai' vem do hebraico e significa 'omnipotente' e 'todo poderoso').
Com 150 metros de comprimento, este protótipo, para além de ter sido inspirado nas linhas da arquitetura contemporânea, é composto por materiais e texturas cuja influência vem das mais reconhecidas casas de moda italianas.
A parte suspensa, com uma área superior a 100 m^2, é a suíte *master*, com janelas panorâmicas que permitem vistas de 270º e garantem a sensação de poder tocar no céu e agarrar as nuvens. Ainda no topo, há uma área *gourmet* e uma piscina infinita, cuja água parece diluir-se no céu.

No *deck* principal, cujo teto é o fundo de uma outra piscina infinita do nível superior, está instalado o luxuoso clube de praia, com uma piscina, um aquário, que divide e simultaneamente unifica as áreas, e outros elementos que denunciam um ambiente de elegância e harmonia com o mar. O som da cascata provocada pela piscina completa a sensação de luxo: o de poder estar em paz.

LORD OF THE SEAS

With futuristic lines and design, the *Shaddai* project, by Gabriele Teruzzi, was created with the desire to look at the world from above. The yacht takes its owner from sea level up towards the sky, offering unprecedented views and incorporating a clear idea of omnipotence ('Shaddai' comes from Hebrew and means 'omnipotent' and 'almighty').
150 metres in length, this prototype, in addition to having been inspired by the lines of contemporary architecture, is composed of materials and textures influenced by the most renowned Italian fashion houses.
The suspended part, with an area of more than 100 sqm, houses the master suite, with panoramic windows that offer 270° views and guarantee the sensation of being able to touch the sky and grab the clouds. Staying at the top, there is also a gourmet area and an infinity pool, whose water seems to merge with the sky.
The main deck features the luxury beach club with a swimming pool, an aquarium, which divides and simultaneously unifies the areas, and other elements radiating an elegant environment and harmony with the sea. The main deck's roof is also the bottom of another infinity pool on a higher level. The waterfall sound from the pool completes the sensation of luxury: that of being able to be at peace.

Martone Cycling Co.

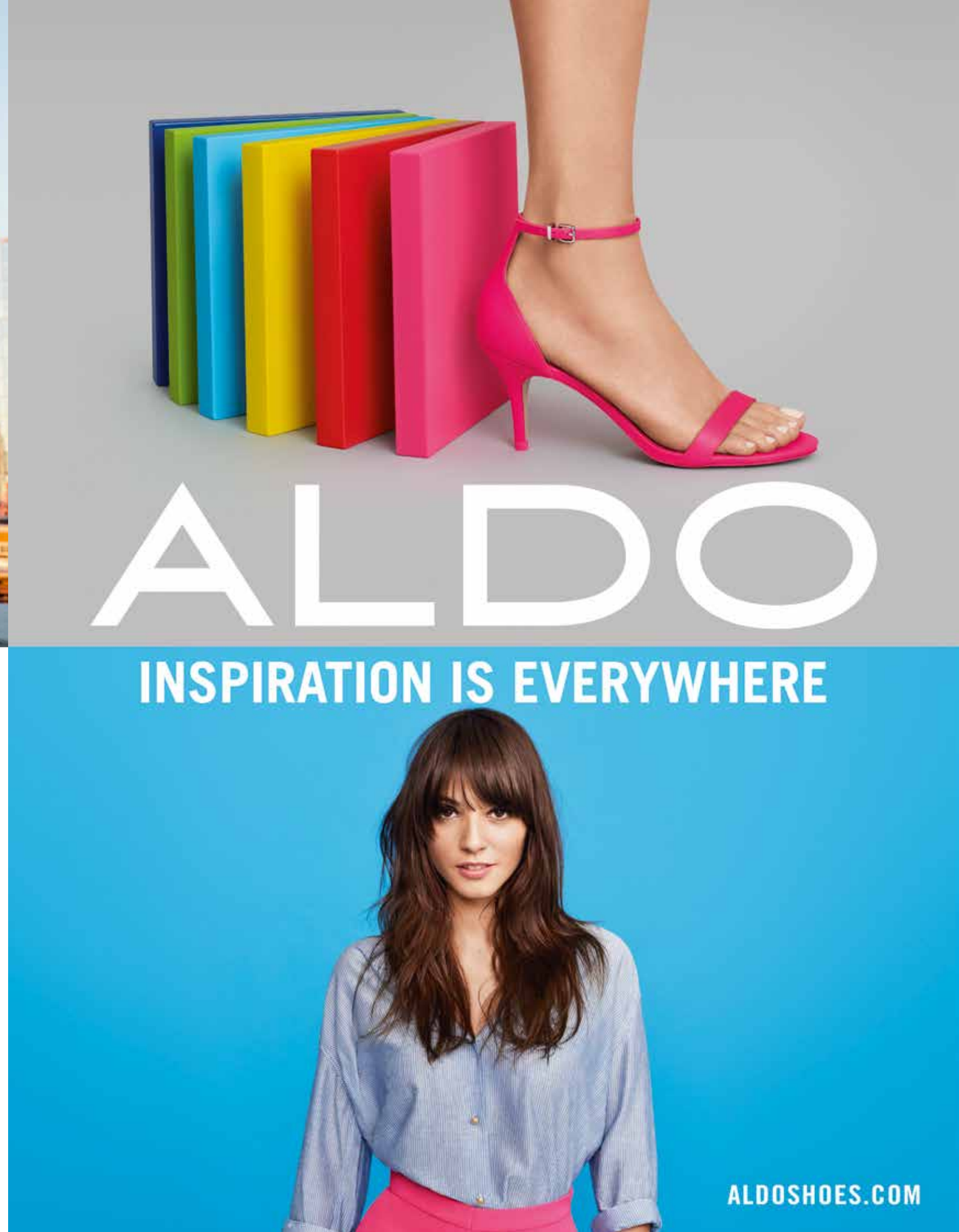
T ANDREIA FILIPA FERREIRA MARTONE CYCLING CO.

AS CORES DO BRASIL

Em 1985, a bicicleta que o Pai Natal trouxe para o brasileiro Lorenzo Martone deixou-o em êxtase. Chamava-se *Fina* e, como se já adivinhasse o futuro de Lorenzo Martone, tornou-se a sua mais fiel companheira. Hoje, Lorenzo é o rosto da Martone Cycling Co., uma marca de *design* de bicicletas de passeio, citadinas e estilosas, que são o reflexo daquela paixão de criança. Com uma corrente vermelha como assinatura da marca, cada modelo Martone Cycling Co. é alimentado por um sistema de engrenagem *duomatic* inovador, que ajusta e muda as engrenagens automaticamente, conforme a velocidade a que se pedala. Com nove cores disponíveis na coleção de outono/inverno, incluindo a multicolor *Carioca*, cada modelo está equipado com um cesto no guiador, perfeito para carregar compras, sacos do ginásio ou até o animal de estimação.

THE COLOURS OF BRAZIL

The bicycle that Father Christmas brought Brazilian Lorenzo Martone, in 1985, left him ecstatic. It was called *Fina* and, as if already guessing Lorenzo Martone's future, it became his most faithful companion. Today, Lorenzo is the face of Martone Cycling Co., a design brand for touring, city and stylish bikes, which are a reflection of that childhood passion. With a red chain providing the signature for the brand, each Martone Cycling Co. model features an innovative *duomatic* gear system, which automatically adjusts and shifts gears according to the speed of pedalling. With nine colours to choose from in the autumn/winter collection, including the multicolour *Carioca*, each model is equipped with a basket on the handlebar, perfect for carrying shopping, gym bags or even your pet.



Peugeot L500 R HYbrid

T ANDREIA FILIPA FERREIRA AUTOMOBILES PEUGEOT

GLÓRIAS DO PASSADO

Como forma de homenagem aos feitos gloriosos do passado, mais precisamente à vitória conquistada a 30 de maio de 1916, nas *500 Milhas de Indianapolis*, com o Dario Resta ao volante do *L45*, a Peugeot lançou um *racing concept* que impressiona com o seu *design* futurista: o *L500 R HYbrid*. Celebrando a 100.ª edição da prova, este *Peugeot L500 R HYbrid* da marca gaulesa procura maximizar as sensações de condução, partindo em busca da perfeição aerodinâmica, alcançada graças a uma altura de apenas um metro. Com o leão cromado, iluminação idêntica à do novo *SUV 3008* e pintura em azul e preto – invocando as cores originais do *Peugeot L45* e destacando a natureza híbrida do novo modelo –, este protótipo é composto por um bloco a gasolina de 270 cv, dois motores elétricos (à frente e atrás) de 500 cv e 720 Nm e uma leveza (1000 kg) que permite atingir os 100 km/h em apenas 2,5 segundos. No interior, apenas um lugar, sem ocupação de co-piloto, com o condutor a ter à disposição o *Peugeot I-Cockpit*, que oferece as informações necessárias em dois ecrãs holográficos no painel de instrumentos.

GLORIES OF THE PAST

As a tribute to the glorious deeds of the past, more precisely the victory achieved on May 30, 1916, at the *Indianapolis 500*, with Dario Resta at the steering wheel of the *L45*, Peugeot has launched a racing concept car, which impresses with its futuristic design: the *L500 R HYbrid*. Celebrating the race's 100th edition, this *Peugeot L500 R HYbrid* from the Gallic brand seeks to maximize driving sensations, setting off in pursuit of aerodynamic perfection, achieved thanks to a height of just one metre. With the chrome lion, lighting identical to that of the new *SUV 3008* and paintwork in blue and black – invoking the original colours of the *Peugeot L45* and highlighting the hybrid nature of the new model –, this prototype consists of a 270-horsepower petrol engine, two 500-horsepower electric motors (front and back), 720 Nm torque, and minimal weight (1000 kg), which allows it to accelerate from 0 to 100 km/h in just 2.5 seconds. Inside there is just one seat without room for a co-pilot. The driver has the *Peugeot I-Cockpit* at his disposal, which provides all necessary information on two holographic screens on the instrument panel.

Ribbon R43XC

T MARIA PIRES RIBBON YACHTS

ESGUIO E COMPACTO

O recém-chegado *Ribbon R43XC* é uma embarcação adaptável a inúmeras atividades marítimas, como pesca, transporte, mergulho, ou simplesmente navegar ao sabor da vontade de cada proprietário, sempre com o máximo conforto. O mergulho em lugares de difícil acesso e a navegação em condições adversas são agora possíveis graças ao seu *design* esguio e compacto, o que também contribui para que seja extremamente rápido, podendo atingir 40 nós. Tendo sido o *Ribbon 45* uma embarcação de sucesso para a Ribbon Yachts, no novo *R43XC* foi usado o mesmo casco. Apesar do seu tamanho – 13,48 metros de comprimento por 3,92 metros de largura – o *Ribbon R43XC* pode acomodar confortavelmente até 12 pessoas.

A escolha das matérias-primas não foi descurada. A Ribbon Yachts não se ficou por interiores *standard*, mas utilizou os melhores materiais, entre eles o couro e a fibra de carbono, conciliados habilmente por conceituados mestres de *design*, criando ambientes e detalhes de luxo. Todos os barcos da Ribbon são fabricados na Holanda. Tecnologia, *design*, conforto e qualidade são incorporados em cada projeto, resultando em embarcações com um desempenho surpreendente e linhas modernas. Mais do que criar objetos de luxo, a Ribbon Yachts cria experiências de luxo.

SLENDER AND COMPACT

Newcomer *Ribbon R43XC* is a vessel adaptable to countless maritime activities, such as fishing, transport, diving, or just navigating for fun, always with the height in comfort. Diving in spots that are hard to get to and navigating in adverse conditions are now possible thanks to its slim and compact design, which also contributes to it being extremely fast and able to reach 40 knots. As the *Ribbon 45* was a great success for Ribbon Yachts, the same hull was used in the new *R43XC*. Despite its size - 13.48 metres long and 3.92 metres wide - the *Ribbon R43XC* can comfortably accommodate up to 12 people.

Great care was also taken in the choice of raw materials. Ribbon Yachts did not just go for standard interiors, opting rather for only the best materials, including leather and carbon fibre, skilfully put together by renowned design masters, creating luxurious environments and details.

All Ribbon boats are manufactured in the Netherlands. Technology, design, comfort and quality are incorporated in each project, resulting in boats with astounding performance and modern lines. More than creating luxury objects, Ribbon Yachts creates luxury experiences.

Icon A5

T MARIA PIRES ICON AIRCRAFT

PÁSSARO OU PEIXE?!

O *Icon A5* voa como um avião, mas também navega como um barco. A primeira aeronave desportiva da Icon Aircraft transforma-se numa embarcação, retraindo manual ou automaticamente as suas asas. Apesar da estrutura leve, em fibra de carbono, o *Icon A5* é extremamente resistente e seguro, sendo igualmente arrojado e elegante, fruto do trabalho de alguns dos melhores engenheiros aeronáuticos e aeroespaciais do mundo. A ergonomia do *cockpit*, como os seus bancos desportivos à prova de água e reclináveis até 25º, permite que piloto e passageiro vivam experiências únicas. Os requintes tecnológicos revelam-se também no sistema GPS e ligação MP3. No final da aventura, basta colocá-lo num atrelado específico e levá-lo de automóvel para casa.

BIRD OR FISH?

The *Icon A5* flies like an aeroplane, but also sails like a boat. Icon Aircraft's first sport aircraft transforms into a boat, automatically or manually retracting its wings. Despite its lightweight structure in carbon fibre, the *Icon A5* is extremely sturdy and safe, while also being bold and elegant, the result of the work of some of the world's best aeronautical and aerospace engineers. The ergonomics of the cockpit, with its waterproof sports seats that can recline up to 25º, ensure unique experiences for pilot and passenger. Technological refinement is also revealed in its GPS system and MP3 connection. At the end of the adventure, just put it on a special trailer and take it home by car.

Mirage Eclipse

T MARIA PIRES HOBIE CAT

DE PÉ SOBRE O MAR

A Hobie Cat, já reconhecida pelos seus modelos de pranchas, veleiros e caiaques, surpreendeu com o seu mais recente lançamento, a *Mirage Eclipse*. Trata-se de uma prancha de *stand up* com pedais, em vez de remos, e guidão, em vez de leme. Disponível em duas versões, de 10,5 e 12 pés, e duas cores, amarelo solar e azul lunar, o modelo garante estabilidade, manobrabilidade e versatilidade, podendo ser utilizado como SUP (*Stand Up Paddle*) tradicional (retirando o guidão) e até mesmo em pescaria (adaptando uma caixa de pesca).

STANDING ON THE SEA

Hobie Cat, already renowned for its boards, sailing boats and kayaks, caused a stir with its latest launch, the *Mirage Eclipse*. The company's latest arrival is a stand up board with pedals instead of oars, and handlebars instead of rudder. Available in two versions, 10.5 and 12 feet, and two colours, sun yellow and moon blue, the model guarantees stability, manoeuvrability and versatility, and can be used as a traditional SUP (Stand Up Paddle) by removing the handlebars, or as fishing vessel, with the addition of a purpose built crate for rod holders, tackle etc.

ASSINE A TRENDS
ACOMPANHE AS MAIS INOVADORAS TENDÊNCIAS
E HABILITE-SE AO SORTEIO DE UMA DAS SEIS
MOCHILAS TOTTO PASLI.

SUBSCRIBE TRENDS
FOLLOW THE MOST INNOVATIVE TRENDS
AND WIN ONE OF SIX TOTTO PASLI BACKPACKS.

INFO@TRENDS-MAG.COM
WWW.TRENDS-MAG.COM

EDIÇÃO DIGITAL COMPATÍVEL COM IOS E ANDROID
DISPONÍVEL PARA TODO O MUNDO EM:

DIGITAL VERSION COMPATIBLE WITH IOS AND
ANDROID AVAILABLE WORLDWIDE ON:

WWW.MAGZTER.COM

Siga-nos em / Follow us on:

PMmedia CORPORATE

PM MEDIA - COMUNICAÇÃO, S.A.
Rua António Nobre, 23 Fração B, Leça da Palmeira | 4450-618 Matosinhos | Portugal | Telf Phone +351 229 069 530 | info@trends-mag.com

talking about:

VESPA

T ANDREIA FILIPA FERREIRA PIAGGIO GROUP

70 anos de um ícone

Os traços são harmoniosos, assim como as cores que pintam os seus corpos robustos mas elegantes. Cada detalhe parece ter sido desenhado sabendo que, mais do que um veículo, aquele objeto futurista que surpreendeu os olhares obstinados de 1946 se tornaria num ícone. Um ícone que marcaria gerações e uniria jovens de diferentes origens e culturas em torno de uma única paixão: acelerar pelas estradas do mundo em duas rodas que, com o tempo, se eternizariam como símbolo de arrojo e alegria de viver.

Consagrada como uma verdadeira cidadã do mundo, tendo marcado a história do *design*, do motociclismo e até das cidades do século XX, a Vespa nasceu há 70 anos, sob alçada do grupo Piaggio, na comuna de Pontedera, em Itália. Hoje, com as adversidades do contexto pós-guerra deixadas no passado, a marca global, facilmente identificável pelo seu escudo frontal, conta mais de 150 modelos, versões ou variações diferentes e 18 milhões de unidades comercializadas.

Versões exclusivas dos modelos Primavera, GTS e PX foram disponibilizadas este ano como forma de comemoração pelos 70 anos da Vespa.

Como todas as histórias de sucesso, a Vespa viu o seu início marcado por desafios. Durante a II Guerra Mundial, a Piaggio era uma das mais conceituadas empresas italianas no ramo da construção de aviões e, por isso, um alvo militar irrevogável. As suas fábricas em Génova, Finale Ligure e Pontedera foram danificadas e um processo de reconstrução era necessário para reiniciar a produção. Enrico, filho de Rinaldo Piaggio, ficou encarregue pela fábrica de Pontedera, usando a sua intuição para uma viragem industrial, focando-se na área da mobilidade pessoal (a parte do negócio aeronáutico ficou a cargo do seu irmão, Armando Piaggio). Inspirado no sistema de Henry Ford, numa tentativa de produzir objetos utilitários e baratos que cativassem a atenção do maior número de compradores, Enrico viu no *designer* aeronáutico Corradino D'Ascanio um aliado extraordinário. Na realidade, em 1944, um protótipo de um pequeno motociclo conhecido como *MP5* – cuja alcunha era *Paperino* – tinha sido produzido por dois engenheiros, mas aquela primeira tentativa, já com o escudo protetor na dianteira, não agradou a Enrico, que rapidamente pediu a D'Ascanio para redesenhar o modelo. Mesmo preferindo os aviões, achando que as motas eram feias, barulhentas e sujas, o *designer* avançou com o projeto, aplicando-lhe os seus conhecimentos de aerodinâmica. Não é à toa que as primeiras Vespa apresentadas ao mercado tivessem traços visíveis do *design* dos aviões. Com o passar do tempo, a Vespa – nome atribuído por Enrico Piaggio, graças ao barulho que o motor da *scooter* produzia, similar ao insecto – foi conquistando as massas, mas também as elites, especialmente após Hollywood se render aos seus encantos. Recorde-se os filmes *Férias em Roma* ou *La Dolce Vita*, por exemplo. Nos dias que correm, a marca continua a surpreender os apreciadores com modelos revivalistas e, ao mesmo tempo, adaptados aos conceitos estéticos atuais. Basta observar as edições lançadas este ano, em jeito de comemoração pelas sete décadas da lendária *scooter*, em que a Vespa disponibiliza versões exclusivas e personalizadas da jovem e irreverente *Primavera*, da potente e desportiva *Vespa GTS* e da intemporal e inimitável *Vespa PX*.

70 years of an icon

The lines are just as harmonious, just as the colours that paint their robust yet elegant bodies. Every detail seems to have been designed in the knowledge that, more than being a vehicle, this futuristic object that stunned stubborn onlookers in 1946 would become an icon. An icon that would mark generations and unite youngsters from different backgrounds and cultures around a single passion: to speed along the world's roads on two wheels, which, in time, would be immortalised as a symbol for adventure and the joy of living. Revered as a true world citizen, having left its mark on the history of design, motorcycling and even the cities of the 20th century, the Vespa was born 70 years ago, under the umbrella of the Piaggio group, in Pontedera, Italy. Today, with the adversities of the post-war context left far behind, the global brand, which is easily identifiable by its front shield, has more than 150 models, versions or different variations on offer and has sold 18 million of them.

Like all success stories, Vespa saw its beginnings marked by obstacles. During World War II, Piaggio was one of the most renowned Italian companies in aircraft construction and therefore an irrevocable military target. Its factories in Genoa, Finale Ligure and Pontedera were damaged and a reconstruction process was necessary in order to restart production. Rinaldo Piaggio's son Enrico was put in charge of the Pontedera factory, using his intuition to ensure an industrial u-turn, focusing on the area of personal mobility (the aviation business was entrusted to his brother Armando Piaggio). Inspired by Henry Ford's system, in an attempt to produce utilitarian and inexpensive objects that would capture the attention of the greatest number of buyers, Enrico found an extraordinary ally in aeronautical designer Corradino D'Ascanio. In fact, a prototype for a small motorcycle known as MP5 - nicknamed *Paperino* - had been built by two engineers in 1944, but Enrico didn't like this first attempt, which already had the protective shield in the front, and quickly asked D'Ascanio to redesign the model. Despite preferring airplanes, thinking that bikes were ugly, noisy and dirty, the designer moved forward with

PIAGGIO MUSEUM, PONTEDERA

Exclusive versions of Primavera, GTS and PX models are available this year, to commemorate 70 years of the Vespa.

the project, applying his knowledge about aerodynamics. No wonder that the first Vespas on the market bore visible traces of aircraft design. Over time, the Vespa - Enrico Piaggio chose this name because the noise that the scooter engine made was similar to that of a wasp, *vespa* in Italian – not only conquered the masses, but also the elite, especially after Hollywood fell for its charms. Just think of the movies *Roman Holiday* and *La Dolce Vita*, for example. Today the brand continues to wow its fans with revivalist models, while at the same time adapting to current aesthetic concepts. Just take a look at the editions launched this year, celebrating seven decades of the legendary scooter, where Vespa offers exclusive and customised versions of the young and irreverent *Primavera*, the powerful and sporty *Vespa GTS* and the timeless and inimitable *Vespa PX*.

VESPA, 1946

CIN
E TUDO MUDA

DE: BÁSICA

PARA: OOO-LÁ-LÁ

CIN DESIGNER COATINGS.
Liberte o designer de interiores que há em si.

Transforme uma casa básica numa casa ooo-lá-lá. A Colecção CASHMERE personifica a suavidade na decoração das suas paredes. As cores íntimas e profundas desta tinta Designer Coatings conferem à sua casa um toque de requinte. Com nova fórmula, ainda mais suave, Cashmere é a escolha ideal para quem aprecia um estilo sofisticado e elegante. Comece os trabalhos numa das 70 lojas CIN ou em cin.pt

HUBLOT

CASCAIS: Boutique dos Relógios Plus · LISBOA: Boutique dos Relógios Plus - Machado Joalheiro - Ourivesaria Camanga · PORTO: Boutique dos Relógios Plus - Machado Joalheiro - Marcolino Relojoeiro.

DIARSA Tel. +351 21 816 62 01

hublot.com

Big Bang Jeans Diamonds.
Cronógrafo de senhora em aço acetinado e bisel decorado com 44 diamantes de 1,9k na sua totalidade. Genuíno mostrador de tela Jeans com engaste de 8 diamantes. Correia de tela Jeans cosida sobre cauchu. Edição limitada a 250 peças.