

# TRENDS®

KNOW THE DIFFERENCE

18  
YEARS



**ESPECIAL INDOOR –**  
A COZINHA DO CHEF

**INDOOR SPECIAL –**  
THE CHEF'S KITCHEN

**Architecture,**  
Vítor Vitorino

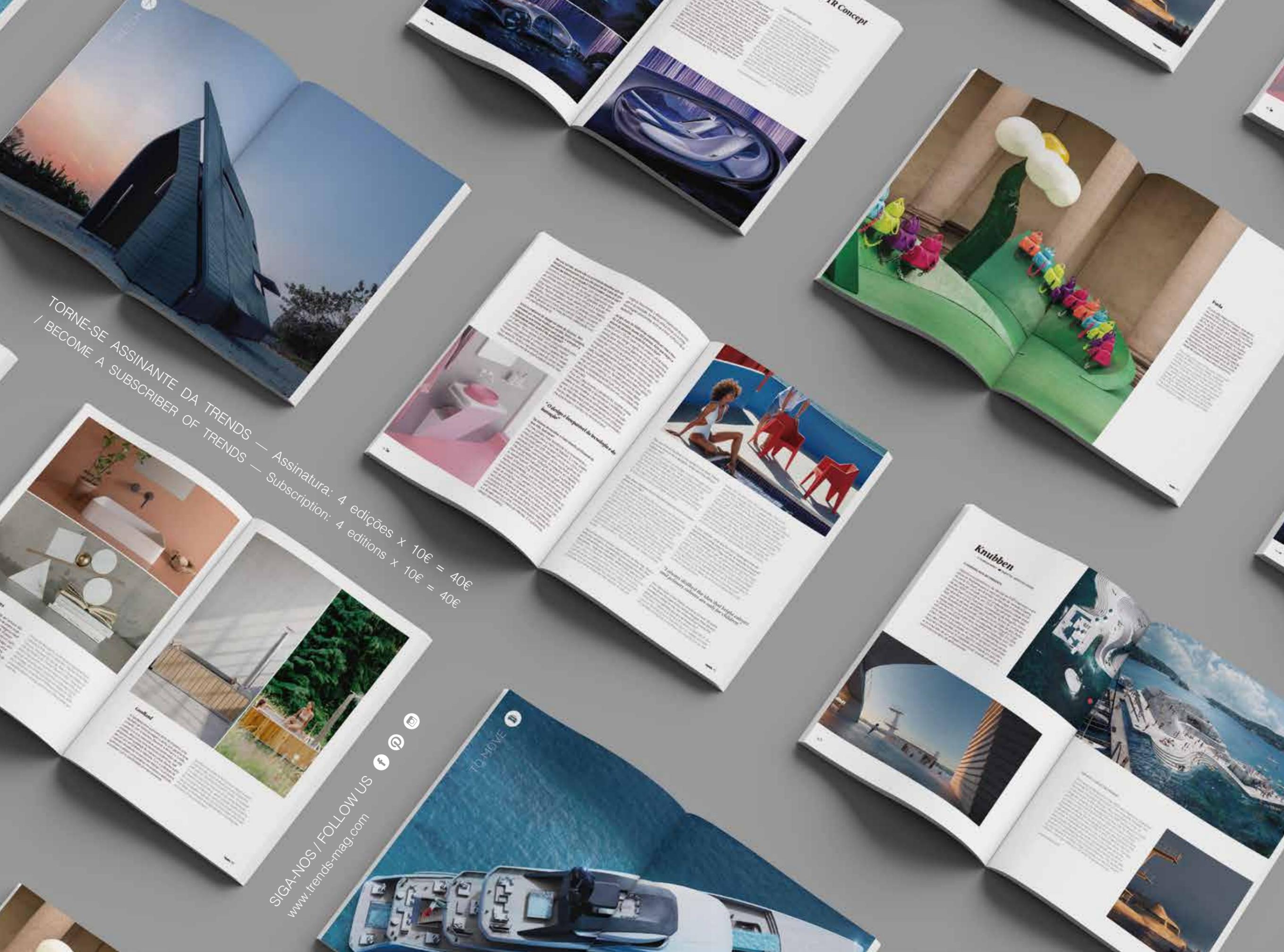
**Interiors,**  
Greg Natale

**Trendsetter,**  
Tiago Flores

**In Style,**  
Miguel Vieira

**To Move,**  
Rodrigo Seabra

SEMESTRAL • N.º77 • €10,00



TORNE-SE ASSINANTE DA TRENDS — Assinatura: 4 edições x 10€ = 40€  
/ BECOME A SUBSCRIBER OF TRENDS — Subscription: 4 editions x 10€ = 40€

SIGA-NOS / FOLLOW US  
[www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)



**TRENDS**<sup>®</sup>  
KNOW THE DIFFERENCE

18 ANOS  
18 YEARS



**Showroom**

Rua Amália Luazes, 13, 4200-052 Antas, Porto - Portugal  
T: (+351) 225 509 061 / (+351) 225 505 301

geral@gneisse.pt  
gneisse.pt

**gneisse**<sup>®</sup>



fabri®

COZINHAS | ROUPEIROS · KITCHENS | CLOSETS · FABRICADO EM | MADE IN PORTUGAL · fabri.pt

FABRI Lisboa | Alameda dos Oceanos, Av. do Mediterrâneo, 2A, 1990-203 Lisboa | lisboa@fabri.pt | T. (+351) 21 363 1638

FABRI Cascais | Estrada Cabeço do Cação, 1096, 2785-088 Trajouce | cascais@fabri.pt | T. (+351) 21 445 6933

FABRI Porto | Avenida da Boavista, 3477, Loja Nº15, 4100-139 Porto | porto@fabri.pt | T. (+351) 22 976 8912

FABRI Joanesburgo | Shop 52, Design Quarter, Cnr William Nicol & Leslie Ave. East, Fourways, 2067, Johannesburg | johannesburg@fabri.pt | T. (+27) 11 467 3540





WE ARE  
STONE TAILORS

[mcmstonetailors.com](http://mcmstonetailors.com)





LIMALHA

METAL ART WORKS

[limalha.com](http://limalha.com)



IT'S THE TIME



SEJA RESPONSÁVEL, BEBA COM MODERAÇÃO. (+18 ANOS)

## 18 anos n' A Cozinha do Chef 18 years in The Chef's Kitchen

Luz, design, conforto, mobiliário, eletrodomésticos premium e receitas gastronómicas... são parte dos ingredientes essenciais para a boa confeção de um prato de comida. Mas não só... É preciso um bom chef e... muito mais. Nesta edição do 18.º aniversário da **TRENDS**, trazemos-lhe um *Especial A Cozinha do Chef*, onde entram marcas de referência como a Haier, a Gaggenau, a Gneisse, a Fabri, entre outras, que fazem da cozinha um local de excelência, e é, aqui, que nos sentamos à mesa com alguns dos nomes mais sonantes da gastronomia portuguesa, como o Rui Paula, o José Avilez, a Justa Nobre, o Ricardo Costa e o Henrique Sá Pessoa. O ano 2023 será um ano dedicado à sua CASA, através do *Especial Dentro e Fora de Portas*, que começa agora, nesta edição, com o *Especial Dentro de Portas*, onde abordamos a cozinha como parte de destaque de uma casa. Mas há muito mais para ler nas páginas que se seguem. Como as entrevistas ao arquiteto Vítor Vitorino, que trocou a dança pela paixão da arquitetura; ao designer de interiores, Greg Natale, que retrata um design com vertente maximalista; ao diretor nacional da Xiaomi, Tiago Flores, que aborda a temática da Inteligência Artificial; ao estilista, Miguel Vieira, que dá a conhecer as suas true colours; ao jovem piloto, Rodrigo Seabra, que, quem sabe, num futuro próximo, chegará à Fórmula 1... Cinco rostos masculinos que marcam os 18 anos da **TRENDS**, além de todos os excelentes conteúdos que escolhemos revelar. Boas leituras!

[ MARIA CRUZ ]

**TRENDS**



Propriedade/Editora:  
PM Media, Lda.  
www.pmmediaincorporated.com  
Rua António Nobre, 23, Fração B  
4450-618, Matosinhos,  
Porto, Portugal  
T: (+351) 252 299 010  
www.trends-mag.com  
info@trends-mag.com  
Fotografia de Capa:  
© Raphaël Thibodeau

Administração: Paulo Martins  
Diretor: José Lopes  
Coord. Editorial: Maria Cruz  
Redação: Filomena Abreu, Joana Rebelo,  
Maria Cruz  
Revisão: PMMedia  
Tradução: Algarvemedia  
Design e Paginação: Marta Teixeira  
Tratamento de Imagem: PMMedia  
RP: Ana Sofia Monteiro  
Dep. Financeiro: Elisabete Alves

N.º 77 JAN-JUN

Periodicidade: Semestral  
Impressão: Lusoimpress  
Preço de Capa: €10,00  
ISSN: 2183-6779  
Depósito Legal: N.º 205996/04  
Publicação Registrada: ERC sob o n.º I24365  
Estatuto Editorial: www.trends-mag.com/pt/  
estatuto-editorial/  
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. Interditada 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.

Light, design, comfort, furniture, high-end appliances and gastronomic recipes... these are all part of the list of essential ingredients needed to successfully make a good meal. But that's not all. You need a good chef and... much more. In this issue marking the 18<sup>th</sup> anniversary of **TRENDS**, we bring you a *The Chef's Kitchen Special*, featuring leading brands, such as Haier, Gaggenau, Gneisse, Fabri, among others, which go to make the kitchen a place of excellence. And, right here, we sit around the table with some of the biggest names in Portuguese gastronomy, including Rui Paula, José Avilez, Justa Nobre, Ricardo Costa and Henrique Sá Pessoa. 2023 will be a year dedicated to your HOUSE, through the *Indoors and Outdoors Special*, which starts now, in this issue, with the *Indoors Special*, where we focus on the kitchen as the most important part of a house. But there's a lot more to read about in the pages that follow. Such as, interviews with: architect Vítor Vitorino, who swapped dance for the passion of architecture; interior designer Greg Natale, who portrays a design with maximalist slant; national director of Xiaomi Tiago Flores, who discussed the subject of Artificial Intelligence; stylist, Miguel Vieira, who reveals his true colours; young racing driver, Rodrigo Seabra, who, who knows, in the near future might make it to *Fórmula 1*... Five male faces that mark the 18 years of **TRENDS**, in addition to all the excellent contents that we have chosen to reveal here. Happy reading!



Mirai House of Arches  
SKETCH

28



La Cadrée Perchée  
INTERIORS

60



BD Barcelona Design - Explorer  
TRENDSETTER

90



Dior  
IN STYLE

114



Orient Express Silenseas  
TO MOVE

156



IN FOCO



#### GLOBE X PANTONE UNEM-SE PARA UMA DIVERTIDA PARCERIA

Este é um daqueles casamentos de sucesso. A Globe, conhecida marca de *skates* (e outros materiais para surfistas e *snowboarders*), e a Pantone, autoridade mundial das cores, colaboraram em mais uma coleção de *skates* de edição limitada, apresentando a cor de 2023: *Viva Magenta 18-750*. Um tom não convencional para um tempo não convencional. Divertidamente disruptivo, o magenta vibra com energia e vigor. E esta tiragem limitada de 300 *skates* vem pintada com toda essa alegria. Está numerada e, de bônus, ainda traz um suporte de parede. Com instalação sem esforço, é a maneira perfeita de exibir uma “prancha” como arte de parede, caso opte por pendurá-la, em vez de a patinar.

#### GLOBE AND PANTONE JOIN FORCES FOR A FUN PARTNERSHIP

This is one of those successful marriages. Globe, a well-known brand of skateboards (and other materials for surfers and snowboarders), and Pantone, the world’s authority on colours, have collaborated on another limited-edition skateboard collection, introducing the colour for 2023: *Viva Magenta 18-750*. An unconventional shade for an unconventional time. Amusingly disruptive, magenta vibrates with energy and vigour. And this limited edition of 300 skateboards comes painted in all that joy. Each board is numbered and, as a bonus, comes with a wall bracket. With effortless installation, this is the perfect way to display a “board” as wall art, should you choose to hang it up rather than skate on it.

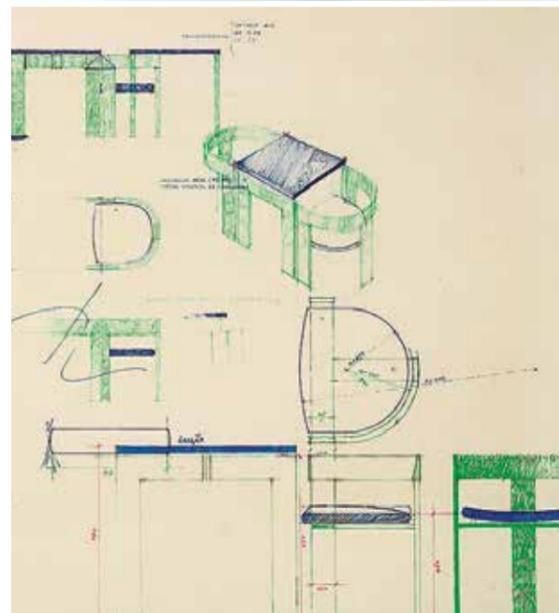
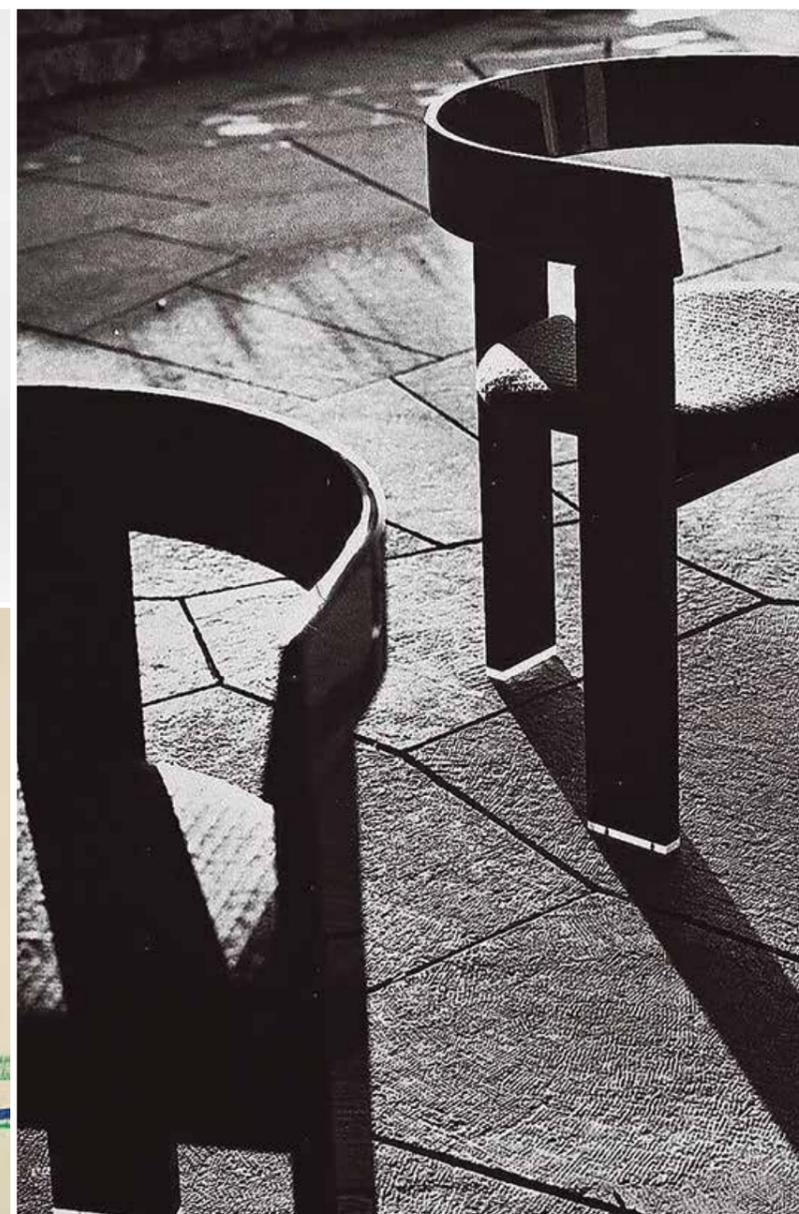


**DUAS CADEIRAS PORTUGUESAS EM EXPOSIÇÃO NO VITRA DESIGN MUSEUM**

Daciano da Costa (1930-2005) entrou na coleção permanente do Museu de Design de Vitra, um dos principais museus de *design* do mundo. O *designer* é o primeiro português a conseguir integrar o acervo da conceituada instituição com sede na cidade alemã de Weil am Rhein. Daciano da Costa será representado com dois modelos selecionados pelo Vitra Design Museum, que são agora objetos-chave da história do *design*: a Cadeira Quadratura (1971) e a Cadeira Alvor Hotel (1967). Esta última peça, desenhada para a instituição hoteleira algarvia, irá figurar também no *poster* da marca deste ano.

**TWO PORTUGUESE CHAIRS ON DISPLAY AT THE VITRA DESIGN MUSEUM**

Daciano da Costa (1930-2005) has entered the permanent collection of the Vitra Design Museum, one of the world's leading design museums. The designer is the first Portuguese to join in the collection of the renowned institution with headquarters in the German city of Weil am Rhein. Daciano da Costa will be represented with two models selected by the Vitra Design Museum, which are now key objects in the history of design: the Quadratura Chair (1971) and the Alvor Hotel Chair (1967). The latter piece, designed for the Algarve hotel institution, will also feature in the brand's poster for this year.



**TOYOTA VAI SUBSTITUIR PRESIDENTE PARA ACELERAR A TRANSIÇÃO PARA ELÉTRICOS**

Akio Toyoda, neto do fundador da fabricante e CEO desde 2009, vai abandonar o mais alto cargo da marca japonesa. A partir do dia 1 de abril, Koji Sato, responsável pelo departamento de *branding* e presidente da marca de luxo Lexus, assumirá o compromisso de reorientar a estratégia da fabricante, assumidamente focada nos carros elétricos. O novo CEO, de 53 anos, terá de acelerar um processo que já está em alta velocidade nas muitas empresas concorrentes. Segundo Koji Sato, o neto do fundador da Toyota ofereceu-lhe o cargo, no final do ano passado, durante as comemorações dos 60 anos da empresa, na Tailândia. Num comunicado, Toyoda partilha, por sua vez, que a missão do novo CEO passará por transformar a Toyota numa "empresa de mobilidade".

**TOYOTA WILL REPLACE CHAIRMAN IN ORDER TO SPEED UP TRANSITION TO ELECTRICS**

Akio Toyoda, grandson of the manufacturer's founder and CEO since 2009, will step down from the Japanese carmaker's top position. From the 1<sup>st</sup> of April, Koji Sato, head of branding and chairman of the luxury Lexus brand, will take on the commitment to reorient the manufacturer's strategy, firmly focused on electric cars. The 53-year-old new CEO will have to accelerate a process that is already at high speed in many competing companies. According to Koji Sato, the grandson of Toyota's founder offered him the job late last year during the company's 60<sup>th</sup> anniversary celebrations in Thailand. In a statement, Toyoda shares that the new CEO's mission will be to transform Toyota into a "mobility company".

**FABRI — LISBOA VÊ RENASCER *SHOWROOM* DA MARCA, NA COMEMORAÇÃO DOS 40 ANOS**

A última novidade do Grupo Fabri é a renovação do *showroom* no Parque das Nações, Lisboa. Mantendo o *showroom* em Cascais, a marca apresenta um espaço renovado à beira Tejo, exibindo uma zona mais ampla e luminosa, composta por sete novos modelos de cozinhas e um *closet*. A aposta recai em peças decorativas exclusivamente nacionais, que complementam o mesmo toque sustentável e moderno característico da Fabri.

Com *showroom* na África do Sul, desde 2011, e a abertura de uma loja no Porto, no ano passado, o grupo continua a caminhar no sentido da inovação. Dispondo, atualmente, de um leque abrangente de ofertas, desde roupeiros a mobiliário integrado, a marca comemora quatro décadas pautadas pelo desenho e produção de cozinhas de excelência.

**FABRI — LISBOA SEES REBIRTH OF THE BRAND'S *SHOWROOM*, IN CELEBRATION OF 40 YEARS**

The latest news from the Fabri Group is the renovation of its *showroom* in Parque das Nações, Lisbon. Keeping its *showroom* in Cascais, the brand has revealed a refurbished space on the shores of the Tagus, boasting a larger, brighter area, containing seven new kitchen models and a walk-in wardrobe. The focus is on decorative pieces that are exclusively Portuguese, which complement the same sustainable and modern touch that is so characteristic to Fabri. With a *showroom* in South Africa since 2011 and the opening of a shop in Oporto last year, the group continues to stride confidently towards innovation. Currently offering a wide range of products, from wardrobes to built-in furniture, the brand is celebrating four decades of designing and producing exceptional kitchens.



ARCHITECTURE

[www.tracado.pt](http://www.tracado.pt)



SKETCH





# Shefford House

T MARIA CRUZ R APHAËL THIBODEAU

## UMA PEGADA ECOLÓGICA

É no Quebec, Canadá, no lado sul do Monte Shefford, que avistamos a Shefford House, uma residência dividida em volumes, devido à forma do terreno. O volume principal, voltado para sul, tem como pano de fundo a vista para a floresta e alberga a oficina de cerâmica da proprietária, Sophie Manessiez, e a garagem; o volume mais pequeno, revestido a aço Corten, é onde se encontra o quarto principal, o WC e os arrumos. Na cobertura, fica o terraço ao ar livre. Para 'esconder' a casa no meio da floresta, o revestimento de cedro branco foi a opção escolhida, assim como a cobertura em aço cinza em toda a fachada protege a forma da casa. O objetivo para esta moradia foi criar espaços e aberturas para

## AN ECOLOGICAL FOOTPRINT

In Quebec, Canada, on the south side of Mount Shefford, Shefford House comes into view, a residence divided into three volumes due to the lie of the land. The south-facing main volume, opens up on to the forest, while the rear volume, embedded into mountain, houses owner Sophie Manessiez's ceramics workshop and garage; a smaller volume, clad in Corten steel, is home to the master bedroom, bathroom and storage. A rooftop terrace can be found on the east side. To 'hide' the house in the middle of the forest, the option chosen was white cedar cladding, while the grey steel roof over the entire north façade protects the forms of the house from the road. The goal for this house was to create spaces

receber amigos e familiares sempre com a paisagem envolvente muito presente. Todo o projeto, desenvolvido pelo atelier BOOMTOWN, teve como foco a presença da luz do sol e a natureza, daí o terraço se estender do interior para o exterior. No que toca a acabamentos: revestimento de madeira da Maxi-Forêt; revestimento de aço da arquitetura MAC/Privus Design (aço Corten); armários da Ateliers Jacob; escadaria da Escalier Distinct; lareira da STUV América; portas e janelas da Fabelta e canalização e cerâmica da Ramacieri Soligo. Não é por acaso que podemos dizer que esta habitação tem uma pegada ecológica associada e bem interiorizada.

and openings for gathering and greeting friends and family, always with the surrounding nature very present. The whole project, developed by BOOMTOWN studio, focused on the presence of sunlight and nature, hence the terrace extends the main space inside out to the outside. As for finishes: wooden cladding by Maxi-Forêt; steel cladding by MAC/Privus Design architecture [Corten steel]; woodworking by Ateliers Jacob; staircase by Escalier Distinct; fireplace by STUV America; doors and windows by Fabelta; and plumbing and ceramics by Ramacieri Soligo. It is no coincidence that we can say that this home has a well-reasoned ecological footprint.

WWW.BOOM-TOWN.CA



# Devrim Erbil Museum

T JOANA REBELO © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## FEITO COM COMPASSO, RÉGUA E ESQUADRO

Pela assinatura da Aytac Architects surgiu um projeto desafiador: o Museu De Bodrum. Das raízes criativas do artista turco Devrim Erbil germinou um oásis mediterrânico na cidade de Bodrum, que procura estar à altura da vida que existirá no interior: pinturas a óleo, mosaicos e vitrais. Abraçando os vastos horizontes artísticos, a área garante uma experiência híbrida, onde existem espaços reservados no interior e, claro, na zona de jardim. Livraria, café e espaço de exposição são apenas algumas das comodidades que o edifício oferece, mas o que não cai na vulgaridade é mesmo a fachada exibida no exterior. Por entre espirais, linhas retas e curvas perfeitas, gera-se uma comunhão de formas que, no seu todo, ocupam 1357 m<sup>2</sup> e se prolongam por dois pisos.

## MADE WITH COMPASS, RULER AND SET SQUARE

Aytac Architects has developed a challenging project: the Bodrum Museum. From the creative roots of Turkish artist Devrim Erbil a Mediterranean oasis has burgeoned in the city of Bodrum, which aims to prove equal to the experience that will exist inside: oil paintings, mosaics and stained-glass windows. Embracing vast artistic horizons, the area guarantees a hybrid experience, of floating permanent galleries in a loop, connecting to museum spiral connecting to the garden area. Bookshop, café and a temporary exhibition space are just some of the amenities the building offers, but you could never say its façade, a mosaic ceiling, could be deemed ordinary. Between spirals, straight lines and perfect curves, there is a communion of forms that, as a whole, occupies 1357 sqm and extends over two floors.

[WWW.AYTACARCHITECTS.COM](http://WWW.AYTACARCHITECTS.COM)





# Mirai House of Arches

T FILOMENA ABREU   DINESH MEHTA

## COROA DA ARQUITETURA

Projetado num pequeno terreno de 622 m<sup>2</sup> dentro de um *layout* de *villa* residencial, Mirai é uma casa que responde ao clima quente do deserto de Rajasthan, na Índia. Planeada para uma família de três gerações, a casa tem três níveis. Seccionalmente, as alturas internas variam num interessante jogo de volumes.

Um envelope pontuado e curvilíneo envolve a casa, como que coroando-a e criando espaços semiabertos, o que reduz substancialmente o calor, enquanto fornece zonas abertas abrigadas ao redor da casa para cada uma das divisões. Espaços energeticamente eficientes com luz natural indireta. Construída com tijolos de origem local, gesso e arenito, está totalmente preparada para recolher e armazenar a água da chuva.

## CROWN OF ARCHITECTURE

Designed on a small plot of 622 sqm within a residential villa layout, Mirai is a house that responds to the hot desert climate of Rajasthan, India. Planned for a family of three generations, the house develops over three levels. Sectionally, the internal heights vary in an interesting play of volumes.

A punctuated, curvilinear envelope wraps around the house, as if crowning it and creating semi-open spaces, which substantially reduces heat, while providing sheltered open spaces around the house for each of the rooms. Energy efficient spaces with indirect natural light. Built with locally sourced bricks, lime plaster and sandstone, the house is fully set up to harvest and store rainwater.

[WWW.SANJAYPURIARCHITECTS.COM](http://WWW.SANJAYPURIARCHITECTS.COM)



# Morada Açores

T JOANA REBELO © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## SIMPLES HARMONIA

Conheça o primeiro projeto do Traçado Regulador no Arquipélago dos Açores, desenvolvido numa área de 420 m<sup>2</sup>. A moradia em destaque exibe um único piso, revelando-se discreta e de detalhes simples. Para vivências diferenciadas, são-lhe apresentadas zonas exteriores de lazer, que partilham vistas deslumbrantes, em grande medida pela localização junto à costa. Sóbria, a residência sabe conectar o interior ao exterior com mestria, já para não mencionar a harmonia visual garantida pela geometria das paredes. Incorporando, ainda, uma piscina que parece prolongar-se no horizonte, a Traçado Regulador marca a sua estreia com um projeto que se molda à beleza e simplicidade da paisagem açoriana.

## SIMPLE HARMONY

Meet the first project from Traçado Regulador in the Azores Archipelago, developed on an area of 420 sqm. The villa in question boasts a single floor, while proving discreet, with simple details. To vary living experiences, the residence enjoys outdoor leisure areas, which share stunning views, largely due to the location near the coast. Restrained, the residence manages to masterfully connect indoors with the outdoor world, not to mention the visual harmony guaranteed by the geometry of the walls. Featuring a swimming pool that seems to extend out into the horizon, Traçado Regulador's debut project moulds itself to the beauty and simplicity of the Azorean landscape.

[WWW.TRACADO.PT](http://WWW.TRACADO.PT)



## Tarpon Bend

T MARIA CRUZ © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

### À BEIRA-MAR

Este é mais um dos magníficos projetos sustentáveis do *atelier* Strang Design. Na moradia Tarpon Bend está refletida a essência da empresa, desde logo através da arquitetura, do *design* de interiores, da decoração e do paisagismo, completada pelo *design* sustentável que muito bem sabe retratar. A residência, com mais de 8000 m<sup>2</sup>, localizada em Fort Lauderdale, nos Estados Unidos, foi projetada em

### BY THE RIVER

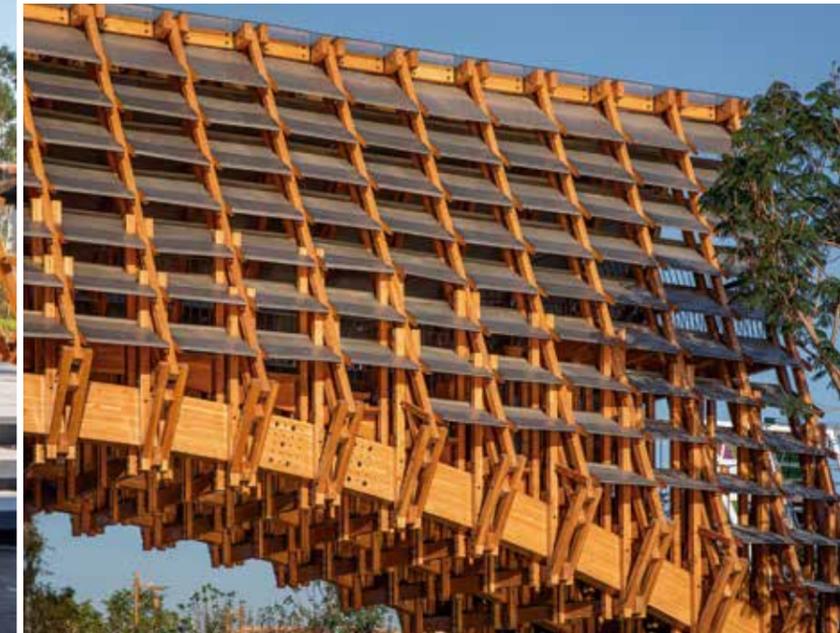
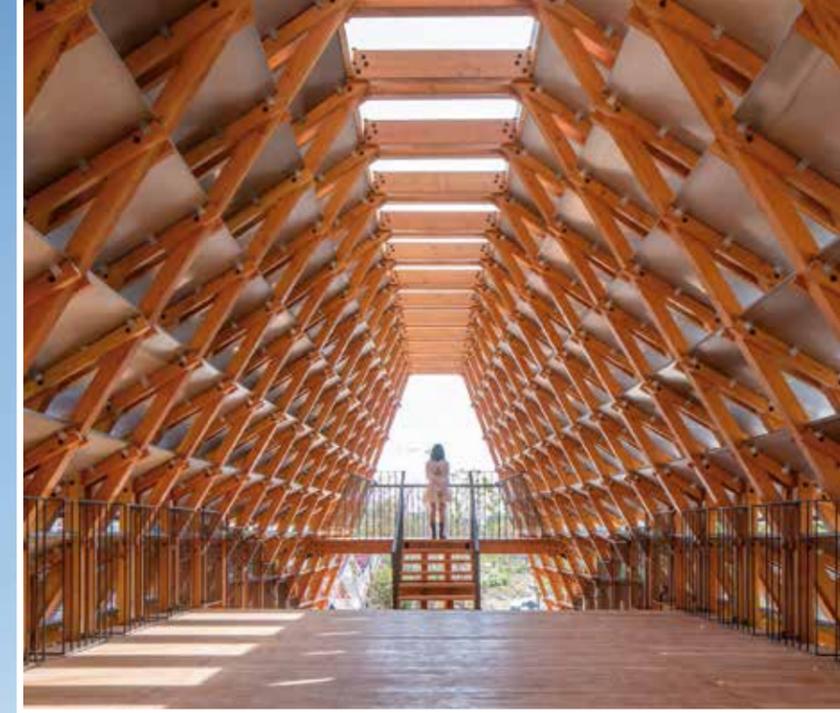
This is another one of the magnificent sustainable projects from Strang Design studio. The essence of the company is reflected in the Tarpon Bend property, starting with the architecture, interior design, decoration and landscaping, completed by the sustainable design that it knows how to portray so well. The residence, developing over some 8000 sqm, located in Fort Lauderdale, in the United States, was designed around existing oak



torno dos carvalhos existentes, o que a torna harmo-  
niosa com a natureza. Alinhado com a sustentabilidade,  
também as tecnologias inovadoras foram tidas em conta  
na hora de projetar a moradia, considerando os siste-  
mas de engenharia focados no bem-estar e  
vários fatores como ventilação cruzada, saliências pro-  
fundas e painéis solares no telhado; iluminação que fun-  
ciona de acordo com os ritmos circadianos, podendo  
ser programada; e o sistema mecânico de água, que  
trata e melhora a qualidade do abastecimento de água  
local. É uma casa moderna, adaptada ao clima local,  
com total privacidade.

trees, ensuring its harmonious integration with nature.  
Aligned with sustainability, innovative technologies were  
also taken into account when designing the house, con-  
sidering engineering systems focused on well-being and  
a range of factors, such as cross ventilation, deep over-  
hangs and solar panels on the roof; lighting that works  
according to circadian rhythms and which can be pro-  
grammed; and the mechanical water system, which  
treats and improves the quality of the local water sup-  
ply. This is a modern house, adapted to the local climate,  
with total privacy.

WWW.STRANG.DESIGN



# Timber Bridge in Gulou Waterfront

T FILOMENA ABREU    W WEIQI JIN

## UNIÃO ENTRE TEMPOS

Centenas de elementos de madeira são aparafusados para formar a ponte de madeira em Gulou Waterfront, o mais recente projeto do escritório de arquitetura chinês LUO Studio. A ponte de 25 metros de comprimento está localizada em Gulou, uma vila aquática em Jiangmen, na China. A paisagem artificial incomum, formada por uma rede de cursos de água e lagoas, já forneceu infraestrutura para pesca e agricultura. Como parte da

## A UNION BETWEEN TIMES

Hundreds of wooden elements are bolted together to form the timber bridge in Gulou Waterfront, the latest project by Chinese architecture firm LUO Studio. The 25-metre-long bridge is located in Gulou, a water village in Jiangmen, China. The unusual manmade landscape, formed by a network of waterways and ponds, previously provided infrastructure for fishing and farming. As part of the rural regeneration of the area, this wooden bridge

regeneração rural da zona, esta ponte de madeira pretende fazer a ligação entre o património cultural dessas comunidades locais e o desenvolvimento rural. O objetivo foi criar um *resort* turístico ecocultural que mantivesse os tecidos espaciais distintos de montes e lagoas, abraçando a educação pela natureza, diversão entre pais e filhos e atividades de pesca e agricultura.

aims to link the cultural heritage of these local communities with rural development. The aim was to create an eco-tourism resort that would maintain the distinctive spatial fabrics of hills and ponds, embracing nature education, fun between parents and children and fishing and farming activities.

[WWW.LUOSTUDIO.FI](http://WWW.LUOSTUDIO.FI)

# Arched Residences on Santorini Island

T JOANA REBELO © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## UM VISLUMBRE DO PARAÍSO

É na Grécia, na ilha de Santorini, que nasce um projeto empolgante do estúdio Iraisynn Attinom. Trata-se de um complexo residencial, preenchido por quatro moradias independentes. Moldadas à área rochosa da ilha, estas captaram a atenção do mundo nos *A+ Awards 2022*, quando foram premiadas com o prêmio na categoria de *Unbuilt Hospitality* (Hospitalidade Não Construída). Únicas elas são, protegidas dos ventos de noroeste e encaixadas de frente para o mar e para a paisagem mediterrânica que o acompanha. Por fora, tetos arqueados, piscinas, espaços semiabertos e vistas *premium*. Por dentro, dois pisos que albergam sala de estar e cozinha, quarto principal, casa de banho e muito mais. Entre formas e cores que convidam o sol e o sossego, a construção abraça a sustentabilidade, com os seus materiais ecológicos e de origem local.

## A GLIMPSE OF PARADISE

In Greece, on the island of Santorini, an exciting project by studio Iraisynn Attinom has come to life. This residential complex contains four independent villas, moulded to the rocky part of the island. The project captured the world's attention at the *A+ Awards 2022*, when they were successful in the *Unbuilt Hospitality* category. Sheltered from the north-westerly winds and facing the sea, these unique residences accompany the Mediterranean landscape. Outside, arched ceilings, swimming pools, semi-open spaces and premium views. Inside, two floors that contain living room and kitchen, master bedroom, bathroom and much more. Among shapes and colours that invite sun and stillness, the construction embraces sustainability with its eco-friendly and locally sourced materials.

[HTTPS://IRAISYNN.ATTINOM.NET/?CAT=28&LANG=EL](https://iraisynn.attinom.net/?cat=28&lang=el)





## Cuckoo House

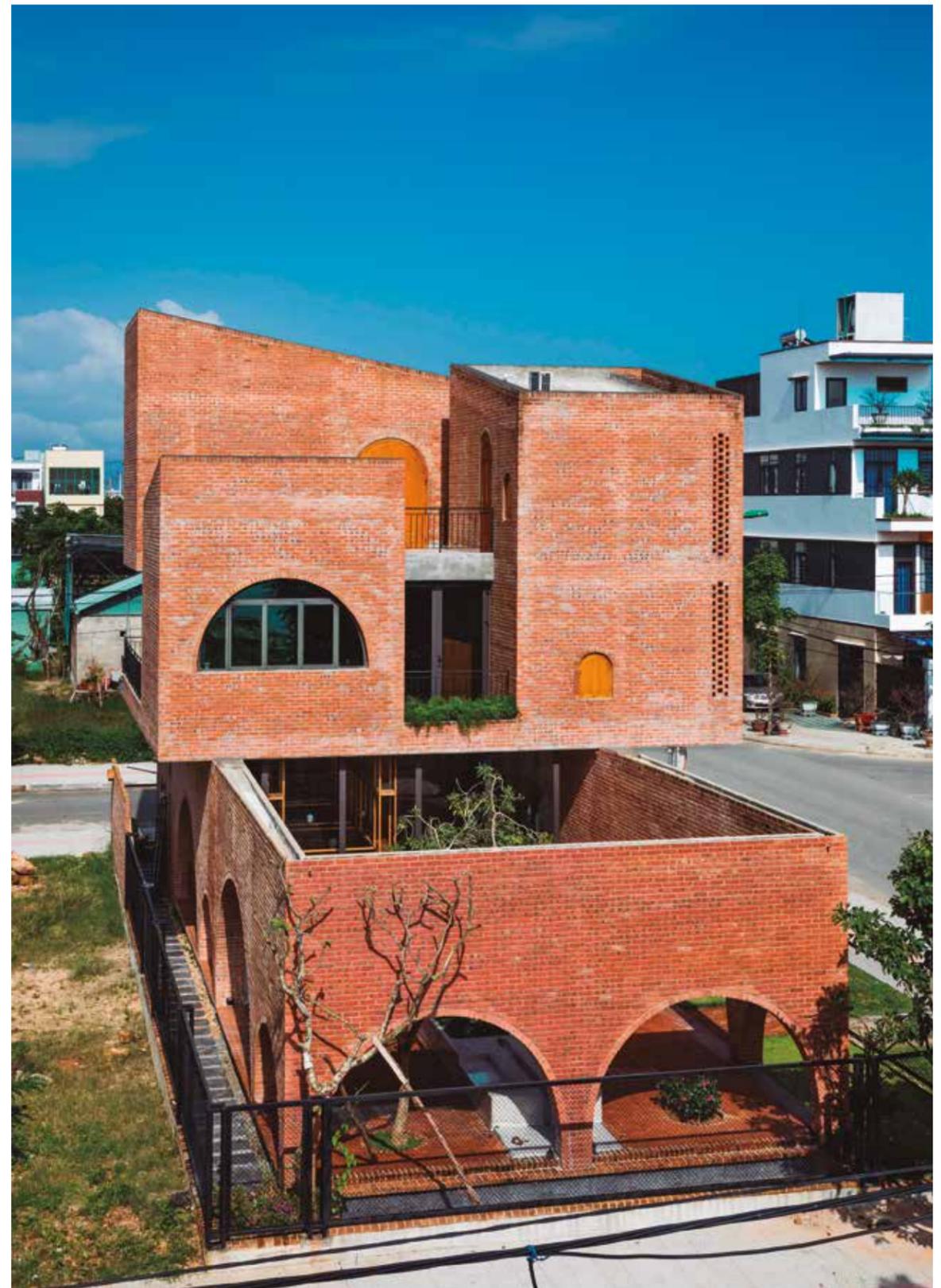
T FILOMENA ABREU    O OKI HIROYUKI

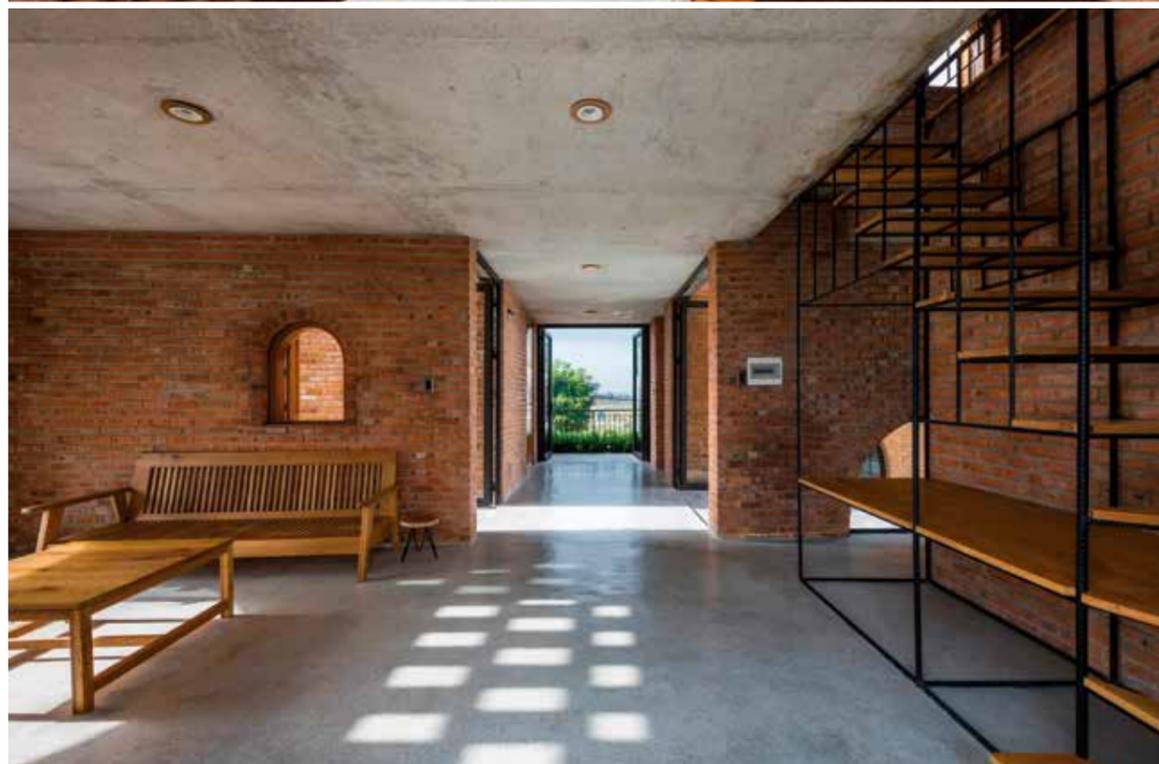
### UMA FRESCURA QUASE LITERÁRIA

Uma casa para quatro pessoas (pais e dois filhos), combinada com uma cafeteria, localizada em Da Nang, no Vietnã, e projetada pela Tropical Space em 2018. O projeto é construído com tijolos de barro local, que trazem uma sensação familiar de frescura, e tem uma forma arquitetônica que relembra um relógio de cuco. Daí o nome. A moradia inclui três blocos, ligados entre si pelas camadas intermédias,

### AN ALMOST LITERARY FRESHNESS

A house for four people (parents and two children), combined with a coffee shop, located in Da Nang, Vietnam, and designed by Tropical Space in 2018. The project is built with local clay bricks, that bring a familiar sense of coolness, and boasts an architectural form reminiscent of a cuckoo clock. Hence the name. The house includes three blocks, linked together by buffer layers, strategically placed on another





estrategicamente colocados num outro bloco rectangular que funciona como base. É neste último que funciona uma espécie de sala de estar com jardim, que tanto é interior como exterior. Os arcos e paredes mantêm as atividades da família privadas, sem perigo de se tornarem claustrofóbicas. A brisa que percorre os cantos da casa é relaxante e traz ao sítio um clima tropical de verão, quase divinal.

rectangular block that functions as a base. It is in the latter that we find the living room, with its indoor space and outdoor garden area. The arches and walls keep the family's activities private, without danger of becoming claustrophobic. The breeze that runs through every part of the house is relaxing and cools the tropical summer.

[WWW.TROPICALSPACEIL.COM](http://WWW.TROPICALSPACEIL.COM)

Crie uma **afirmação estética**



### **A diferença é Gaggenau.**

Individualmente perfeitos. Juntos, extraordinários.

A cozinha moderna representa, nos nossos dias, uma interação harmoniosa entre a arte e o gosto de cozinhar.

Os eletrodomésticos Gaggenau inspiram-nos a uma cozinha excepcional e, ao mesmo tempo, através da sua estética e design celebram uma fusão única entre a função e a forma. Escolhendo de uma paleta de materiais autênticos, cada série de aparelhos Gaggenau oferece destaques chave que revelam uma visão clara para qualquer espaço, seja um ambiente social amplamente aberto ou um recinto dedicado à criação culinária.

Concebidos para estarem juntos, os aparelhos Gaggenau complementam-se perfeitamente de forma funcional e visual, ligando espaços e sentidos. Expanda a sua imaginação em <https://www.gaggenau.com/pt/>

**GAGGENAU**



# Villa M

T MARIA CRUZ © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## NATUREZA E SAÚDE CIDADINAS

Pensada e desenhada como um manifesto arquitetónico naturalista, a Villa M, localizada no Boulevard Pasteur, no bairro parisiense de Montparnasse, em França, é composta por uma área total de 8000 m<sup>2</sup>, e é nada mais, nada menos, do que um edifício construído em aço e betão, com madeira, alumínio e vidro na fachada, tendo como beleza pura as floreiras por todo o prédio, de tons verdes, que abrigam plantas medicinais e árvores frutíferas, captando a atenção de quem passa na rua. Este projeto é assinado por Olivier Raffaëlli e Guillaume Sibaud, do *atelier* Triptyque Architecture, e a direção de projeto e arte dos espaços esteve a cargo do famoso Philippe Starck. A Villa M surge como um projeto que interliga a cidade, a natureza e a saúde. O edifício incluiu um hotel, um *coworking* e um centro dinâmico direcionado para os cuidados de saúde. A geometria do prédio é formada por vigas metálicas, possui um visual leve e minimalista, o jardim vertical ocupa toda a fachada, os móveis contemporâneos compõem-na e o sentido ecológico está totalmente presente na Villa M. Para concluir, do cimo do RoofTop, a vista incrível para a Torre Eiffel torna o projeto ainda mais apelativo.

## URBAN NATURE AND HEALTH

Conceived and designed as a naturalistic architectural manifesto, Villa M, located on Boulevard Pasteur, in the Parisian neighbourhood of Montparnasse, in France, covers a total area of 8000 sqm. Constructed of steel and concrete, with wood, aluminium and glass on the facade, the building reveals its pure beauty in flowerbeds throughout its spaces, in green hues, which have been planted with medicinal plants and fruit trees, capturing the attention of those passing on the street. This project is the creation of Olivier Raffaëlli and Guillaume Sibaud, from the Triptyque Architecture studio, while art direction and architectural space design was provided by the famous Philippe Starck. Villa M emerges as a project that interconnects city, nature and health. The building includes a hotel, a coworking centre and a dynamic centre for healthcare. With its light and minimalist look, the geometry of the building is formed by metal beams, while a vertical garden occupies the entire facade. Inside Villa M, contemporary furniture makes its presence strongly felt, as does the project's ecological sense. To conclude, from the top of the rooftop, the incredible view of the Eiffel Tower makes the project even more appealing.

WWW.TRIPTYQUE.COM



# New River Train Observation Tower

T JOANA REBELO © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## ONDE O FUTURO ACONTECE

O que aparentemente poderia ser uma simples torre de observação de comboios é, na verdade, um projeto inovador, tendo resultado de um trabalho desenvolvido por professores e estudantes da universidade de Virginia Tech. Na cidade de Radford, Virgínia, foi recentemente concluído um projeto que conjuga madeira de ponta com métodos inovadores de montagem e que resultou de uma abordagem única, em que a investigação interdisciplinar da universidade serviu de apoio para uma construção de baixo carbono. O passado industrial da cidade vai sendo, aos poucos, apagado por projetos inovadores como este, de quase 23 m<sup>2</sup> por 10 m de altura. Edward Becker e Kay Edge foram os arquitetos que estiveram por detrás da criação e que reconheceram na madeira laminada o segredo sustentável da New River Train Observation Tower.

## WHERE THE FUTURE HAPPENS

What apparently could be a simple train observation tower is, in fact, an innovative project, resulting from a work developed by professors and students at Virginia Tech University. In Radford, Virginia, a project combining state-of-the-art timber and innovative assembly methods has recently been completed. This is the result of a unique approach, where interdisciplinary research from the university has provided support for a low-carbon construction. The city's industrial past is slowly being erased by innovative projects such as this one, almost 23 sqm by 10 m high. Edward Becker and Kay Edge were the architects behind the creation and who saw laminated wood as the sustainable secret of the New River Train Observation Tower.

[WWW.ARCHDESIGN.CAUS.VT.EDU](http://WWW.ARCHDESIGN.CAUS.VT.EDU)



talking to:

# VÍTOR VITORINO

T MARIA CRUZ | NUNO ALMENDRA

## “Vivo intensamente todas as horas da arquitetura”

Descontraído, conversador e ousado nos seus projetos, Vítor Vitorino cedo se apaixonou pela dança, mas foi na arquitetura que apostou tudo. Hoje, é reconhecido pelos muitos projetos que desenvolveu ao longo da carreira. Vitorino pensa muito além. Viaja em busca de mais conhecimento, gosta de conhecer outras culturas e encanta-se com projetos arquitetónicos de todo o mundo. Inspira-se no que vê, com o que sente e no inesperado. Desafia a sua criatividade sempre que surge um novo projeto, levando consigo a experiência de mais de 20 anos. Gosta de passar despercebido, ainda que, atualmente, se veja a ser mais falado por ter a seu cargo o projeto da moradia de Cristiano Ronaldo, em Cascais. Não se define enquanto estilo, porque facilmente se adapta ao que o cliente procura. Vive para a arquitetura. Mas tem em mente um dia ‘desligar a ficha’ e ter mais tempo para fazer o que também o preenche, a canoagem, que sempre que possível pratica. Em entrevista à **TRENDS**, falou do antes, do agora e do futuro. Vamos conhecê-lo, nas linhas que se seguem e no vídeo da entrevista, disponível *online*.

## “I live every hour of architecture intensely”

Chilled, chatty and daring in his projects, Vítor Vitorino fell in love with dance early on, but it was in architecture that he chose to commit himself to. Today, he is recognised for the many projects he has developed throughout his career. Vitorino's thoughts take him beyond normal bounds. He travels in search for more knowledge, likes to get to know other cultures and is fascinated by architectural projects from all over the world. He gets his inspiration from what he sees, from what he feels and from the unexpected. He challenges his creativity whenever a new project arises, bringing with him the experience of more than 20 years. He likes to go unnoticed, even though he currently is more talked about because he is in charge of the project for Cristiano Ronaldo's property in Cascais. He doesn't define himself with a style, because he easily adapts to what the client is looking for. He lives for architecture. But he has in mind to one day 'switch off' and have more time to do what also fulfils him, canoeing, which he practises whenever possible. In an interview with **TRENDS**, he spoke about the before, the now and the future. Let's get to know him in the following lines and in the video interview, available online.

### Sempre sonhou com arquitetura?

Sempre. Desde muito jovem. O meu pai era desenhador de construção civil (nome do antigo curso). Sempre vivi no meio dos projetos e, apesar de ter havido um tempo em que me afastei um pouco, até mesmo da escola, o meu primeiro projeto foi aos 13 anos. Estive um tempo envolvido na dança, mas depois houve um dia em que tive de abandonar completamente a parte da dança e seguir arquitetura. Já não dava para criar as duas coisas.

### Aos 13 anos, criou o primeiro projeto. Que projeto era esse?

Uma moradia, em Vila Chã. Gostava de ir para o escritório fazer o desenho e, por isso, comecei cedo o meu gosto por criar. Além disso, tinha tios que eram ligados às artes, às pinturas, e que, de certa forma, me incentivaram e ajudaram, inclusive, na altura da faculdade. Eu era muito preguiçoso, sempre fui um baldas e nunca gostei de estudar [risos]. Só tinha mesmo o objetivo de ter o curso para poder exercer, porque a vocação eu já a tinha. Se não fosse necessário, acho que não o tinha concluído. Sinceramente, não consigo retirar nada de um curso de arquitetura, e lamento o que digo, mas é uma realidade. Acho que o que se ensina não é aquilo que é a vida real, e é pena.

### Qual é o traço do VVARQ?

Neste momento, nem me consigo definir num estilo. Por exemplo, estou a fazer algumas casas de betão à vista que nunca pensei fazer, porque não gostava, e estou a gostar da mistura da madeira com o betão. Outras vezes, tento contrariar com mármore. Num dos meus projetos em Cascais, na Quinta da Marinha, estou a trabalhar com o travertino cinzento, mas regoado, com ácidos, para ir buscar a textura e a cor do betão, e estou também a trabalhar com o pau rosa.

### Quais são os principais desafios que o arquiteto encontra durante o tempo em que está a idealizar o projeto e, depois, no acompanhamento desse mesmo projeto, mas já no terreno?

Temos vários desafios. Só começo a criar um projeto quando já o tenho na cabeça. Em primeiro lugar, crio algo tridimensional, depois vou para o computador e vou pensando, vou vivendo naquilo, e só quando sinto que aquela casa poderia ser a minha casa e que, por aquilo que eu absorvi dos clientes, poderia ser a casa deles também, é que eu o apresento. Às vezes, é engraçado como, com projetos tão simples, casas tão pequenas, eu estou imenso tempo até sentir o clique e, por outro lado, de repente, com casas enormes, sento-me e... [o que eu vou dizer não devia dizer [risos]] numa tarde faço o projeto. Na realidade, não o fiz numa tarde, se calhar, andei a pensá-lo desde o dia em que tive a primeira reunião com o cliente, e aquela casa passou à frente das outras todas, porque, naquele dia, houve um clique. Então, a vontade é sair do resto e entrar naquele momento. E é giro, porque, por vezes, as pessoas dizem:

“Ainda agora recebeste o convite para este projeto e já está pronto...!”. É a arte de quem cria. Acho que quem me procura sabe como é que eu trabalho. E eu não gosto de abandonar os meus projetos, gosto de os levar até ao fim. Só vivo com as obras, não consigo ficar sem lá ir todos os dias. Os meus amigos são os encarregados, os engenheiros e todo o pessoal que trabalha na obra. Isso é a minha vida. É o que me apaixona mais. Ao fim da tarde, vou ao ginásio, ‘desligo a ficha’ e, depois de jantar, volto a ligar, pela noite dentro.

## “Sei que muitos dos convites têm vindo pelo facto de eu estar, neste momento, a trabalhar com a figura Cristiano Ronaldo”

### Alguma vez imaginou ver o salto que a sua vida deu, no que toca à arquitetura?

Sei que muitos dos convites têm vindo pelo facto de eu estar, neste momento, a trabalhar com a figura Cristiano Ronaldo. Estou a fazer a casa dele, mas não gosto desse rótulo. Tudo o que tenho alcançado não tem apenas que ver com o trabalho que tenho feito com ele, ao longo destes quatro anos. Já fiz algumas coisas com ele, é certo, desde o apartamento de Lisboa, do Castilho, a famosa *marquise*; à casa de Cascais e à de Turim. Mas, antes de haver Cristiano, já havia o Vítor e o Vítor sempre foi assim. Já fazia casas incríveis e já tinha projetos a desenvolver em obra. Agradeço-lhe tudo o que tem surgido e as facilidades, porque, como sabemos, é a figura que é, mas, para mim, até não é o principal. Apreendi a controlar o ego e isso é algo que lhe agradeço muito, porque trabalhar o ego talvez seja a coisa mais difícil na vida e ele é o maior exemplo de quem o consegue fazer. Eu fui obrigado a controlar o meu, desliguei dessa explosão do nome, por vezes, até me esqueço de que estou a trabalhar para o Cristiano Ronaldo.

### Sonhamos com casas deslumbrantes, grandes, boas áreas, jardim, design. Aos seus olhos que importância tem hoje a casa na vida das pessoas?

90% das minhas casas tem um programa. Costumo dizer que é o programa do sonho, para as famílias que atingem o sonho e o objetivo da vida delas, de chegarem àquele ponto, de construírem uma casa com tudo, que lhes proporciona qualidade de vida. Dá-me muito prazer fazer esses estilos de casas. Se formos a falar em termos de áreas, acho que a casa mais confortável é uma casa com 300 m<sup>2</sup> no máximo. Aliás, nem consigo perceber como é que as pessoas conseguem viver em casas tão grandes. Mas, quando as casas têm muita luz, muita vivência, e são muito transparentes com a natureza, é incrível. Tenho uma casa, foi a minha primeira grande casa, que está em Penha Longa e é um projeto incrível. Aquilo é uma transparência, estás no meio da natureza, a casa tem vidro de um lado, do outro,

rocha de um lado, jardim do outro, até nos esquecemos de que estamos dentro de uma casa com dois mil e tal metros quadrados.

#### **Durante o processo criativo, qual é o fator que mais tem em conta?**

A arrumação/conforto. Devem-se marcar bem os espaços e os ambientes, para que os espaços não sejam exageradamente grandes, perdidos, áreas vazias, com falta de arrumação. As casas vão evoluindo conforme o pensamento e vivências das pessoas. Hoje, é engraçado perceber que já não chega uma cozinha, têm de ser duas. Antigamente, havia a cozinha do anexo e a cozinha de casa, que praticamente não se usava, para se manter limpa. Atualmente, existe a cozinha do *chef*, a cozinha limpa, o *show cooking*, que é na zona de jantar [uma novidade que toda a gente quer, para poder chamar um *chef* a casa, para servir um *sushi*, por exemplo]. E isto é evoluir. É quase trazer a hotelaria para dentro de casa. Havendo possibilidade, é maravilhoso.

### **“Atualmente, existe a cozinha do chef, a cozinha limpa, o show cooking, que é na zona de jantar. E isto é evoluir”**

#### **Nesta edição da TRENDS temos um especial “A cozinha do chef”. No seguimento da resposta anterior, leva-nos a questionar se hoje já se pensa um projeto arquitetónico a partir do conceito da cozinha?**

Sim, muitos começam por aí. Inclusive até já tenho incluído, em apartamentos novos, a cozinha do *chef*. É aquele espaço onde se confeciona o assado, os fritos, aquilo que deixa mais cheiro, e onde a própria cozinha tem um conceito mais industrial. Utilizam-se materiais que podem não ser tão bonitos, mas são mais resistentes, assim como os equipamentos. Depois, há a outra cozinha, a chamada cozinha limpa, a bonita, que vai durar mais, porque não se estraga tanto. Eu aprendi a dar valor à cozinha, antes não o fazia tanto. Realmente

é uma área que se estraga muito, por isso é necessário ter cuidado, e eu tento demonstrar isso ao cliente, por ser um espaço da casa em que se deve mesmo investir.

#### **O tempo é o seu maior amigo ou inimigo?**

Amigo. Tenho tempo para tudo. Vou duas vezes por dia ao ginásio [*risos*]. Como vivo muito sozinho, na solidão, no meu espaço, o tempo dura-me mais. Se todos os dias tivesse de fazer o papel de pai, não teria tanto tempo, mas acho que o meu filho me vai desculpar por isso.

#### **Vê-se a fazer arquitetura até quando?**

Vou dizer uma coisa, não sei se vai acontecer, mas, daqui a cinco ou seis anos, cá estaremos para falar. Eu gostava de um dia ‘desligar a ficha’. De poder fazer só para mim, só criar. Gostava de chegar a esse ponto. Sei que é muito difícil dizer “não”, mas gostava que assim fosse. Gostava de um dia andar a caminhar no Gerês, fazer canoagem de manhã à noite e visitar as casas que projetei. Têm sido muito intensos estes anos, temos de saber lidar com muitas artes, muitas especialidades, muitas pessoas, com muita gente que falha, muitos atrasos, muita pressão... E isso é muito desgastante, principalmente quando tens 30/40 obras em curso.

#### **Que olhar tem sobre o futuro da arquitetura e nomeadamente dos arquitetos?**

Tenho visto, cada vez mais, projetos espetaculares e gente fantástica a fazer coisas incríveis. Cada vez se veem mais definições dos estilos. Nem toda a gente é como eu, que se adapta, não, alguns marcam o seu estilo e é aquilo, e as pessoas recorrer a eles porque eles têm uma linguagem própria. Uns porque gostam mais do betão, outros mais de madeira, etc. Acho que em termos de arquitetura é tudo para melhorar. Hoje, tudo tem regras. Apesar de não ser uma profissão fácil, e isso nota-se logo na faculdade. Começa-se com 12 turmas, no primeiro ano, e, no último, só existem duas. As outras 10 vão desistindo. Porque já o curso é muito intenso. Tem mesmo de haver uma paixão.

#### **Have you always dreamed about architecture?**

Always. Ever since I was very young. My father was a ‘civil construction designer’ (as they used to call the course in Portugal). I have always lived amidst projects and, although there was a time when I pulled back a bit, even from school, my first project was when I was 13. I was involved in dance for a while, but then there came a day when I had to completely abandon the dance part and follow architecture. I just couldn’t create both things anymore.

#### **You created your first project at the age of 13. What project was it?**

A house, in Vila Chã. I liked going to the office to draw, so my taste for creating started early on. What’s more, I had uncles that were connected to the arts, to paintings, and who, in a certain way, encouraged and helped me, even during university. I was very lazy; I was always a slacker and I never liked to study [*laughs*]. I just wanted to get the degree so that I could practice, because I already had the vocation. If it hadn’t been necessary, I don’t think I would have finished it. Honestly, I can’t get anything out of a course in architecture, and I’m sorry to say this, but it’s a fact. I don’t think what you’re taught is what real life is about, and that’s a shame.

#### **What is the VVARQ style?**

Right now, I can’t even define myself with a style. For example, I’m doing some exposed concrete houses that I never thought I would do, because I didn’t like it, and I’m enjoying the mix of wood and concrete. Other times, I try to counter it with marbles. In one of my projects in Cascais, in Quinta da Marinha, I’m working with grey travertine, but doused with acids, to get the texture and colour of concrete, and I’m also working with pau rosa wood.

#### **What are the main challenges that an architect encounters during the time he is designing the project and, afterwards, when following up on that same project, but already on site?**

We have several challenges. I only start creating a project when I already have it in my head. First of all, I create something three-dimensional, then I go to the computer and think about it, I live in it, and only when I feel that that house could be my house and that, because of what I’ve absorbed from the clients, it could also be their house, will I present it. Sometimes it’s funny how, with such simple projects, such small houses, it takes me a long time before I feel the click and, on the other hand, suddenly, with huge houses, I sit down and... [I shouldn’t say what I’m going to say [*he laughs*]] I do the project in one afternoon. Actually, I didn’t do it in one afternoon, maybe I was thinking about it since the day when I had the first meeting with the client, and that house overtook all the others, because, on that day, there was a click. So, the desire is to get out of the rest and enter that moment. And it’s funny, because sometimes people say: “You’ve only just got the invitation for this project and it’s already

done...!”. That’s the art of anyone who creates.

I think those who come to me know how I work. And I don’t like to abandon my projects, I like to carry them through to the end. I only live with the works; I can’t not go there every day. My friends are the foremen, the engineers and all the staff who work on the site. That is my life. That’s what I’m most passionate about. In the evening, I go to the gym, ‘switch off’ and, after dinner, I switch on again, late into the night.

#### **Did you ever imagine the leap that your life has taken when it comes to architecture?**

I know that a lot of the invitations have come because I’m working with Cristiano Ronaldo at the moment. I’m doing his house, but I don’t like that label. All I have achieved hasn’t only to do with the work I have done with him over these four years. I’ve already done some things with him, it’s true, from the Castilho apartment in Lisbon, with its famous sunroom; to the house in Cascais and the one in Turin. But, before there was Cristiano, Vítor was already there and Vítor has always been like that. He was already making incredible houses and already had projects to develop on site. I am grateful to him for everything that has come up and the conveniences, because, as we know, he is the figure that he is, but, for me, that isn’t, in fact, the main thing. I have learned to control my ego and that’s another thing I’m very grateful to him for, because working on the ego is perhaps the most difficult thing in life and he is the greatest example of someone who can do it. I was forced to control mine, I switched off from that explosion of the name, sometimes I even forget that I’m working for Cristiano Ronaldo.

### **“I know that a lot of the invitations have come about because I’m working with Cristiano Ronaldo at the moment”**

#### **We dream of stunning houses, big, good areas, garden, design. In your opinion, what importance do houses have in people’s lives today?**

90% of my houses have a programme. I usually say it’s the dream programme, for the families that achieve their dream and their goal in life, to get to that point, to build a house with everything, that gives them quality of life. It gives me a lot of pleasure to do those styles of houses. If we talk in terms of areas, I think the most comfortable house is a house with 300 m<sup>2</sup> at the most. In fact, I can’t even understand how people manage to live in such big houses. But when the houses have lots of light, lots of life, and are very transparent with nature, it’s amazing. I have a house, it was my first big house, which is in Penha Longa, and it is an incredible project. The house has glass on one side, rock on the other, garden on the other, you even forget that you’re inside a house that is two thousand and something square metres large.



**What is the factor that you take into account most during the creative process?**

Storage/comfort. The spaces and environments have to be well marked out, so that the spaces are not exaggeratedly large, lost, empty areas, with a lack of storage. Houses evolve according to people's thoughts and experiences. It's funny to realise that nowadays one kitchen is no longer enough, there have to be two. In the old days, there was the kitchen annex and the house kitchen, which was practically unused, to keep it clean. Nowadays, there's the chef's kitchen, the clean kitchen, the show cooking area, which is in the dining area [a new feature that everyone wants, to be able to call a chef to their home, to serve sushi, for example]. And this is evolving. It's almost like bringing the hotel into the house. If it is possible, it's wonderful.

**“Nowadays, there's the chef's kitchen, the clean kitchen, the show cooking area, which is in the dining area. And this is evolving.”**

**This issue of TRENDS features “The chef's kitchen” special. In light of the previous answer, it makes us wonder if nowadays an architectural project develops from the concept of the kitchen?**

Yes, many begin from there. I even have already included the chef's kitchen in new apartments. It's that space where the roast is prepared, the fried food, the things that leave the most smell, and where the kitchen itself has a more industrial concept. Here, materials are used that may not be as beautiful, but more resistant, just as the equipment. Then there is the other kitchen, the so-called clean kitchen, the beautiful one, which will last longer, because it isn't used as much. I've learnt to value the kitchen, before I didn't do it so much. It really is an area that has a lot of wear, so you have to be careful,

and I try to show that to the client, because this is an area of the house in which you really have to invest.

**Is time your greatest friend or enemy?**

Friend. I have time for everything. I go to the gym twice a day [he laughs]. Because I live on my own a lot, in solitude, in my space, time lasts longer. If I had to play the role of a father every day, I wouldn't have so much time, but I think my son will forgive me for that.

**Until when do you see yourself doing architecture?**

I'll tell you something, I don't know if it will happen, but in five or six years from now let's meet again to talk. I would like to 'pull the plug' one day. To be able to do things just for me, just to create. I'd like to get to that point. I know it's very difficult to say “no”, but I'd like it to be that way. I'd like to go walking in Gerês one day, canoeing all day long, visit the houses I have designed. These years have been very intense, we have to know how to deal with many arts, many specialities, many people, with many people who get things wrong, many delays, a lot of pressure... And that's very stressful, especially when you have 30/40 projects underway.

**What is your view of the future of architecture and namely for architects?**

I have increasingly seen spectacular projects and great people doing amazing things. You see more and more definitions of styles. Not everyone is like me, who adapts, no, some pick their style and that's it, and people go to them because they have their own language. Some because they like concrete more, others like wood more, etc. I think that in terms of architecture it's all about improving. Nowadays, everything has rules. Apart from not being an easy profession, and you can see that right from university. You start with 12 classes in the first year, and by the last year there are only two. The other 10 drop out. Because the course is very intense. You really have to have a passion.

Entrevista na íntegra: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)  
Full Interview: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)



# FROM COOKING TO AMAZING



Nem sempre tem a mesma vontade de cozinhar. o que é normal. Por isso é que, na **Haier**, desenvolvemos um conjunto de tecnologias a que chamamos COOK WITH ME, que o podem acompanhar sempre, independentemente do seu estado de espírito na cozinha. Receitas mais complexas ou técnicas de culinária fora do comum, não há desafio culinário que não possa ser enfrentado. Desenvolvidas à medida para qualquer situação e momento da sua vida, as tecnologias COOK WITH ME, incluem a Preci Taste®, a Preci Probe, centenas de receitas na app e ainda funções para cozinhar a vapor, e vão ser o seu assistente de cozinha perfeito para todas as experiências que quer pôr em prática.



Descarregue a App hOn e controle as funcionalidades da sua cozinha



More on [www.haier.pt](http://www.haier.pt)

# Haier



INTERIORS





# Son Fogueró Retreat

T FIDOMENA ABREU | MAURICIO FUERTES

## COMPROMISSO COM O BEM-ESTAR

Empatia, Harmonia, Serenidade, Simpatia, Fluxo, Realização, Amor, Relaxamento, Prazer, Calma, Gratidão e Bondade – os 12 nomes atribuídos aos quartos do hotel Son Fogueró Retreat, qual declaração de intenções para este retiro de saúde holístico em Santa María del Camí, no coração de Palma de Maiorca, em Espanha, a apenas a 3 km de Sineu, uma aldeia encantadora. Foi projetado como um refúgio que ajuda a redefinir-se e a redescobrir-se. Os quartos foram concebidos como peças de arte únicas, reunidas por áreas comuns, como uma sala de estar com uma grande lareira e um piano, uma sala de jantar de verão, extensos jardins e uma piscina com um bar que serve alimentos saudáveis e nutritivos. O *design* foi desenvolvido pelo proprietário do hotel, David Jofra, fundador da empresa internacional de móveis Dareels, e pela sua equipa. O conceito de Son Fogueró vai além de alguns dias de relaxamento. O compromisso com uma dieta saudável e nutritiva, tanto para o corpo como para a mente, garante o uso mais sustentável possível da energia, enquanto respira numa atmosfera cheia de saúde e amor.

## COMMITMENT TO WELLNESS

Empathy, Harmony, Serenity, Sympathy, Flow, Fulfilment, Love, Relaxation, Pleasure, Calm, Gratitude and Kindness – these are the 12 names assigned to the rooms of the Son Fogueró Retreat hotel, as a statement of intent for this holistic health retreat in Maria de la Salut, in the heart of Mallorca in Spain, just 3 km from the charming town of Sineu. It was designed to be a haven that helps you redefine and rediscover yourself. The rooms are created as unique pieces of art, brought together by common areas, such as a living room with a large fireplace and a piano, a summer dining room, extensive gardens and a swimming pool with a bar serving healthy and nutritious food. The design was developed by the hotel's owner, David Jofra, founder of the international furniture company Dareels, and his team. Son Fogueró's concept goes beyond a few days of relaxation. The commitment to a healthy and nutritious diet for both body and mind ensures the most sustainable use of energy possible, while breathing in an atmosphere full of health and love.

WWW.DAREELS.COM

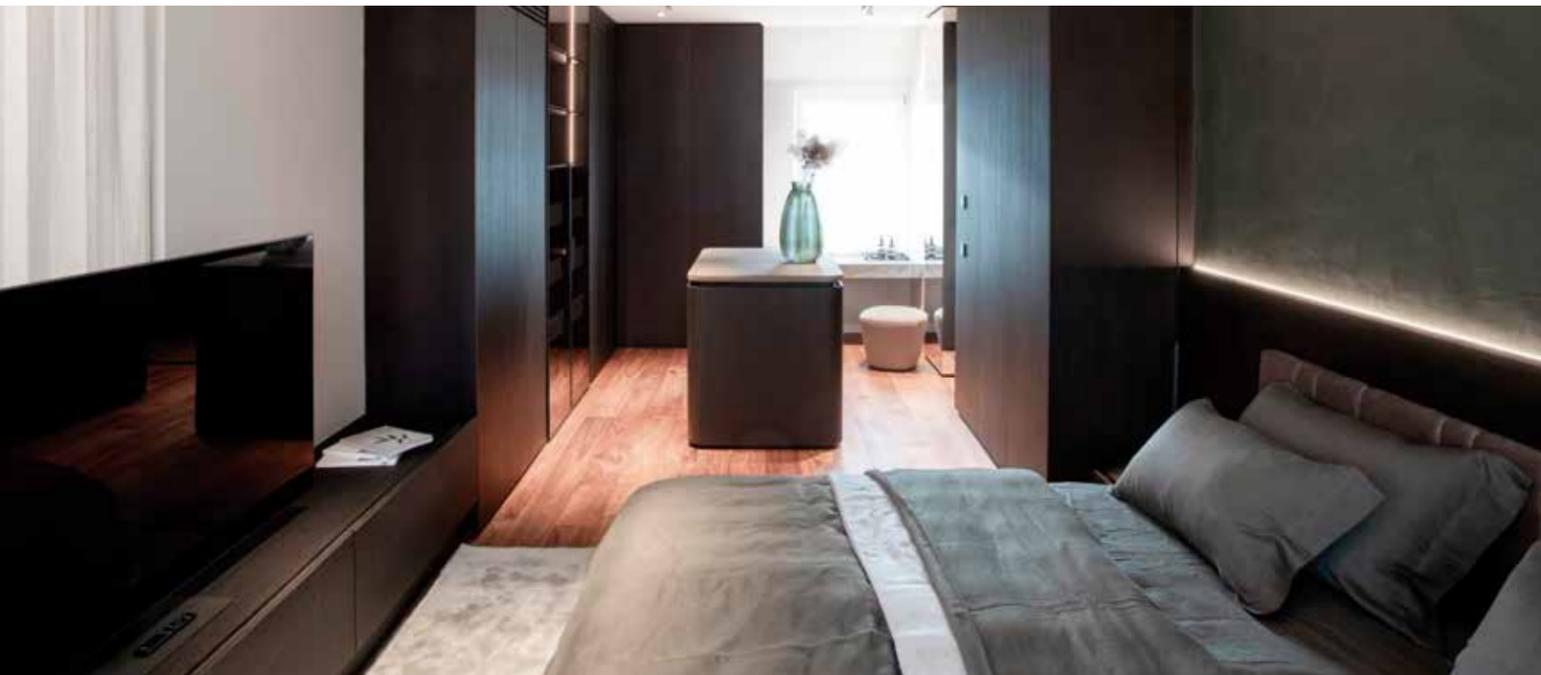


# Penthouse O

T MARIA CRUZ    JÜRGEN GRÜNWARD

## ATRIBUTO AO LUXO E BELEZA SIMPLES

Com vista sobre a torre do Danúbio, o monte Kahlenberg e a cidade de Viena, na Áustria, a Penthouse O é um atributo ao luxo e à beleza simples. Falamos de um apartamento familiar *duplex*, com 500 m<sup>2</sup>, cujo jardim na cobertura inclui a zona da piscina e um espaço de repouso. No que toca ao *design* de interiores, a antracite é a cor que define o interior da habitação. E são os tons finos que concebem a atmosfera calma ao local. Cada quarto tem saída para o terraço, individual; na sala de estar, a lareira, aberta do chão ao teto, funciona como prateleira na parte de trás, transmitindo amplitude; e na cozinha, feita de grés porcelânico, é onde se encontra a adega de vidro, e de onde se tem acesso ao piso superior. O projeto criado pelo estúdio destilat, empresa com forte presença internacional no *design* de interiores e de mobiliário, adaptou um *design* muito próprio e completo, desde a escolha das loiças, dos talheres, aos têxteis. Este não podia deixar de ser mais um projeto com grandes emoções, em todos os sentidos.

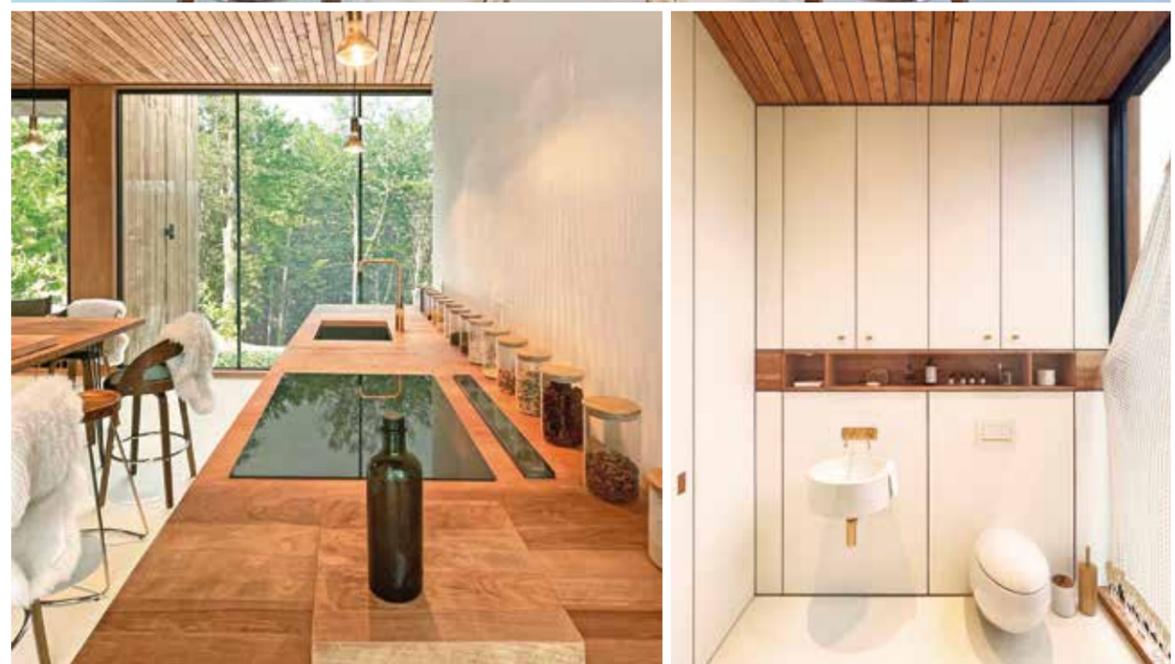


## A TRIBUTE TO LUXURY AND SIMPLE BEAUTY

With a view over the Danube Tower, Kahlenberg Mountain and the city of Vienna, in Austria, Penthouse O is an attribute to luxury and simple beauty. We are talking about a 500-sqm duplex family flat, whose roof garden includes the pool area and a space for relaxation. When it comes to the interior design, anthracite is the home's defining colour. And it is the chilled colour palette that create the calm atmosphere of this place. Each bedroom has its own exit to the terrace; in the living room, the floor to ceiling open fireplace doubles up as a shelf on its back, transmitting amplitude; and the kitchen, featuring porcelain stoneware, is where you can find the glass wine cabinet, which backs on to the staircase to the upper floor. The project created by destilat studio, a company with a strong international presence in interior design and furniture, adapted a very particular and comprehensive design, from the choice of crockery and cutlery to textiles. This could be nothing else but another project with great emotions, in all senses.

[WWW.DESTILAT.AT](http://WWW.DESTILAT.AT)





# La Cadrée Perchée

T FILOMENA ABREU    PIER-OLIVIER LEPAGE

## O ESSENCIAL ESTÁ À VISTA

A casa de oito quartos, aninhada no bosque, mergulha todos os seus ocupantes na natureza. La Cadrée Perchée é um oásis em Morin-Heights, escondido nas Montanhas Laurentian, no norte de Montreal, Canadá. Projetada por Pier-Olivier Lepage, fundador da L' Empreinte Design Architecture, para seu próprio uso, a residência mostra como a arquitetura e a natureza se podem combinar para equilibrar o bem-estar dos seus moradores.

A madeira reveste o exterior, quase camuflando a casa. Mas o exterior também é introduzido no interior. As vistas panorâmicas ao ar livre são abundantes, graças às grandes janelas com vista para as copas das árvores, e as vistas este-oeste revelam o nascer e o pôr do sol. Cores quentes e neutras criam continuidade, enquanto pisos de concreto branqueado e tetos de madeira simplificam o esquema de cores.

## THE ESSENTIALS ARE PLAIN TO SEE

Nestled in the woods, the eight-bedroom house immerses all its occupants in nature. La Cadrée Perchée is an oasis in Morin-Heights, tucked away in the Laurentian Mountains north of Montreal, Canada. Designed by Pier-Olivier Lepage, founder of L' Empreinte Design Architecture, for his own use, the residence shows how architecture and nature can combine to balance the well-being of its residents. The exterior is clad with wood, almost camouflaging the house. But the exterior is also introduced in the interior. There is an abundance of panoramic views to the outside, thanks to large windows overlooking the treetops, and the east-west views include sunrises and sunsets. Warm, neutral colours create continuity, while whitened concrete floors and wooden ceilings simplify the colour scheme.

WWW.LEMPREINTE.CA



## The Courtyard Residence

T JOANA REBELO    PETER BENNETTS

### UM JOGO DE SIMETRIAS

De expressões calmas e funções perfeitas, apresenta-se a Courtyard Residence, uma casa minimalista localizada em Melbourne, na Austrália. Como forma de deleite prismático, a FGR Architects projetou uma residência inspirada na geometria e na luz natural, que preenche todos os espaços onde o vidro se apodera das paredes. Fala-se de um projeto de aparência misteriosa, composto por camadas retangulares geometricamente perfeitas. O quente floresce dos raios de sol que transpõem os vidros lúcidos e é assim que se cria um ambiente acolhedor e natural. Lá fora, a paisagem é urbana, mas a experiência única que se pretende proporcionar vive-se no interior, com a privacidade necessária. Isolada do exterior, a casa convive com a luz, sombra e reflexo, que lhe conferem elegância.

Janelas de aço requintadas e madeiras bem escolhidas foram dois elementos que garantiram o sucesso do projeto do *atelier*. As paredes de vidro deslizantes permitem acessos flexíveis ao pátio e piscina, mas, aquando de um clima severo, a casa fecha-se em copas, melhorando o seu desempenho térmico. As superfícies são suaves, acabando por contrastar com as madeiras que variam. O segredo foi manter a simplicidade do *design*, que se mostra subtil, sem perder a beleza.

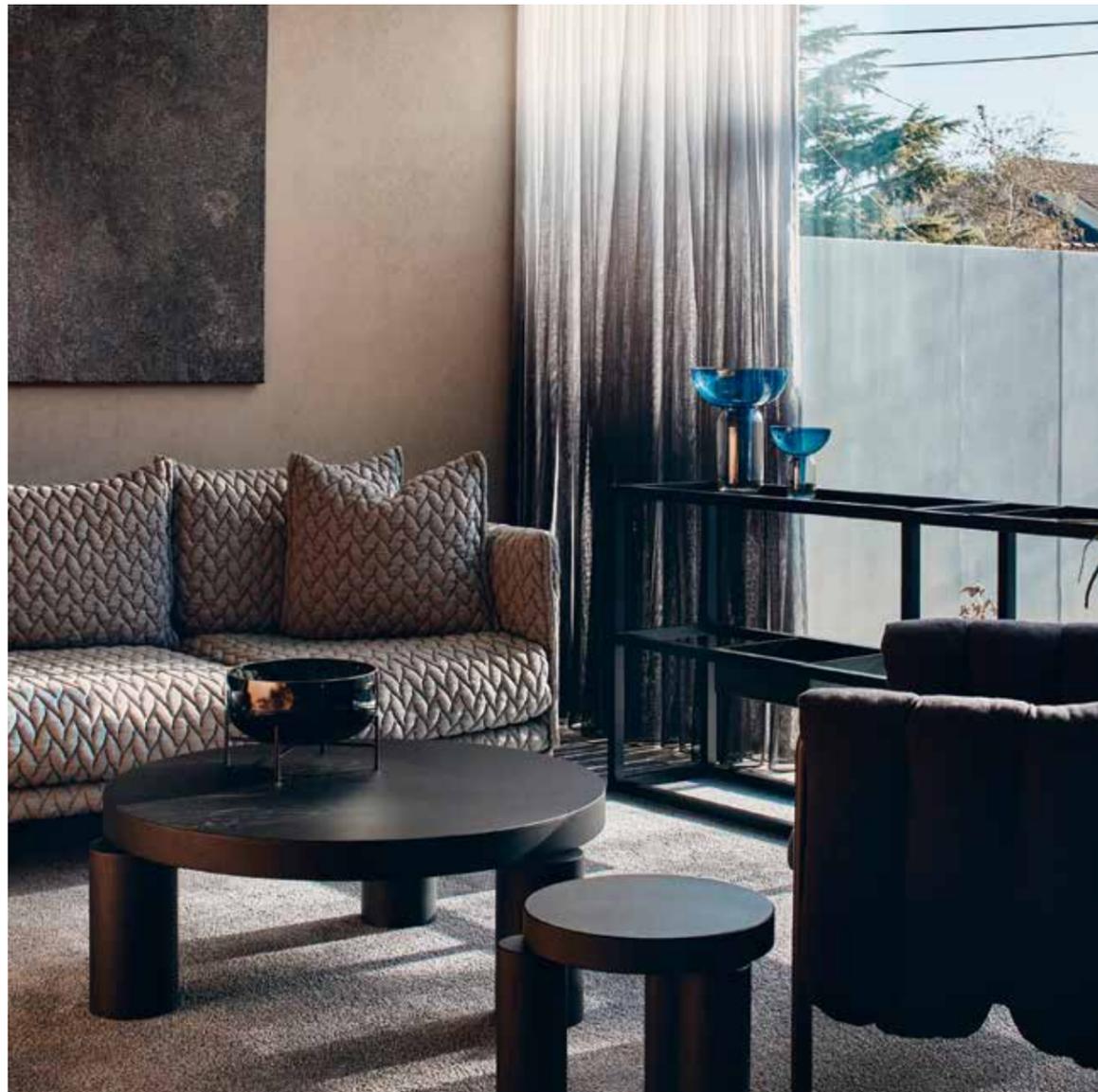


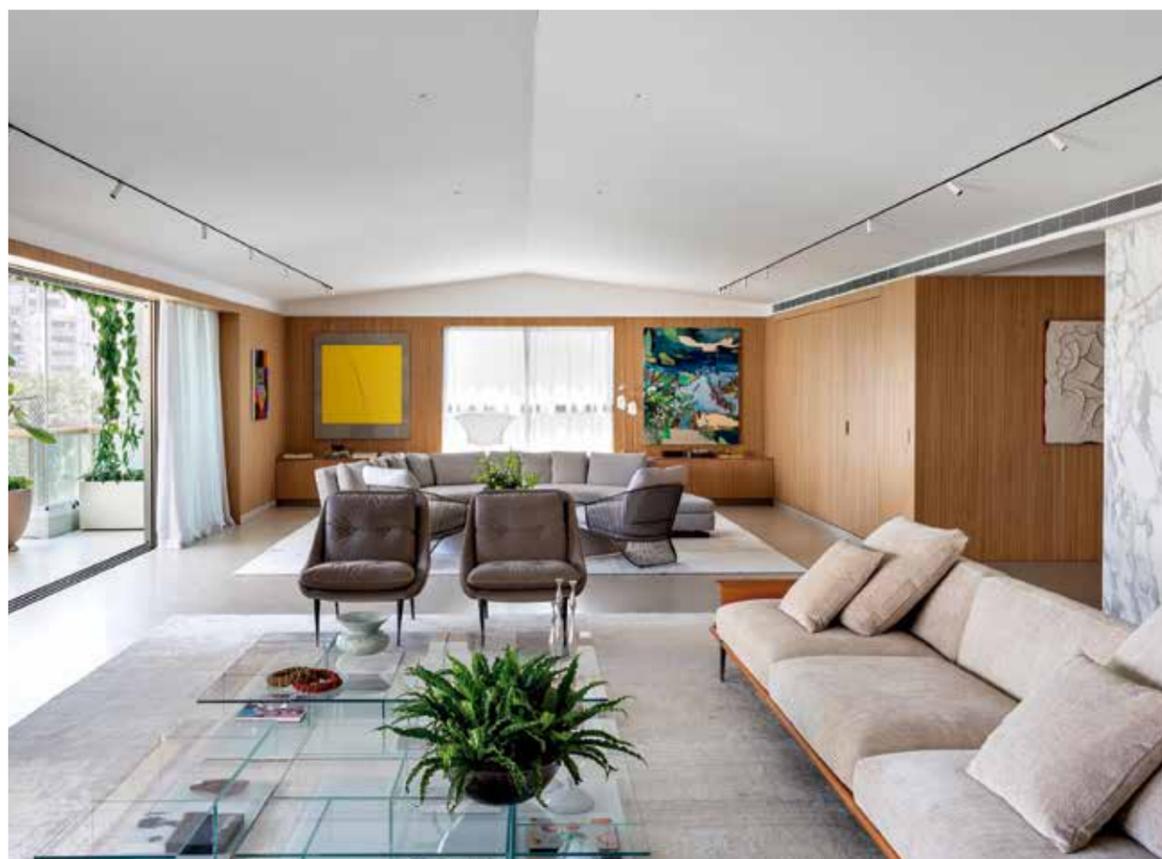
## AN INTERPLAY OF SYMMETRIES

The Courtyard Residence, a minimalist house located in Melbourne, Australia, presents itself with calm expressions and perfect functions. As a form of prismatic delight, FGR Architects designed a residence inspired by geometry and natural light, which fills all spaces where glass takes over the walls. We are talking about a mysterious looking project, composed of geometrically perfect rectangular layers. Warmth blossoms from the sun's rays that pierce through the clear glass, and this is how a cosy, natural ambience is created. Outside, the landscape is urban, but the unique experience that is intended to be provided can be felt inside, with the necessary privacy. Isolated from the outside, the house coexists with light, shadow and reflection, which endow it with elegance.

Gorgeous steel windows and well-chosen woods were two elements that guaranteed the success of the studio's project. The sliding glass walls allow flexible access to the patio and pool, but in severe weather, the house can be closed down, improving its thermal performance. The surfaces are smooth, contrasting with the varying timbers. The secret was to maintain the design's simplicity, which presents itself subtle without losing its beauty.

[WWW.FGRARCHITECTS.COM.AU](http://WWW.FGRARCHITECTS.COM.AU)





## Gar Apartment

T FILOMENA ABREU ■ FRAN PARENTE

### ARTE, FLUIDEZ E LUZ

Com vista privilegiada para o Parque do Povo, o apartamento Gar está localizado num prédio nas margens do Rio Pinheiros, na cidade de São Paulo, Brasil. O desafio dos arquitetos Cesar Coppola e Daniela Coppola, do Coletivo Arquitetos, foi transformar os espaços fragmentados do apartamento numa casa dinâmica para uma família apaixonada por artes. Assim, os espaços tornaram-se fluidos. O teto limpo e branco ilumina-se, e os painéis de madeira ripada revestem as paredes abaixo da altura das vigas. Quadros minimalistas foram usados para expandir a vista do parque, e uma área de transição verde na varanda atrai a natureza para o interior. Na escolha dos materiais, o natural prevaleceu. O mármore de Calacata foi a opção para a caixa central, os pisos são de calcário persa e o carvalho americano define os painéis e móveis.

### ART, FLUIDITY AND LIGHT

With a privileged view over the Parque do Povo, the Gar apartment is located in a building on the banks of the Pinheiros River in São Paulo, Brazil. The challenge for architects Cesar Coppola and Daniela Coppola, from Coletivo Arquitetos, was to transform the apartment's fragmented spaces into a dynamic home for a family passionate about the arts. Thus, the spaces became fluid. The clean, white ceiling lights up, and the slatted wooden panels clad the walls below the height of the beams. Minimalist paintings have been used to expand the view of the park, and a green transition area on the balcony draws nature into the interior. Natural prevailed in the choice of materials. Calacata marble was the choice for the central box, the floors are of Persian limestone and American oak defines the panels and furniture.

[WWW.COLETIVOARQUITETOS.COM](http://WWW.COLETIVOARQUITETOS.COM)



# Can Santacilia

T JOANA REBELO © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## PRESERVAR HISTÓRIA

Com 15 apartamentos e diversas áreas comuns, apresenta-se o edifício residencial Can Santacilia. Estendido por 3300 m<sup>2</sup>, o projeto tomou lugar em Palma de Maiorca, pelas mãos da OHLAB. Com origens no século XII, o edifício tem passado por diversos processos de remodelação, mas foi a OHLAB quem ficou encarregue dos mais recentes aperfeiçoamentos. A fachada e a estrutura original foram preservadas, mas também são mais de 400 anos de história em que, pelo meio, muitas modificações e distorções se sucederam. O compromisso com a responsabilidade histórica foi assumido e, no final, acabou por resultar na criação de espaços inesperados e singulares. O entendimento entre a contemporaneidade e a essência histórica continua a ser um desafio de muitos *designers*, ao passo que o segredo, por vezes, está à vista dos olhos: o conciliar de estilos.

## PRESERVING HISTORY

The Can Santacilia residential building reveals 15 apartments and several communal areas. Spread over 3300 sqm, the project took place in Palma de Mallorca at the hands of OHLAB. With its origins dating back to the 12<sup>th</sup> century, the building has undergone various refurbishment processes, with OHLAB having been in charge of the most recent improvements. The façade and original structure have been preserved, but there are also more than 400 years of history in which many modifications and distortions have taken place. The commitment to historical responsibility resulted in the creation of unexpected and unique spaces. The understanding between contemporaneity and the historical essence continues to be a challenge for many designers, while the secret sometimes is in plain sight: the reconciliation of styles.

WWW.OHLAB.NET



# Lisbon Penthouse

T JOANA REBELO R ICARDO OLIVEIRA ALVES



## UMA LUFADA DE AR FRESCO

Do *atelier* Rita Valadão – Arquitectura & Interiores, nasceu um projeto de remodelação no coração de Lisboa. Com vista a seguir a arquitetura do prédio, foi aceite o desafio de realizar a cobertura do seu último andar. O ponto de partida passou por refletir sobre as diferentes experiências que o local poderia proporcionar e, depois, o resto acabou por fluir, ao ritmo do *atelier*. A sala de estar é a alma do espaço, com uma vista de 180° sobre a capital portuguesa. Trata-se de um espaço multifunções, destinado à leitura, entretenimento, refeições e socialização, graças ao jogo de mobiliário e iluminação que permite a criação de diferentes ambientes. Mesas e sofás de linhas curvas e retas, cadeiras elegantes, obras de arte que ritmam o interior da casa, *closet* de sonho, suítes glamorosas... Muitos são os detalhes que fazem da Lisbon Penthouse especial, mas o destaque vai para a abertura do espaço – a luz entra radiante por todos os ângulos do apartamento, fazendo jus à beleza dos vidros que a colocam como estrela do projeto.

## A BREATH OF FRESH AIR

The Rita Valadão - Arquitectura & Interiores studio has taken on a refurbishment project in the heart of Lisbon. With the aim of following the building's architecture, it accepted the challenge of designing the penthouse on its top floor. The starting point was to reflect on the different experiences that the place could provide and then the rest just flowed, at the pace of the studio. With a 180° view over the Portuguese capital, the living room is the soul of this space. This is a multifunctional space for reading, entertaining, dining and socialising, thanks to the play of furniture and lighting that allows the creation of different environments. Tables and sofas with curved and straight lines, elegant chairs, works of art that give rhythm to the interior, a dressing room of dreams, glamorous suites... There are plenty of details that make the Lisbon Penthouse special, but the highlight is the openness of the space – the light radiantly enters from every angle of the apartment, doing justice to the beauty of the windows that make it the star of this project.

[WWW.RITAVALADAO.PT](http://WWW.RITAVALADAO.PT)





## Reflection House

T FILOMENA ABREU | W WISON TUNGTHUNYA & W WORKSPACE

### DUAS PESSOAS, UMA VIDA

“Visualizem um menino a brincar com os amigos no bairro. (...) Imaginem adultos encostados à cerca, a conversar e a ver os filhos correrem e brincarem.” Essas boas lembranças “refletem” a experiência de infância do proprietário e o relacionamento com a sua mãe. Depois de décadas separados, o proprietário quis voltar à casa original, em Khet Lat Phrao, na Tailândia, com a sua mãe, para viverem juntos. O espaço, desenhado pelo gabinete tailandês AUN Design Studio, divide-se em dois níveis. O piso térreo da mãe, incluindo uma área comum, como uma cozinha e sala de jantar. O andar de cima do filho. O *design* garante a continuidade da arquitetura e dos interiores, expondo superfícies, paredes e tetos, com argamassa nua e pintando as paredes de branco, apenas para o local usado pelo dono.

### TWO PEOPLE, ONE LIFE

“Visualise a boy playing with his friends in the neighbourhood (...) Imagine adults leaning against the fence, chatting and watching their children run and play.” These fond memories “reflect” the owner experience of childhood and the relationship with his mother. After decades apart, the owner wanted to return to the original home in Khet Lat Phrao, Thailand, with his mother in order to live together. The space, designed by Thai AUN Design Studio, is divided into two levels. The mother’s ground floor, including a communal area, with a kitchen and dining room, and the son’s upper floor. The design ensures the continuity of the architecture and interiors by exposing surfaces, walls and ceilings, with bare plaster and painting the walls white, just for the space used by the owner.

WWW.AUNSTUDIO.COM

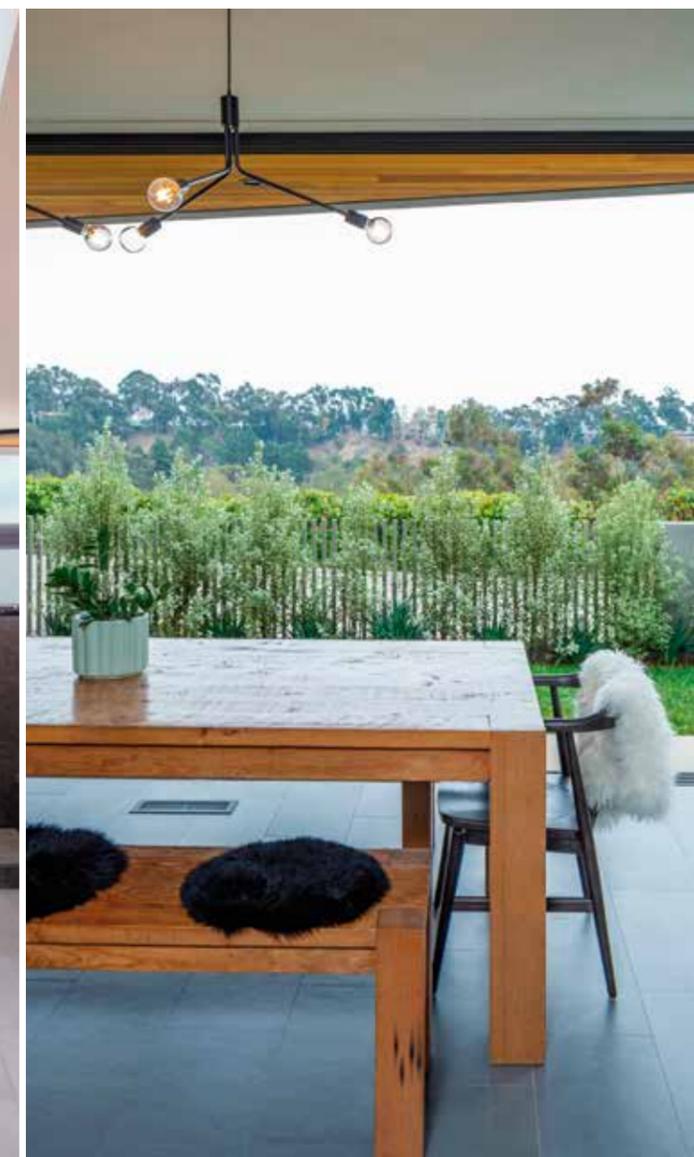


#### STRENGTHENING TIES WITH THE SEA

In the coastal area of California, in Los Angeles, we find a 3000-sqm residence, designed by Aaron Neubert Architects. This is a sustainable house where, thanks to its materials, it has been possible to incorporate long lines of vision spread throughout the interior. The use of plaster and cedar enhances the experience of the interior by highlighting a coastal landscape that ultimately strengthens the connection with the sea. Composed of two large courtyards, the

house offers, on the ground floor, in addition to lots of natural light, a living room, dining room, kitchen, terrace and swimming pool. On the first floor, there are three bedrooms, one of which assures a view of the Pacific Ocean. All that is left is to imagine what it would be like to watch the California sunset from the privacy of the Wrap Recess.

WWA-N-X.COM



## Wrap Recess House

T JOANA REBELO | BRIAN THOMAS JONES

#### FORTALECER LIGAÇÕES COM O MAR

É na zona costeira da Califórnia, em Los Angeles, que se encontra uma residência de 3000 m<sup>2</sup>, assinada pelo Aaron Neubert Architects. Trata-se de uma casa sustentável, onde, graças aos seus materiais, foi possível incorporar longas linhas de visão espalhadas por todo o interior. A utilização do gesso e cedro potencia a experiência do interior, através do destaque de uma paisagem costeira que acaba por fortalecer ligações com

o mar. Composta por dois grandes pátios, a casa oferece, no primeiro andar, além da imensa luz natural, sala de estar, sala de jantar, cozinha, terraço e piscina. Já no segundo piso, estão disponíveis três quartos, podendo garantir-lhe, num deles, a vista para o Oceano Pacífico. Resta imaginar como será vislumbrar o pôr do sol da Califórnia através da privacidade da Wrap Recess.



O  
OPINIÃO / OPINION

## Kelly Hoppen CBE

DESIGNER DE INTERIORES E FUNDADORA DA KELLY HOPPEN INTERIORS  
INTERIOR DESIGNER AND FOUNDER OF KELLY HOPPEN INTERIORS

### Abordagem ao processo de design

Para mim, um lar é um oásis da vida quotidiana. Um abrigo que o acolhe diariamente, fazendo-o sentir-se seguro, confortável e protegido. Quando se trata de conceber uma área numa casa, seja uma sala, um quarto ou um espaço mais funcional, como uma cozinha, pergunto-me sempre qual a sensação que vai provocar. Embora, claro, precise de funcionar a um nível prático - quando se abre a porta de entrada e passa para dentro, cada elemento do interior, desde as cores até ao mobiliário, deve ter como objetivo trazer-lhe uma sensação de alegria ou paz. É esse o objetivo dos meus *designs*. Indo ao encontro dos elementos mais físicos de um *design*, uma vez considerado cuidadosamente o que se pretende alcançar a partir do quarto em termos de sensação, será necessário considerar as cores, texturas, e *layout* do espaço. No meu livro recente - *Kelly Hoppen's Essential Style Solutions for Every Home* -, apresento alguns conselhos e dicas muito úteis para cada etapa. No entanto, para que possa começar no caminho certo, pode partir do que se segue. Use cores em sintonia consigo. A melhor maneira de avaliar isto é olhar para o seu guarda-roupa e ver os tons com que se veste diariamente, pois, na maioria das vezes, são estas cores que o fazem sentir-se confiante e feliz. Portanto, podem ser

perfeitas para incorporar no seu *design* de casa. Para aqueles que se relacionam com tons e cores neutras, por exemplo, a coleção *My Lick x Timeless Neutrals Paint* tem uma gama impressionante de tonalidades, perfeita para o bloqueio de cores. Lembre-se: um espaço deve ser uma experiência multidimensional. Lembre-se dos cinco sentidos ao conceber um espaço e avalie como os materiais e texturas utilizadas influenciarão isto. Por exemplo, um tapete espesso sobre um soalho de madeira dura dará uma sensação instantânea de luxo e conforto ao caminhar sobre ele. Considere as tendências, mas não sinta que tem de acompanhá-las. Sou uma grande defensora da conceção para si e não para o que é considerado moda no momento. Contudo, posto isto, se gosta mesmo de uma tendência, esta pode, naturalmente, ser acrescentada ao seu espaço. Por exemplo, os estampados ousados estão a ressurgir em 2023 e a sensação assimétrica nas divisões vai ser muito significativa. Uma estética agradável tem tudo que ver com equilíbrio. Por último, um dos elementos mais importantes para cada centímetro de desenho é o equilíbrio. Tem tudo que ver com o equilíbrio dos pontos focais de uma divisão contra o espaço mais amplo, assegurando que uma área não se sobreponha à outra.

### Approaching the design process

I consider a home to be an oasis from everyday life. A haven that welcomes you daily, making you feel safe, comfortable and secure. When it comes to designing an area in a home, whether this is a living room, bedroom or a more functional space, such as a kitchen, I always ask myself how it will make you feel. While, of course, it needs to work on a practical level - when you open the front door and step inside, each element of the interior, from the colours to the furnishings, should aim to bring you a sense of joy or peace. This is what I am for in my designs. Diving into the more physical elements of a design, once you have carefully considered what you want to achieve from your room in terms of the feel, you will need to consider the colours, textures, and layout of the space. In my recent book - *Kelly Hoppen's Essential Style Solutions for Every Home* -, I provide some really helpful advice and tips for each stage. However, to get you on the right track, you can start with the below. Use colours that feel like you. The best way to gauge this is to look at your wardrobe and see the tones you dress in daily as, more often than not, these colours are the ones that make you feel confident and happy. So, they could be perfect

to incorporate into your home design. For those who connect with neutral tones and colours for example, *My Lick x Timeless Neutrals Paint* collection has a stunning range of shades, perfect for colour blocking. Remember, a space should be a multidimensional experience. Remember the five senses when designing a space and consider how the materials and textures used will affect this. For example, a thick rug on a hard wooden floor will give an instant sensation of luxury and comfort when walking across it. Consider trends but don't feel you have to follow them. I'm very much an advocate of designing for you and not for what's considered trendy at the time. However, that said, if a trend really resonated with you, then it can, of course, be added to your room. For example, bold prints are making a resurgence in 2023 and the asymmetrical feel in rooms is going to be huge. A pleasant aesthetic is all about balance. Finally, one of the most important elements for every inch of design is balance. It's all about balancing the focal points of a room against the wider space, making sure one area doesn't overpower the other.

Artigo na íntegra: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)  
Full article: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)



# Agora temos mais do que carne no nosso menú.

Descubra a nova série DRY AGER® Premium S. O primeiro Armário de Maturação com tecnologia Smart-Aging®. Com os novos programas de maturação, pode produzir deliciosas iguarias: carnes maturadas, peixe maturado, salsichas, presunto ou queijos de alta qualidade de forma segura e como um profissional!

**Resultados perfeitos** com o simples toque de um botão!

[WWW.DRY-AGER.PT](http://WWW.DRY-AGER.PT)

Dry Ager Portugal - [info@dry-ager.pt](mailto:info@dry-ager.pt) - +351 226172097 (chamada para a rede fixa nacional)

talking to:

# GREG NATALE

T JOANA REBELO © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED



## Cores e padrões sempre foram duas grandes paixões.

As cores e os padrões são elementos essenciais em todos os meus projetos. São estes detalhes expressivos, dinâmicos e luxuosos que realmente dão vida a um espaço e criam impacto emocional. Os padrões fizeram sempre parte do meu ADN. Tal como a minha paixão pelo *design* de interiores, o meu amor pelos padrões despertou quando eu era muito jovem, a crescer nos anos 70, na casa de família em Sydney. O espaço tinha azulejos com padrões, elemento que era ousado, refletindo tanto a moda da época como a herança italiana. Quando comecei a trabalhar e, mais tarde, criei o meu estúdio, o visual que predominava era *clean* e minimalista. De certa forma, revoltei-me contra isso ao introduzir mais camadas nos meus interiores e ao dar expressão à minha paixão por cores e padrões.

## Na hora da criatividade, onde se inspira?

Adoro aproveitar referências culturais, desde o cinema e televisão à arte, moda e música, destilando todas estas influências dentro dos meus interiores e *designs* de produto.

## Como é o Greg Natale como pessoa?

Sou tão fascinado pelo meu trabalho que acabei por absorver influências criativas que me moldam, hoje, como pessoa. Por isso, penso que se pode conhecer um pouco de mim a partir dos meus *designs*. Sempre adorei música, moda e arte, e adoro a emoção e a energia frenética das discotecas, onde todos estes mundos se cruzam. É por isso que frequentemente faço referência ao Studio 54. Adoro as linhas baixas e elegantes do final dos anos 70 e gosto de combinar metais, como o aço inoxidável e o latão. Nasci em 1974, por isso, a era *disco* constitui algumas das minhas memórias mais antigas.

## “Adoro ser ousado e combinar gestos expressivos e dramáticos dentro de um espaço”

### Qual foi a maior injustiça que ouviu acerca do seu trabalho?

Por vezes, os padrões podem ser provocadores. Adoro ser ousado e combinar gestos expressivos e dramáticos dentro de um espaço, o que também pode gerar reações fortes e nem sempre corresponder ao gosto de todos e cada um. Contudo, penso que é também isso que torna cada projeto tão único e emocionante, à medida do cliente. Pode ter existido uma época em que a palavra “decoração” era utilizada desdenhosamente, mas hoje penso que as pessoas veem que, de um equilíbrio belo e sofisticado de elementos decorativos, nasce um ambiente habitável, luxuoso e interessante. Estimula o olhar, manifesta a personalidade e conta uma história.

## “Olhar em volta e traçar um caminho diferente do comum”

Uma conversa descontraída. Um estilo ousado. Um *designer* de interiores que pensa além, na procura pelo inesperado. Apresentamos-lhe Greg Natale, o *designer* australiano que desafia as normas do código do luxo. Conhecido pela mestria em conjugar cores e padrões, Greg traça um percurso profissional repleto de experiências gratificantes, tendo criado, em 2001, o *atelier* Greg Natale Design. Adora aproveitar aquilo que da cultura é fruto, admitindo tender para um *design* com vertente maximalista, aliado a uma “forte sensibilidade modernista”. Garante que o seu estilo está em constante evolução, mas que, aconteça o que acontecer, a estética e a funcionalidade conviverão sempre de forma perfeita e sofisticada. Agora. Com a **TRENDS**. A ler nas próximas linhas.

## “Look around and forge a path that is distinct from others”

A relaxed conversation. A bold style. An interior designer who thinks bigger, in search of the unexpected. Introducing Greg Natale, the Australian designer who defies the norms of the luxury code. Known for his mastery in combining colours and patterns, Greg’s career has been filled with rewarding experiences, having created the Greg Natale Design studio in 2001. He loves to make the most of what culture has to offer, admitting that he tends towards maximalist design combined with a “strong modernist sensibility”. He assures us that his style is constantly evolving, but that, whatever happens, aesthetics and functionality will always coexist in a perfect and sophisticated way. Now, and with **TRENDS**, as you’ll read in the next lines.



EAST BRISBANE



**Ousadia é a assinatura que deixa em todos os projetos?**

Adoro criar momentos ousados com contrastes marcantes, padrões expressivos, tonalidades ricas, texturas matizadas e elementos escultóricos dramáticos. Mas estes gestos teatrais são sempre ponderados e equilibrados, existindo uma lógica estrutural modernista que fundamenta todas estas camadas maximalistas.

**Ao longo da carreira, teve sempre o mesmo estilo?**

O meu estilo está sempre a evoluir, uma vez que estou constantemente a quebrar limites com a minha estética, enquanto me mantenho em sintonia com as necessidades e desejos dos clientes. Mas há, sem dúvida, uma assinatura que pode ser traçada desde o meu trabalho mais antigo até agora, em particular, pelo uso de padrões e cores na criação de interiores personalizados e sofisticados. Como *designer*, é necessário ter um ponto de vista definido e, nos últimos tempos, utilizaria o termo “maximalista” para descrever o meu estilo de assinatura, uma vez que reflete a sensibilidade estratificada que é tão essencial no meu trabalho.

## **“O meu estilo está sempre a evoluir, uma vez que estou constantemente a quebrar limites com a minha estética”**

**No seu lar, nomeie a peça com que não consegue viver sem.**

A arte é uma grande inspiração para o meu trabalho, bem como uma camada essencial dentro de todos os meus projetos de interiores. Em casa, tenho peças de Frank Stella, Andy Warhol e Keith Haring, sendo que todos eles me inspiraram de alguma forma. São também evocativos de um certo momento artístico dos anos 70 e 80 em Nova Iorque, o qual adoro referir.

**De que forma tem contribuído para a evolução do universo do *design*?**

Espero que o meu trabalho tenha introduzido alguma paixão, energia, personalidade e dinamismo ao *design* de interiores. Como mencionei, quando estou a criar, gosto de recorrer a influências exteriores à esfera do *design*, incorporando referências culturais. Não estou necessariamente a pensar em *design* dentro de uma bolha. Trata-se de estar aberto a uma biblioteca mais ampla de inspirações visuais, culturais e históricas. Neste sentido, espero ter ampliado as possibilidades do *design* de interiores e integrado uma cultura mais alargada, à medida que demonstro como podem ser criados espaços belos, através das camadas e da combinação de materiais interessantes, tais como pedra e metal com padrões pictóricos ou gráficos e contrastes tonais sumptuosos.

**Defina um bom *designer* de interiores e indique os maiores desafios que o mesmo enfrenta.**

Penso que é muito importante ter um estilo de assinatura, para que se apresente como um *designer* com um ponto de vista definido. Tem de ser fiel a si mesmo e refletir o seu próprio estilo, enquanto satisfaz as exigências do cliente. Trata-se de olhar em volta e traçar um caminho diferente do comum.

**Como seria o projeto de sonho, com recursos e orçamento ilimitados?**

Há tantos projetos de sonho! Adoraria criar um hotel de luxo. Em termos de produto, sempre quis conceber iluminação, que é algo que já me encontro a desenvolver.

**No futuro, o funcional prevalecerá sobre o estético?**

A funcionalidade é fundamental para todos os meus projetos, até porque um espaço precisa de funcionar para ser habitável. Mas isto, claro, equilibrado com momentos de beleza e drama que criam interesse visual, emoção e vigor. Estes detalhes são, em última análise, o que torna um espaço acolhedor, apelativo e visualmente atrativo. A vida seria bastante entediante sem eles. Por isso, não, não creio que a funcionalidade prevaleça inteiramente sobre a estética, precisam de conviver de forma perfeita e sofisticada.

**Revele-nos qual é a sua coleção predileta.**

É impossível escolher uma, porque gosto de todas, mas estou muito entusiasmado com a próxima coleção. Acabamos de apresentar as coleções de 2023, com a primeira exposição na *Maison&Objet*, em Paris. Muitas das novas cerâmicas foram inspiradas pela interseção de arte, moda e música, que emergiram das ‘underground club scenes’, das décadas de 70 e 80. Já a coleção *Debbie*, de recipientes cravejados, presta homenagem à lendária *frontwoman* Debbie Harry. Colocando iconografia *punk* sobre formas elegantes, estes vasos, tigelas e floreiras são cravejados com brilhantes, tachas em ouro ou prata e vidrados a preto, branco ou verde-salva, combinando energia *rock and roll* e o estilo rebelde *downtown*.

**Quais os projetos traçados para um futuro próximo?**

Estou ansioso por lançar a coleção *Debbie*, juntamente com as outras peças divulgadas na *Maison&Objet*. Há muito tempo que queria conceber uma coleção de iluminação, por isso, estou entusiasmado por me encontrar a trabalhar nesta ambição. Estamos também a investir em vários projetos internacionais de interiores, inclusive numa casa em Oklahoma e numa *townhouse* em Nova Iorque. O primeiro projeto na Tasmânia, Austrália, também está a emergir.

**Considera-se um ‘rebelde sem pausa’?**

No sentido em que nunca deixo de ultrapassar limites através do meu trabalho, sempre com muita energia, diria que sim!



TOORAK PENTHOUSE



**Have colours and patterns always been two great passions of yours?**

Colour and pattern are essential elements within all of my projects. It's these expressive, dynamic and luxurious details that really bring a space to life and create an emotional impact. Pattern has always been part of my DNA. As with my passion for interior design, my love of pattern began when I was very young, growing up in the 1970s in my family home in Sydney. The house featured patterned floor tiles – a bold element that reflected both the fashion of the era and our Italian heritage. When I started working in the 1990s and set up my practice in the early 2000s, the prevailing look at the time was very clean and minimal. In some ways I rebelled against that by introducing more layers to my interiors and playing up my passion for colour and pattern.

**When it comes to creativity, where do you find your inspiration?**

I love to draw on a wide array of cultural references, from film and television to art, fashion and music – and I distill all of those influences within my interiors and product designs.

**Who is Greg Natale the person?**

I'm so passionate about my work and it encapsulates so many of the creative influences that have shaped me as a person, so I think you can tell quite a bit about Greg Natale the person from my designs. I have always loved music, fashion and art, and I love the excitement and frantic energy of nightclubs where all of those worlds come together. That's why I often reference Studio 54 – I love the low, sleek lines of the late 1970s and I enjoy mixing metals such as stainless steel and brass. I was born in 1974, so the disco era forms some of my earliest memories.

**What was the greatest injustice you've ever heard about your work?**

Pattern can sometimes be provocative. I love to be bold and mix expressive, dramatic gestures within a space, but

this can also generate strong reactions and it might not always be for everyone. However, I think that's also what makes each project so unique and exciting, as well as perfectly tailored for the client. There might have been a time when the word 'decorative' was sometimes used dismissively, but today I think people can see that a beautiful, sophisticated balance of decorative elements is what makes an environment liveable, luxurious and interesting to be in. It excites the eye, expresses personality and tells a story.

**Is boldness the stamp you leave on all your projects?**

I love to create bold moments with striking contrasts, expressive patterns, rich tones, nuanced textures and dramatic sculptural elements. But these theatrical gestures are always considered and balanced – there is a modernist structural logic that grounds all of these maximalist layers.

## **“I love to be bold and mix expressive, dramatic gestures within a space”**

**Have you stuck to the same style throughout your career?**

My style is always evolving as I am constantly pushing the boundaries with my aesthetic while also being attuned to the needs and desires of my clients. But there is definitely a signature that can be traced from my early work to now – particularly my use of pattern and colour in creating interiors that are tailored, curated and sophisticated while exhibiting a certain boldness. You need to have a point of view as a designer. And lately I would use the term 'maximalist' to describe my signature style, as it reflects the layered sensibility that is so essential to my work.

**What piece would it be impossible to live without in your home.**

Art is a major inspiration for my work as well as an

essential layer within all of my interiors projects. At home my collection includes pieces by Frank Stella, Andy Warhol and Keith Haring – and all of those artists have inspired me in some way, and they're also evocative of a certain artistic moment in 1970s and 80s New York that I love to refer back to in my own work.

**“My style is always evolving as I am constantly pushing the boundaries with my aesthetic”**

**How would you say you have contributed to the evolution of the world of design?**

I hope that my work has brought some passion, energy, personality and dynamism to interior design. As I mentioned, when I'm creating an interior I like to draw on influences from outside the design sphere and incorporate other cultural references. I'm not necessarily thinking about design in a silo; it's about being open to a wider library of visual, cultural or historical inspirations. So in that sense, I hope I have expanded the possibilities of interior design and embedded it within the broader culture while also showing how beautiful spaces can be created by layering and mixing interesting materials such as stone and metal with painterly or graphic patterns and sumptuous tonal contrasts.

**How would you define a good interior designer and tell us the greatest challenges they face.**

I think it's really important to have a signature style so that you stand out as a designer with a defined point of view. It's about looking around and forging a path that is distinct from what other people are doing. You need to be true to yourself and reflect your own personal style, while also meeting the requirements of the client.

**Describe your dream project, if budget were not an issue?**

There are so many dream projects! I would love to unleash my vision across a luxury hotel. In terms of products, I've always wanted to design lighting, which is something I'm working on at the moment.

**Will functionality prevail over aesthetics in the future?**

Functionality is crucial to all of my projects – a space needs to work in order to be liveable. But this always needs to be balanced with moments of beauty and drama that create visual interest, excitement and verve. Those details are ultimately what makes a space warm, inviting and visually compelling, and life would be pretty boring without them. So no, I don't think functionality will entirely prevail over aesthetics – they need to co-exist in a seamless and sophisticated fashion.

**What's your favourite collection?**

It's impossible to choose because I love them all, but I'm naturally most excited about the next collection on the horizon. We have just unveiled our 2023 collections with our first exhibition at *Maison&Objet* in Paris. Many of the new ceramics in the show were inspired by the intersection of art, fashion and music that emerged from the underground club scenes of the 1970s and 80s, and the *Debbie* collection of studded vessels pays tribute to legendary Blondie frontwoman Debbie Harry. Layering punk iconography over elegant forms, these vases, bowls and planters are spiked with glittering gold or silver stud details and glazed in black, white or sage – mixing rock-and-roll energy with rebellious downtown style.

**What projects do you have planned for the near future?**

I'm excited to release the *Debbie* collection, along with the other pieces launched at *Maison&Objet*. I've wanted to design a lighting collection for a long time, so I'm excited to be working on that at the moment. We're also working on several international interiors projects at the moment – including a house in Oklahoma and a townhouse in New York – and we're doing our first project in Tasmania, Australia.

**Do you consider yourself a 'rebel without a pause'?**

In the sense that I never stop pushing boundaries with my work and I have a lot of energy, yes!

**T** Entrevista na íntegra: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)  
Full Interview: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)



# Especial *Indoor* — A Cozinha do Chef

## Indoor Special — The Chef's Kitchen

# Chef Rui Paula

T JOANA REBELO | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

“As pessoas que entram na cozinha precisam de espaço para conviver”  
“People who come into the kitchen need space to mingle”

Tem vindo a ser convidado para os eventos mais prestigiados do mundo da gastronomia e venceu o prémio *Chef do Ano* em 2020. Mestre na sua área, o chef Rui Paula junta-se à **TRENDS** num registo diferente, com vista a dar resposta sobre o que é uma cozinha dotada pela funcionalidade e beleza. Despertar os sentidos começa bem antes da confeção, num local onde a partilha de histórias e tradições cabe numa só palavra: cozinha. Reticente? O chef confirma.

He has been invited to the most prestigious events in the world of gastronomy and won the *Chef of the Year* award in 2020. A master in his field, chef Rui Paula joins **TRENDS** in a different role, with a view to providing an answer on what a kitchen needs to ensure functionality and beauty. Arousing the senses begins well before cooking, in a place where the sharing of stories and traditions can be summed up in a single word: cuisine. Have any doubts? The chef lays them to rest.



## 1. Atualmente, a divisão da cozinha tem ganho maior destaque na casa?

A divisão da cozinha, atualmente, é fundamental para desempenhar as tarefas que desejamos.

1. Do you feel that kitchens have gained more prominence in houses nowadays? The kitchen's space, nowadays, is fundamental to perform the tasks we want.

## 2. Como é a cozinha do chef Rui Paula?

A minha cozinha é uma cozinha idealizada para o que eu pretendo. Tenho abatedor de temperatura, forno, micro-ondas-forno, forno a vapor, placa de gás e de indução... É uma cozinha muito completa.

## 2. What is chef Rui Paula's kitchen like?

My kitchen is a kitchen that has been conceived for what I want. I have a blast chiller, oven, microwave oven, steam oven, gas and induction hob... it's a very complete kitchen.

## 3. A sustentabilidade é uma das características presentes no espaço?

A sustentabilidade está presente na separação dos lixos. Mas não só. Quando chegam os produtos à minha cozinha, trato de os embalar a vácuo e, através do abatedor de temperatura, consigo abater os alimentos e preservá-los da melhor maneira, o que quer dizer que nada se estraga. É logo tudo arranjado para que fique bem preservado, de forma a não gerar desperdício.

## 3. Is sustainability one of the features present in the space?

Sustainability is present in the separation of waste. But that's not all. When the products arrive in my kitchen, I take care of vacuum-packing them and, by means of the blast chiller, I can chill the food and preserve it in the best way possible, which means that nothing spoils. Everything is then arranged so that it is well preserved, so as not to generate waste.

## 4. Que utensílios de cozinha é que, em circunstância alguma, não podem faltar?

Para mim, o fundamental na cozinha é ter uma boa placa a gás, com bicos de vários tamanhos.

## 5. De que forma é que a luz e a abertura do espaço destinado à cozinha são importantes?

A luz e o espaço entre a sala e a cozinha devem ser bem delineados, tudo para que o movimento seja fluido e se proporcione o convívio.

## 4. What kitchen utensils should you not go without under any circumstances?

For me, the most important thing in the kitchen is to have a good gas hob with gas burners of various sizes.

## 5. In what way are light and the openness of the kitchen space important?

The light and the space between the living room and the kitchen should be well delineated, so that the movement is fluid and a convivial experience is made possible.

## 6. Não há cores ou padrões certos, apenas tecnologias e utensílios? A escolha dos utensílios é muito importante, mas optarmos por cores e materiais ao nosso gosto também é essencial.

## 7. O design de uma cozinha é capaz de inspirar as pessoas a conduzirem emoções aos seus pratos? Se sim, porquê?

O design é importante porque, além de ser visualmente bonito, remete para a funcionalidade. As pessoas que entram na cozinha precisam de espaço para conviver. Já por isso tenho uma ilha e bastante luz, também com vista a que faça comunicação com a sala.

6. There are no right colours or patterns, only technologies and utensils? The choice of utensils is very important, but choosing colours and materials to our taste is also essential.

## 7. Can the design of a kitchen inspire people to bring emotions to their dishes? If yes, why?

Design is important because, besides being visually beautiful, it has to do with functionality. The people who come into the kitchen need space to mingle. That's why I have an island and lots of light, also in order to ensure it communicates with the living room.



8. Paredes de cores neutras ou fortes?  
Neutras.

9. Acessório/os de cozinha a que dá mais uso?  
Placa a gás de seis bicos e forno.

10. Toalhas de mesa simples ou com padrões?  
Simples.

11. Pratos redondos ou quadrados?  
Redondos.

12. Faca *Chef* ou faca *Santoku*?  
*Chef*.

13. Robô de cozinha: sim ou não?  
Sim.

14. Lava-louças ou máquina de lavar louça?  
Ambos.



8. Walls with neutral or strong colours?  
Neutral.

9. Which kitchen accessory/accessories do you use the most?  
Six-burner gas hob and oven.

10. Plain or patterned tablecloths?  
Plain.

11. Round or square plates?  
Round.

12. Chef's knife or *Santoku* knife?  
Chef's.

13. Food processor: yes or no?  
Yes.

14. Sink or dishwasher?  
Both.



# Haier

Desde a sua criação, em 1984, até aos dias de hoje, a Haier sempre procurou criar produtos elegantes, inovadores e *premium*. A empresa produz bens de qualidade incomparável, característica bem enraizada na cultura da marca. Os produtos da Haier empregam a tecnologia mais recente, por forma a responderem às necessidades mais exigentes do consumidor. Haier é símbolo de *design* e sofisticação.

From its creation, in 1984, to the present day, Haier has always sought to create elegant, innovative and premium products. The company produces goods of unparalleled quality, a deeply enrooted characteristic in the brand's culture. Haier products employ the latest technology to meet the most demanding consumer needs. Haier is a symbol of design and sophistication.



## Frigorífico Multiportas / Multidoor refrigerator

Classe F, *Total No Frost*, WiFi, comandos *Big Display* e ecrã na porta (*web browser*, conteúdos externos, *web links*, receitas assistidas), *Multi Air Flow*, *Fresher Shield*, *Humidity Zone*, *Switch Zone*. Ref.: HCW9919FSGB / Class F, *Total No Frost*, WiFi, *Big Display* controls and door display (*web browser*, external contents, *web links*, assisted recipes), *Multi Air Flow*, *Fresher Shield*, *Humidity Zone*, *Switch Zone*. Ref.: HCW9919FSGB



## Forno Multifunções Pirolítico / Multi-Function Pyrolytic Oven

Classe A+, WiFi+Bluetooth, *Cook with me* (vapor, sonda térmica, receitas), *Chef* painel, porta *soft close*, 18 funções, 70L, guias telescópicas. Ref.: HWO60SM6TS9BH / Class A+, WiFi+Bluetooth, *Cook with me* (steam, temperature probe, recipes), *Chef* panel, *soft close* door, 18 functions, 70L, telescopic rails. Ref: HWO60SM6TS9BH



## Placa de Indução Flexível com Exaustor Integrado / Flexible Induction Hob with Integrated Extractor

80 cm, 4 zonas de indução (2 flexíveis), 9 níveis de potência, *multislider*, *booster*, *timer*, função Manter Quente, sistema de pausa. REF.: HAIH8IFMCF / 80 cm, 4 induction zones (2 flexible), 9 power levels, 'multislider', booster, timer, keep warm function, pause system. REF.: HAIH8IFMCF

# Chef José Avillez

T FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

“Neste momento, estamos a avaliar a possibilidade de abrir um espaço em Los Angeles”

“Right now, we are assessing the possibility of opening a space in Los Angeles”

Mesmo no início de 2012, José Avillez assumiu o comando do restaurante Belcanto (estabelecido em 1958), dando-lhe nova roupagem. Resultado: em menos de um ano a casa foi distinguida com uma estrela *Michelin*. Em 2014, o céu Avillez iluminou-se com a segunda estrela *Michelin*. Foi um início auspicioso que continua cintilante. Em 2021, o Belcanto tornou a ser considerado um dos melhores do mundo pela *The World's 50 Best Restaurants*. Atualmente, os sonhos voam para a América. Mas o coração continua a bater, todos os dias, pela satisfação dos clientes. Seja qual for a cozinha com o seu nome. E hoje já são algumas.

Right at the beginning of 2012, José Avillez took over the Belcanto restaurant (established in 1958), giving it a new lease of life. The result: in less than a year the establishment was awarded a Michelin star. In 2014, the Avillez heavens were lit up with the second Michelin star. It was an auspicious beginning that continues to twinkle. In 2021, Belcanto was again considered one of the best in the world by *The World's 50 Best Restaurants*. Currently, there are dreams of heading to America. But his heart still beats, every day, for the satisfaction of his customers. No matter which kitchen bears his name. And today there are already a few.



1. Uma *Estrela Michelin*. Duas *Estrelas Michelin*. Na realidade, qual seria o número ideal de estrelas ou, nesta fase da sua vida, as estrelas já são só um pequeno bónus do muito que o nome Avillez tem conquistado?

As *Estrelas Michelin* são um importante reconhecimento na restauração. Estou muito agradecido ao *Guia Michelin* por todos os reconhecimentos, é muito bom ver o nosso trabalho e dedicação reconhecidos. Desde o início que, em conjunto com as equipas, procuro evoluir. As *Estrelas Michelin* não só têm um impacto positivo na procura dos restaurantes, como também na promoção da cozinha portuguesa e do país.

2. Podemos dizer que também é um *chef* com as suas “manias”? Relativamente a equipamentos ou utensílios, o que não pode faltar quando está a cozinhar?

Para cozinhar há utensílios indispensáveis. Cada cozinheiro poderá listar de forma diferente os seus. Para mim, são facas, tábuas de corte, tachos de qualidade, fogão e forno. Ao nível de máquinas, a mais básica e indispensável talvez seja a varinha mágica ou um passe-vite, para fazer um bom puré.

3. A marca dos eletrodomésticos e a sua qualidade também são uma mais-valia nas casas de José Avillez?

A qualidade dos utensílios e dos equipamentos é importante em termos do resultado e da durabilidade. Nas cozinhas profissionais, tudo tem um uso intenso. Por isso, a qualidade é ainda mais importante.

4. E quanto a superfícies, tem preferências: mármore, alumínio...? O material faz alguma diferença na hora de preparar uma refeição ou trata-se apenas de gosto estético pessoal?

Os materiais diferem quando se trata de uma cozinha profissional. Há normas específicas para as cozinhas profissionais para que se assegure e se facilite a limpeza e a segurança dos clientes e de todos os que ali trabalham. Em casa, prefiro sempre materiais de qualidade, sendo que dou importância à organização da cozinha e também à estética.

5. Se pudesse apontar, ao fim de tantos anos de experiência, três detalhes que o ajudaram a chegar tão longe, quais diria que são e porquê?

A equipa, muito trabalho e alguma sorte. Sorte, por ter tido bons professores e boas experiências profissionais, por me ter rodeado de pessoas que fizeram toda a diferença e nas quais confio, por ter uma família que me apoia, por ter tomado decisões e por ter tido oportunidades nas alturas certas. A equipa, porque nada teria sido possível sem a colaboração de pessoas trabalhadoras e dedicadas. O que está construído é resultado do esforço de muitos. E muito, muito trabalho, porque só isso permitiu construir o que hoje temos.

6. Se lhe fosse possível abrir já amanhã um restaurante num qualquer ponto do mundo, onde seria e porquê?

Essa avaliação acontece em permanência. São vários os projetos internacionais que nos propõem, regularmente. Neste momento, estamos a avaliar uma possibilidade em Los Angeles. Poderá ser interessante pela dinâmica. E poderá ser, sem dúvida, uma oportunidade importante de aprendizagem.

1. One *Michelin star*. Two *Michelin stars*. In reality, what would be the ideal number of stars or at this stage of your life are stars just a small bonus of the great deal that the name Avillez has already conquered?

*Michelin stars* are an important recognition in the restaurant industry. I am very grateful to the Michelin Guide for all the recognitions, it is so good to see our work and dedication recognised. I have striven to evolve, even since the beginning, together with the teams. The *Michelin stars* not only have a positive impact on people's interest in the restaurants, but also in promoting Portuguese cuisine and the country.

2. Can we say that you are also a chef with your particular “foibles”? What can't you live without, by any means, when cooking, with regard to “equipment” or “utensils”?

To cook, there are obligatory utensils. Each cook may formulate his or her list differently. For me, they are knives, chopping boards, quality pans, stove and oven. In terms of machinery, perhaps the most basic and indispensable is a hand blender or a food mill, to make a good puree.

3. Do the brand of household appliances and their quality also have an importance in José Avillez's establishments?

The quality of the utensils and equipment is important in terms of the result and durability. In professional kitchens everything has an intense use. Therefore, quality is even more important.

4. What about surfaces, do you have preferences: marble, aluminium...? Does the material make a difference when it comes to preparing a meal, or is it just personal aesthetic taste?

Materials differ when it comes to a professional kitchen. There are specific standards for professional kitchens to ensure and facilitate cleanliness and safety for guests and all those who work there. At home I always prefer quality materials, and I give importance to the organisation of the kitchen and also to the aesthetics.

5. If you could point out, after so many years of experience, three details that have helped you get so far, what would you say they are and why?

The team, a lot of work, and a bit of luck. Luck to have had good teachers, good professional experiences, to have surrounded myself with people who made all the difference and in whom I have great trust, to have a supportive family, to have made decisions and had opportunities at the right times. The team because nothing would have been possible without the collaboration of hardworking and dedicated people. What has been built is the result of the effort of many. And a lot, a lot of work, that is the only thing that allowed us to build what we have today.

6. If it were possible for you to open a restaurant anywhere in the world tomorrow, would you do it? What would that place be and what appeals to you about that place/city?

This evaluation happens permanently. There are several international projects that are regularly proposed to us. Right now, we are assessing a possibility in Los Angeles; it could be interesting because of the dynamics. And it could be, without a doubt, an important learning opportunity.



7. Depois de tantas criações bem-sucedidas, consegue dizer-nos se tem uma favorita? E se não tiver uma comida favorita criada por si, tem de alguém? Qual e o que é que esse prato lhe traz à memória?

São muitos. Criei as cartas de cada um dos restaurantes e todos têm os seus pratos emblemáticos. Para nomear apenas alguns, posso referir, os *Peixinhos da Horta* e a *Avelã 3* do Cantinho do Avillez, o *Bacalhau à Brás* que servimos no Páteo, no Bairro do Avillez, o *Cornetos Temaki de Atum*, as Gambas em Ceviche e os *Croquetes do Mini Bar*, a *Pizza Caravela* da Pizzaria Lisboa... para não falar nos pratos que servimos no Belcanto, que para mim são todos especiais, e mais recentemente o menu de degustação do Encanto, espaço que abrimos há um ano, que apresenta um menu de alta-cozinha vegetariana e que, no final do ano passado, foi distinguido com uma *Estrela Michelin*. Quando penso nestes diferentes pratos, vem-me à memória o processo de criação de cada um destes espaços, a maravilha que é vê-los a ganhar forma, a funcionar, e ver o quanto as pessoas gostam e voltam para repetir estes sabores e viver os espaços. É um orgulho enorme.

8. Sopa ou sobremesa?

Sopa.

9. Peixe ou carne?

Peixe, carne, marisco, vegetais. Por vezes uns, por vezes outros, sem fundamentalismo.

10. Fogão a gás ou a lenha?

Um bom fogão: a gás, a lenha, fogo de chã...

11. Comida da mãe ou da avó?

A minha. Um dos grandes incentivos para aprender a cozinhar foi a minha mãe não o fazer.

12. Avental ou jaleco?

No Belcanto, jaleca. Num registo informal, avental.

13. Colher de pau ou de silicone?

Nos restaurantes, silicone, pois é o que indicam as normas. Em casa, gosto de usar madeira.

14. Cerveja ou vinho?

Em Portugal temos belíssimos vinhos, mas depende da ocasião.

7. After so many successful creations, can you tell us if you have a favourite? And if you don't have a favourite food that you created, is there one by someone else? Which one and what does that dish bring to mind?

There are many. I created the menus for each of the restaurants and all of them have their signature dishes. To name just a few, I can mention the *Peixinhos da Horta* and the *Avelã 3* from Cantinho do Avillez, the *Bacalhau à Brás* that we serve at Páteo, in Bairro do Avillez, the *Tuna Temaki Cornets*, the *Ceviche Prawns* and the *Croquettes from Mini Bar*, the *Pizza Caravela* from Pizzaria Lisboa... not to mention the dishes we serve at Belcanto, which to me are all special and more recently the tasting menu at Encanto, a space we opened a year ago, which features a vegetarian haute cuisine menu and which at the end of last year was awarded a *Michelin star*. When I think of these different dishes the creation process of each of these spaces comes to mind, how wonderful it is to see them taking shape, and working, and to see how much people enjoy them and come back to repeat these flavours and experience the spaces. It is a source of great pride.

8. Soup or dessert?

Soup.

9. Fish or meat?

Fish, meat, shellfish, vegetables. Sometimes one, sometimes another, no fundamentalism.

10. Gas or wood stove?

A good stove: gas, wood, *fogo de chã*...

11. Mum's food or grandmas?

Mine. One of the big incentives for learning to cook was that my mother didn't.

12. Apron or jacket?

At Belcanto, jacket. Informally, apron.

13. Wooden or silicone spoon?

In restaurants, silicone, because that's what the rules say. At home, I like to use wood.

14. Beer or wine?

In Portugal we have beautiful wines, but it depends on the occasion.

# Gaggenau

Embora sejam a escolha óbvia de qualquer *chef* apaixonado e sejam inspirados na cozinha profissional, todos os fornos Gaggenau são criados para as casas particulares. As portas sem puxador sobressaem da parede e são abertas com um simples toque no visor tátil TFT intuitivo. Expansiva em tamanho e capacidade, a *série 400* oferece uma gama excepcional de fornos, fornos combinados a vapor, micro-ondas combinados e gavetas de aquecimento e vácuo.

Although they are the obvious choice of any passionate chef and are inspired by professional kitchens, all Gaggenau ovens are created for private homes. The handle-less doors protrude from the wall and are opened with a simple touch on the intuitive TFT touch display. Expansive in size and capacity, the 400 series offers an exceptional range of ovens, combi-steam ovens, combi-microwave ovens and warming and vacuuming drawers.



## Forno combinado a vapor *série 400* / 400 series combi-steam oven

Este forno, com cinco níveis de humidade e uma temperatura até 230 °C, juntamente com um grelhador plano atrás do vidro, permite aperfeiçoar a sua técnica de cozinhar a vapor, estufar, assar, alourar, grelhar, gratinar, confeccionar *sous-vide* e mesmo extrair sumo. Possui sistema de lavagem automática, iluminação LED discreta e antirreflexo, bem como um sistema inteligente de condensação do excesso de vapor.

/ This oven, with its five humidity levels and a temperature up to 230° C, along with a full surface grill behind glass, allows you to perfect your steam cooking technique, braising, baking, browning, grilling, gratinating, sous-viding and even juice extracting. It has an automatic cleaning system, discreet, anti-glare LED lighting and an intelligent condensation system for excess steam.



## Gavetas de aquecimento / Warming drawers

Com as gavetas de aquecimento, disponíveis em vários tamanhos, em inox ou antracite, pode aquecer pratos com comida ou chávenas de café e pode utilizar de forma mais criativa para fermentar, descongelar, alourar ou mesmo cozer em lume branco.

/ With the warming drawers, available in various sizes, in stainless steel or anthracite, you can warm dinner plates or coffee cups and you can use them more creatively for proofing, defrosting, browning or even slow cooking.



## Gavetas de vácuo / Vacuuming drawers

As gavetas de vácuo, com largura de 60 cm, permitem conservar ingredientes, acelerar o processo de marinada, confeccionar *sous-vide* de forma simples, prolongar a validade de um vinho aberto e muito mais.

/ The 60 cm wide vacuum drawers allow you to preserve ingredients, speed up the marinating process, make *sous-vide* simple, extend the life of opened wine and much more.

# Chef Justa Nobre

T JOANA REBELO | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

“Uma refeição completa é servida numa mesa bem-posta”

“A full meal is served at a well laid table”



Aos 15 anos, remou da aldeia de Vale de Prados para a capital, para a concretização de um sonho: “tratar do bem-estar dos outros”. Brincar ou cozinhar era-lhe igual, acabando por, mais tarde, se tornar uma figura reconhecida pelos seus pratos inspirados na cozinha tradicional e regional portuguesa. A mestria faz da *chef* Justa Nobre um ícone da cozinha portuguesa, mas será a técnica o único fator de sucesso dos seus pratos? Em conversa com a **TRENDS**, a *chef* revela aquilo que uma cozinha precisa de oferecer ao seu mestre para assegurar preparados únicos. Para já, podemos assegurar que muito tem que ver com acessórios de cozinha. Fique desse lado, na companhia da **TRENDS**.

At 15, she rowed from the village of Vale de Prados to the capital to make a dream come true: “looking after the well-being of others”. Playing or cooking was all the same to her, and she later became a renowned figure for her dishes inspired by traditional and regional Portuguese cuisine. Prowess makes chef Justa Nobre an icon of Portuguese cuisine, but is technique the only factor in the success of her dishes? In conversation with **TRENDS**, the chef reveals what a kitchen needs to offer its master to ensure unique food. For now, we can assure you that a lot has to do with kitchen accessories. Stay with us, in the company of **TRENDS**.

## 1. A cozinha é cada vez mais um espaço central na casa?

Sim, sem dúvida. É o local onde, muitas vezes, a família e os amigos se reúnem. Há uma certa intimidade, num clima que gera entreatada, dicas... Acaba por haver partilha e convívio, não só na hora de comer, como também durante a confeção dos pratos.

## 1. Is the kitchen increasingly the hub of any home?

Yes, without a doubt. It is the place where family and friends often get together. There's a certain intimacy, in an atmosphere that generates mutual help, tips... There's sharing and conviviality, not only when it's time to eat, but also when the dishes are being cooked.

## 2. Aliar estética e funcionalidade é uma tarefa complexa, atualmente?

Não diria complexa, mas importante. Muitas vezes, temos de montar a cozinha com o espaço que temos. Outras vezes, já compramos tudo montado. Temos é de ir acrescentando, conforme os fatores que surjam: necessidades, máquinas que queiramos usar, o gosto da própria família, o tamanho da cozinha... Tudo isto para que nos sintamos mais confortáveis e verdadeiramente inseridos no espaço.

## 2. Is combining aesthetics and functionality a complex task these days?

I wouldn't say complex, but important. Often, we have to design a kitchen around the space we have. Other times, we buy everything already assembled. We just have to add to it as factors arise: needs, machines we want to use, our family's particular tastes, the size of the kitchen... All this so that we feel more comfortable and truly part of the space.

## 3. A decoração de uma cozinha tem muito que ver com a identidade de quem a usa?

Claro que sim. Depende das nossas origens, hábitos e daquilo que gostamos. Há quem goste de cozinhas mais *clean*. Hoje, por exemplo, usa-se a cozinha com os armários incorporados nos móveis. Portanto, depende de muitos fatores.

## 3. Does decorating a kitchen have a lot to do with the identity of those who use it?

Of course, it does. It depends on our origins, habits and what we like. There are those who like cleaner kitchens. Today, for example, people use kitchens with cupboards incorporated into the furniture. So, it depends on many factors.



4. Para uma experiência completa, a cozinha da *chef* tem de estar equipada com...  
Fogão, forno, bancada e uma boa palamenta.

5. Tudo começa e termina à mesa. É ela a moldura de todas as iguarias servidas?  
Sim, uma refeição completa é servida numa mesa bem-posta (toalha e louça boa, guardanapo de pano; à noite, velas e, ao almoço, flores).

6. A organização dos móveis e peças é um fator que a *chef* Justa Nobre tem em consideração? Se sim, porquê?  
Sim, os móveis e as peças têm de se ligar entre si para que os espaços transmitam um ar leve e arejado. Modernos ou clássicos é algo pessoal.

7. Relativamente aos acessórios de cozinha, quantidade é qualidade?  
Não. Acredito que seja a qualidade em detrimento da quantidade. Mais vale termos um robô de cozinha que faça tanto quanto uma quantidade infundável de acessórios de cozinha.

4. For a complete experience, the chef's kitchen has to be equipped with...  
Cooker, oven, worktop and a good set of kitchenware.

5. Everything begins and ends at the table. Is this the frame for all the delicacies served?  
Yes, a complete meal is served at a well laid table (tablecloth and good crockery, cloth napkin; in the evening, candles and, at lunch, flowers).

6. Is the organisation of the furniture and pieces a factor that chef Justa Nobre takes into consideration? If so, why?  
Yes, the furniture and the pieces have to connect with each other so that the spaces transmit a light and airy feel. Modern or classic is something personal.

7. With regard to kitchen accessories, does quantity mean quality?  
No. I believe it's quality over quantity. It's better to have a food processor that does as much as an endless line up of kitchen accessories.

8. Cozinha linear ou cozinha em U?  
Em U.

9. Utensílio de cozinha preferido:  
Colher de pau.

10. Forno ou micro-ondas?  
Forno.

11. Tampo da bancada de cozinha: mármore ou *silestone*?  
Mármore.

12. Cozinha rústica ou moderna?  
Moderna.

13. Robô de cozinha: sim ou não?  
Sim.

14. Uma cor para uma cozinha:  
Branco.

8. Linear kitchen or U-shaped kitchen?  
U-shaped.

9. Favourite kitchen utensil:  
Wooden spoon.

10. Oven or microwave?  
Oven.

11. Worktop: Marble or Silestone?  
Marble.

12. Rustic or modern kitchen?  
Modern.

13. Food processor: yes or no?  
Yes.

14. A colour for a kitchen:  
White.



# Gneisse

Desenhar cozinhas para utilizadores exigentes é a missão da Gneisse. Com um percurso de mais de quatro décadas, apresenta conceitos inovadores, que posicionam a Gneisse como uma marca evolutiva e preocupada com as tendências mais contemporâneas. A Gneisse faz da cozinha um espaço onde apetece estar.

Designing kitchens for discerning users is Gneisse's mission. With a history spanning more than four decades, Gneisse presents innovative concepts that position it as an evolute brand, up to date with the most contemporary trends. Gneisse makes the kitchen a space where you feel like being.



## Cozinha MISTIC / MISTIC kitchen

Frontais: painéis HPL super mate anti-impressão digital (24 padrões diferentes e 20 mm de espessura); painéis com folhas naturais diversas, revestidas por orla condizente de 1 mm de espessura; gavetas e gavetões Blum Legrabox em branco/preto e dobradiças Clip Top Blumotion 110° de abertura

/ Fronts: HPL super matte anti-fingerprint panels (24 different patterns and 20 mm thickness); panels with various natural leaves, covered with matching 1 mm thickness edging; Blum Legrabox drawers and pull-outs in white/black and Clip Top Blumotion 110° opening hinges

## Cozinha REVIVAL / REVIVAL kitchen

Frontais: painéis em MDF hidrófugo, lacado mate com puxadores concha cromados

/ Fronts: waterproof MDF panels, matt lacquered with chrome shell handles



## Tampos de Balcão / Countertops

Tampos de balcão em madeira maciça (nogueira, carvalho, faia), com colagem por alta frequência, ou em compacto de quartzo (Silestone e Compac), ou em cerâmico (Deckton e Neolith)

/ Countertops in solid wood (walnut, oak, beech), with high frequency gluing, or in quartz compact (Silestone and Compac), or in ceramic (Deckton and Neolith)

# Chef Ricardo Costa

T MARIA CRUZ | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

“O ato de cozinhar é um ato de inspiração e de criatividade”  
“The act of cooking is an act of inspiration and creativity”

Cada vez mais o conceito de “casa” passa pelo bem-estar e bom funcionamento da cozinha, pois é nela onde se concentram grande parte das emoções de quem a utiliza. Convidamos, para esta edição, o *chef* executivo, Ricardo Costa, do The Yeatman Hotel, que nos fala dos critérios a ter no momento da escolha deste espaço, reforçando a ideia de que o “fácil acesso a tudo na cozinha é fundamental para o ato de inspiração e criatividade”. Por outro lado, as escolhas dos equipamentos também fazem a diferença – no caso do *chef*, o forno é o seu maior aliado, assim como uma boa entrada de luz natural o fascina na hora de confeccionar. Por último, acrescenta que “ter uma cozinha bem montada e decorada leva-nos a ter mais gosto em lá passar tempo”. Fique a conhecer a cozinha ideal daquele que conta, entre outras distinções, com duas *Estrelas Michelin*.

Increasingly, the concept of “home” involves the well-being and smooth running of the kitchen, as it is in this very space that many of the emotions of those who use it are focused. For this issue, we spoke with executive chef, Ricardo Costa, from The Yeatman Hotel. Ricardo tells us about the criteria to bear in mind when elaborating this space, reinforcing the idea that “easy access to everything in the kitchen is fundamental for the act of inspiration and creativity”. On the other hand, the choice of equipment also makes a difference. For the chef himself, the oven is his greatest ally, just as a good entrance of natural light fascinates him when it’s time to cook. Finally, he adds: “having a well-built and decorated kitchen makes you enjoy spending time in it more.” Discover the ideal kitchen for a chef, who, among other accolades, has two *Michelin stars*.

**1. Falando do conceito de “casa” e da “cozinha do *chef*”, que importância tem a escolha da cozinha (desde os materiais aos detalhes) para quem nela vai confeccionar as mais diversas iguarias?**

Dou muita importância e tenho vários critérios no momento da escolha da cozinha. É fundamental que esta seja versátil, ou seja, que no momento de cozinhar tenhamos fácil acesso a tudo o que necessitamos, de forma prática e funcional. O ato de cozinhar é um ato de inspiração e de criatividade e, por isso, é importante que tudo o que precisamos esteja ao nosso alcance.

**2. Uma cozinha bem equipada contribui para um bom resultado na hora de servir?**

Apesar de não ser o fator fundamental, ajuda muito. A lista de equipamentos que tenho acaba por ajudar a definir os pratos que vou cozinhar. Todos os eletrodomésticos são fundamentais, mas tenho de destacar o forno. Por exemplo, recentemente, arranjei um forno de maior dimensão e é graças a ele que consigo fazer em casa o leitão assado à moda da Bairrada.

**3. Existe um conceito de cozinha ideal para o *chef* Ricardo? Se sim, que tipo de cozinha?**

Uma cozinha ampla, com uma boa luz natural, bem equipada e moderna.

**4. Que utensílio não pode faltar na sua cozinha? E porquê?**

Preciso sempre de um bom conjunto de facas. Ter boas facas torna tudo mais simples e rápido. Também são um instrumento fundamental para conseguir fazer cortes mais precisos, sobretudo nos ingredientes mais robustos.

**1. Talking about the concept of “home” and the “chef’s kitchen”, how important is the choice of kitchen (from its materials to its details) for anyone who is going to cook the most varied of dishes in it?**

I give a lot of importance to the act of choosing the kitchen and employ several criteria when doing so. It is fundamental for it to be versatile, in other words, that when cooking you have easy access to everything you need, in a practical and functional way. Cooking is an act of inspiration and creativity, so it’s important that everything we need is within our reach.

**2. Does a well-equipped kitchen help towards a good result when it comes to serving?**

Although it is not the fundamental factor, it helps a lot. The list of equipment I have ends up helping to define the dishes I’m going to cook. Each and every appliance is fundamental, but I have to highlight the oven. For example, I recently got a bigger oven and because of this I am now able to cook Bairrada-style roast suckling pig at home.

**3. Do you have a concept of the ideal kitchen? If yes, what kind of kitchen?**

A large kitchen, with good natural light, well equipped and modern.

**4. Which utensil can’t be missing from your kitchen? And why?**

I always need a good set of knives. Having good knives makes everything simpler and quicker. They are also a fundamental tool to be able to make more precise cuts, especially in more robust ingredients.

**5. O que mais o fascina numa cozinha (a criatividade, o empratamento, a experiência...)?**

Acho que os três são fundamentais e complementam-se para definir a arte da gastronomia. A cozinha é um processo e, antes de começar a cozinhar, gosto de alinhar as minhas ideias e garantir que todas as etapas vão correr e resultar bem, desde a confeção até ao empratamento.

**6. A decoração e disposição de uma cozinha influenciam o estado de espírito de quem a vive?**

Sem dúvida. Tal como referi, gosto de garantir que me vou sentir bem ao longo de todo o processo de cozinhar e, para isso, o estado do espaço onde o vou fazer é muito importante. Ter uma cozinha bem montada e decorada leva-nos a ter mais gosto em lá passar tempo, experimentar novas receitas e iguarias e a trabalhar melhor.

**5. What fascinates you most in a kitchen (the creativity, the plating up, the experience...)?**

I think all three are fundamental and complement each other to define the art of gastronomy. Cooking is a process and before I start cooking, I like to get my ideas in to order and make sure all the steps will go smoothly and turn out well, from making to serving.

**6. Does the decoration and layout of a kitchen influence the mood of those who live in it?**

Definitely. As I mentioned, I like to make sure that I feel good throughout the whole cooking process and, for that, the condition of the space in which I’m going to do it is very important. Having a well-built and decorated kitchen makes you enjoy spending time in it more, trying out new recipes and delicacies and working more effectively.





7. Diverte-se enquanto cozinha? Se sim, de que forma?  
Muito, sobretudo em casa. É onde tenho mais espaço para improvisar e experimentar coisas novas, com menos pressão. Quando cozinhamos para a família e amigos, torna-se tudo mais fácil.

8. Uma cozinha ampla ou aconchegada?  
Ampla.

9. Uma cozinha em tons claros ou escuros?  
Claros.

10. Uma cozinha com ou sem ilha?  
Com ilha.

11. Uma cozinha clássica ou moderna?  
Moderna.

12. Uma cozinha com pratos simples ou com padrões/desenhos?  
Com pratos simples.

13. Uma cozinha com receitas tradicionais ou contemporâneas?  
Em casa, tradicionais.

14. Uma cozinha com imaginação ou emoção?  
Com imaginação e emoção.

7. Do you have fun while cooking? If yes, in what way?  
A lot, especially at home. That is where I have more space to improvise and try out new things, with less pressure. When you cook for family and friends, everything becomes easier.

8. A large or cosy kitchen?  
Large.

9. A kitchen in a light or dark colour palette?  
Light.

10. A kitchen with or without an island?  
With an island.

11. A classic or modern kitchen?  
Modern.

12. A kitchen with simple tableware or with patterns/designs?  
With simple tableware.

13. A kitchen with traditional or contemporary recipes?  
At home, traditional.

14. A kitchen with imagination or emotion?  
With imagination and emotion.



# La Redoute

Com mais de 180 anos de história, a La Redoute tece laços, define tendências e projeta no futuro confiança e entusiasmo, sempre convicta da satisfação dos seus clientes. Nasceu como fábrica de lã, passou por ser um catálogo, e, do mundo da moda, chegou ao mundo da casa. A La Redoute abre portas a todas as famílias, de todos os lugares. E busca excelência em tudo o que produz.

With more than 180 years of history, La Redoute crafts bonds, sets trends, and radiates confidence and enthusiasm into the future, always convinced of its customers' satisfaction. It set out as a wool factory, went on to become a catalogue, and, from the world of fashion, made its way into the world of homeware. La Redoute opens its doors to every family, everywhere. And it strives for excellence in everything it produces.



**Aparador alto em carvalho e lacado, Kasejo / High sideboard in oak and lacquered, Kasejo**

Funcional, elegante e original graças à fachada lacada e ao pé fino metálico, cor champagne / Functional, elegant and original thanks to the lacquered front and thin metallic foot, champagne color



**Louça em Grés, Leiria / Stoneware Crockery, Leiria**

Formas com contornos orgânicos ligeiramente irregulares propostos em vários tons de *degradé*. Fabricado em Portugal / Shapes with slightly irregular organic contours proposed in various faded shades. Made in Portugal



**Pratos em grés esmaltado, Obulus / Earthenware dishes, Obulus**

Pratos com curvas harmoniosas e com contornos ligeiramente irregulares. Oscilando entre o mate e o brilhante, os reflexos brincam com a luz. Fabricados em Portugal / Dishes with harmonious curves and slightly irregular contours. Wavering between matt and glossy, the reflections play with the light. Made in Portugal



**Cadeiras design E. Gallina, Marais / Chairs E. Gallina design, Marais**

A originalidade da forma contrasta com o conforto ergonómico que proporcionam / The originality of the shape contrasts with the ergonomic comfort they provide

# Chef Henrique Sá Pessoa

T FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

“A minha obsessão é fazer projetos que me entusiasmam, me façam crescer e me façam feliz”

“My obsession is doing projects that excite me, make me grow and make me happy”

O ano começou em grande para Henrique Sá Pessoa, *Chef do Ano* para o Boa Cama Boa Mesa em 2022. A abertura do restaurante JOIA, em Londres, brilha de fresca. A internacionalização está-lhe no ADN. O superar-se, todos os dias, é uma meta. A cozinha, essa, evoluiu, mas não perde a alma. Nem o coração. Elementos essenciais, diz, para chegar onde chegou. Neste *A Cozinha do Chef*, falou à **TRENDS**, entre outros temas, sobre ambições, tecnologia e *design*. Ele, que é um fã de tudo o que são novas 'engenhocas' que possam facilitar a vida e tornar tudo muito mais bonito.

The year has started in a big way for Henrique Sá Pessoa, *Chef of the Year* for Boa Cama Boa Mesa in 2022. The opening of the restaurant JOIA, in London, is freshly sparkling. Internationalisation is in his DNA. Outdoing himself, every day, is a goal. For its part, his cuisine has evolved, but it hasn't lost its soul. Nor its heart. Essential elements, he says, to get where he is now. In this *Chef's kitchen*, he spoke to **TRENDS**, among other topics, about ambitions, technology and design. He is a fan of everything that is new 'gadgets' that can make life easier and everything much more beautiful.

## 1. Duas *Estrelas Michelin*. Algum dia sonhou que tal pudesse acontecer?

Acho que qualquer *chef*, a partir do momento em que entra para o universo do *fine dining*, não digo que sonhe com a *Estrela Michelin*, mas, pelo menos, ambiciona chegar a esse nível. Porque é difícil sonhar com algo que, de certa forma, não depende só de nós. Por isso, nunca fui um *chef* de acordar de manhã e a minha vida e o meu sonho serem ganhar uma *Estrela Michelin*, nem o irei ser. Claro que a partir do momento que temos uma distinção dessas, ou duas, a terceira obviamente passa a ser uma ambição, porque se não o fosse, estaria a estagnar. E ainda tenho uns aninhos pela frente, objetivos e metas a cumprir. Certamente, uma terceira estrela é uma delas, mas não é isso que me faz sair da cama todos os dias. A minha obsessão é fazer projetos que me entusiasmam, me façam crescer e me façam feliz.

## 1. Two *Michelin Stars*. Did you ever dream that such a thing could happen?

I think that any chef, from the moment he enters the world of fine dining, I wouldn't say 'dreams about a *Michelin Star*' exactly, but at least aspires to reach that level. Because it's difficult to dream about something that, in a way, doesn't depend only on us. So, I've never been a chef who wakes up in the morning and my life and my dream is to win a *Michelin Star*, nor will I ever be. Of course, from the moment that we have one of these distinctions, or two, the third obviously becomes an ambition, because if it wasn't, I would be stagnating. And I still have a few years to go, objectives and goals to achieve. Certainly, a third star is one of them, but that's not what gets me out of bed every day. My obsession is doing projects that excite me, make me grow and make me happy.

## 2. Ao longo da sua vida, quem foi a pessoa que mais quis deixar orgulhosa?

Nós somos motivados pelas pessoas que nos rodeiam. Família, parceiros, inclusive de ex-relações. São as pessoas que estão ao nosso lado que acabam por nos motivar no dia a dia. Acima de tudo, queremos que essas pessoas acreditem em nós. No meu caso, seja a minha filha, sejam os meus pais, seja a minha namorada, seja o meu sócio. Claro que depois queremos que o público em geral goste. Toda a gente gosta de ser reconhecido, de ser acarinhado...

## 2. Throughout your life, who has been the person you've most wanted to make proud?

We are motivated by the people that surround us. Family, partners, including ex-relationships. It is the people who are by our side that end up motivating us on a daily basis. Above all else, we want those people to believe in us. In my case, that might be my daughter, my parents, my girlfriend or my partner. Of course, then you want the general public to like it/you. Everyone likes to be recognised, to be cherished...

## 3. E na lista de desejos, qual é o próximo?

Há cerca de cinco anos, comecei um período de expansão internacional. Sempre me considerei uma pessoa do mundo. Saí de Portugal aos 17 anos e uma grande parte da minha vida foi passada a viajar, tanto a nível profissional, como em lazer. Sempre senti que Portugal era pequeno para mim. Refiro-me ao meu raio de trabalho. E, portanto, abri em 2017, o meu primeiro espaço internacional em Macau. Em 2021, abri em Amesterdão. E mais, recentemente, abrimos em Londres. Esta necessidade de ter projetos fora tem muito que ver com a minha satisfação pessoal e também com o querer deixar uma marca. Fiz 25 anos de carreira no ano passado e pergunto-me: como quero ser lembrado? Quero ser lembrado como um *chef* que marcou a gastronomia portuguesa em Portugal? Ou como um *chef* que marcou a gastronomia portuguesa em Portugal e lá fora?

## 3. And what's next on your wish list?

About five years ago, I started a period of international expansion. I've always considered myself a person of the world. I left Portugal at 17 and a large part of my life has been spent travelling, both professionally and for pleasure. I've always felt that Portugal was too small for me. I mean my working radius. And so, in 2017, I opened my first international space, in Macao. In 2021, I opened in Amsterdam. And more, recently, I opened in London. This need, to have projects abroad has a lot to do with my personal satisfaction and also wanting to leave a mark. I hit 25 years in my career last year and I ask myself: how do I want to be remembered? Do I want to be remembered as a chef who marked Portuguese gastronomy in Portugal? Or as a chef who marked Portuguese gastronomy in Portugal and abroad?

## 4. E na cozinha, que eletrodomésticos não podem faltar?

Numa cozinha profissional, não pode faltar um bom forno, como os que há hoje em dia, que fazem vapor, fazem baixas temperaturas, fazem mil e uma coisas. E não pode faltar um bom fogão. Hoje em dia, podemos desenhar fogões à medida, com equipamentos integrados específicos.

## 4. And in the kitchen, what household appliances can't you go without?

In a professional kitchen, you can't do without a good oven, like the ones we have nowadays, which can cook with steam, at low temperatures, or do a thousand and one things. And you can't go without a good hob. Nowadays, you can design made-to-measure hobs, with specific integrated equipment.

## 5. Utensílios sem os quais o *chef* não consegue viver?

Uma boa faca, uma boa tábua de corte e uma boa frigideira.

## 5. Utensils a chef just couldn't live without?

A good knife, a good chopping board and a good frying pan.



**6. Em termos de materiais, como descreveria a cozinha ideal?**  
Eu gosto de uma mistura. De uma cozinha que as pessoas olham e quase identificam como a cozinha de uma casa de sonho. Acho que a arquitetura é muito importante, bem como o sentido estético. A iluminação é das coisas que mais valorizo, uma iluminação muito teatral. As zonas onde se trabalha devem estar muito bem iluminadas, mas depois o resto escurecido, porque dá um ambiente mais laboratorial, ao mesmo tempo que é inspiracional, assim como se fosse um sonho. No *atelier*, tive vários parceiros; em casa, recentemente, pus umas bancadas da Laminam, que são antibacterianas, posso pôr os tachos em cima que não queimam, posso espremer um sumo de limão ou cortar um ananás que não vão ficar marchas na bancada... São materiais que há uns anos não existiam e que não só nos facilitam a vida, como nos dão um lado estético. Sou sempre fã de integrar este tipo de materiais nas minhas cozinhas.

**7. Cozinhar para si é um ato único. Leva esse ato muito a sério?**  
Pelo contrário, não podemos levar tudo muito a sério. Acima de tudo, um ato de cozinhar tem de ser um ato de paixão. Tudo tem de ter paixão, empenho e dedicação – seja isto cozinhar para a minha filha ou no restaurante. Claro que, quando cozinho no restaurante, levo o trabalho de uma forma diferente, muito mais mecanizado, mais repetitivo, muito mais técnico, muito menos emotivo, porque estamos todos os dias a replicar as mesmas receitas para que sejam iguais para todos os clientes que nos visitam. Depois, temos o lado emocional quando criamos a receita. O processo criativo tem um lado muito mais emotivo, muito mais livre e muito mais aspiracional. Eu tenho prazer nos dois lados, porque também é muito desafiante servir, todos os dias, cerca de 300 pratos entre as 19 e as 22h30, de forma que saiam todos nos *timings* certos. Por isso, durante o serviço sinto-me muito mais como um maestro e, durante o processo criativo, sinto-me muito mais como um artesão.

**8. Alma ou coração?**

Boa pergunta. Eu acho que não há alma sem coração. É difícil conseguir que algo tenha alma se o coração não está presente.

**9. Arroz ou batata?**

Adoro arroz e adoro batata. Não consigo decidir. Talvez arroz e batata.

**10. Caçarola de barro ou tacho de inox?**

Por uma questão funcional, tacho de inox.

**11. Feijão fradinho ou feijão vermelho?**

Feijão vermelho.

**12. Pimenta branca ou pimenta preta?**

Depende do prato. Se for carne, pimenta preta. Se for peixe, pimenta branca.

**6. In terms of materials, how would you describe the ideal kitchen?**

I like a mix. I like a kitchen that people look at and almost identify as the kitchen of a dream house. I think the architecture is very important, as well as the aesthetic sense. Lighting is one of the things I value the most, very theatrical lighting. The areas where you work should be very well lit, but then the rest darkened, because it gives a more laboratory atmosphere, while at the same time being inspirational, as if it were a dream. In the atelier, I have had several partners; at home, recently, I put in some Laminam countertops, which are antibacterial. I can place hot pots on top of them and they don't burn. I can squeeze a lemon juice or cut a pineapple and no stains will remain on the countertops... These are materials that didn't exist a few years ago and that not only make our lives easier, but also give us an aesthetic side. I've always been a fan of integrating this type of material in my kitchens.

**7. For you, cooking is a unique act. Do you take this act very seriously?**

Quite the contrary; you shouldn't take everything too seriously. Above all, an act of cooking has to be an act of passion. Everything has to have passion, commitment and dedication – whether this is cooking for my daughter or in the restaurant. Of course, when I cook in the restaurant, I see the work in a different way, much more mechanised, more repetitive, much more technical, much less emotional, because every day we are replicating the same recipes so that they are the same for every customer that visits us. Then we have the emotional side, when we create the recipe. The creative process has a much more emotional side, much freer and much more aspirational. I take pleasure in both sides, because it's also very challenging to serve up, every day, about 300 dishes between 7.00 pm and 10.30 pm, in a way in all come out with the right timings. So, during service I feel much more like a maestro, and during the creative process I feel much more like a craftsman.

**8. Soul or heart?**

Good question. I think you can't have soul without heart. It's hard to get something to have soul if the heart is not present.

**9. Rice or potato?**

I love rice and I love potato. I can't decide. Maybe rice and potato.

**10. Clay casserole or stainless steel pot?**

For functional reasons, stainless steel pot.

**11. Kidney beans or black-eye peas?**

Kidney beans.

**12. White pepper or black pepper?**

Depends on the dish. If it's meat, black pepper. If fish, white pepper.

**13. Almoço ou jantar?**

Para fazer menus largos, prefiro almoço. Para beber um bom vinho, prefiro jantar.

**13. Lunch or dinner?**

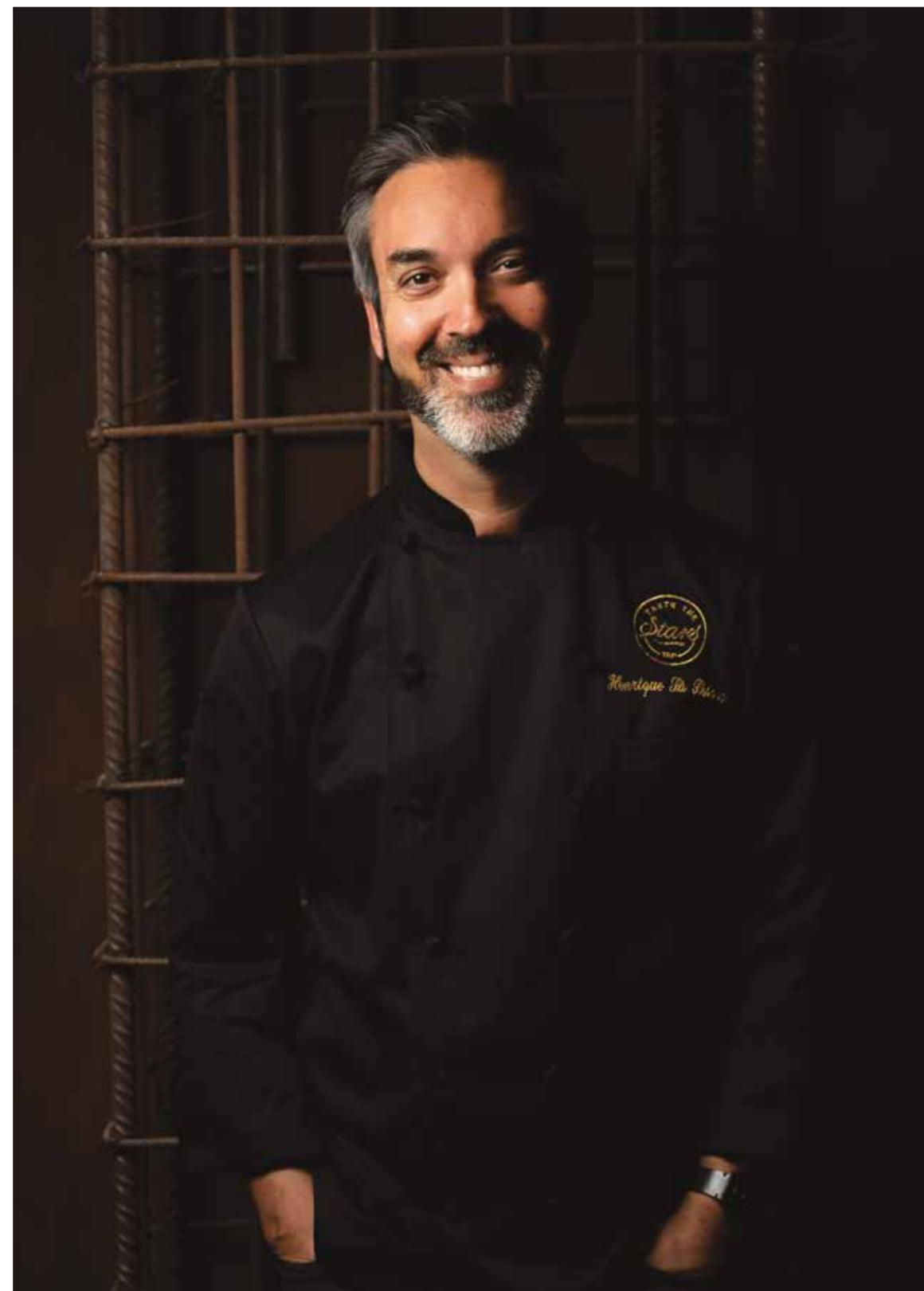
To make lengthy menus, I prefer lunch. To drink a good wine, I prefer dinner.

**14. Bolinhos de bacalhau ou rissóis?**

Difícil. Se os rissóis estiverem quentinhos, rissóis. Se os bolinhos de bacalhau forem de bacalhau e não de batata, bolinhos.

**14. Codfish fritter or rissoles?**

Difficult. If the rissoles are nice and warm, rissoles. If the cod fritters are cod and not potato, then fritters.



# Fabri

A celebrar 40 anos de existência, o Grupo Fabri continua a expandir-se e a inovar. Após a abertura, em 2011, de um *showroom* na África do Sul, a inauguração, em 2022, da Fabri Porto levou ao norte do país o *design* e excelência da marca. Na área de Lisboa, mantém o *showroom* em Cascais e o recém remodelado *showroom* no Parque das Nações. A Fabri alia *design*, modernidade e sustentabilidade.

Celebrating 40 years in existence, Grupo Fabri continues to expand and innovate. After opening a showroom in South Africa, in 2011, the opening, in 2022, of Fabri Porto brought the design and excellence of the brand to the north of the Portugal. In the Lisbon area, it still has the showroom in Cascais and the recently refurbished showroom in Parque das Nações. Fabri combines design, modernity and sustainability.



## Carrinho de chá (ID2) / Tea Trolley (ID2)

1 forma e 5 funções: servir, ocultar, transportar, armazenar e decorar. Em MDF lacado, com rodas embutidas e folha de madeira de nogueira. *Winner of European Product Design Award. Design de Inês Sabino*

/ 1 shape and 5 functions: serving, hiding, carrying, storing and decorating. In lacquered MDF, with built-in wheels and walnut wood veneer. *Winner of European Product Design Award. Design by Inês Sabino*



## Cozinha estilo country / Country style kitchen

Lacada à cor Fabri "Verde Cambuci"

Sistema de abertura através de puxador com acabamento "dourado antigo"

Tampos e revestimento de parede em pedra sinterizada

/ Lacquered in Fabri "Cambuci green"

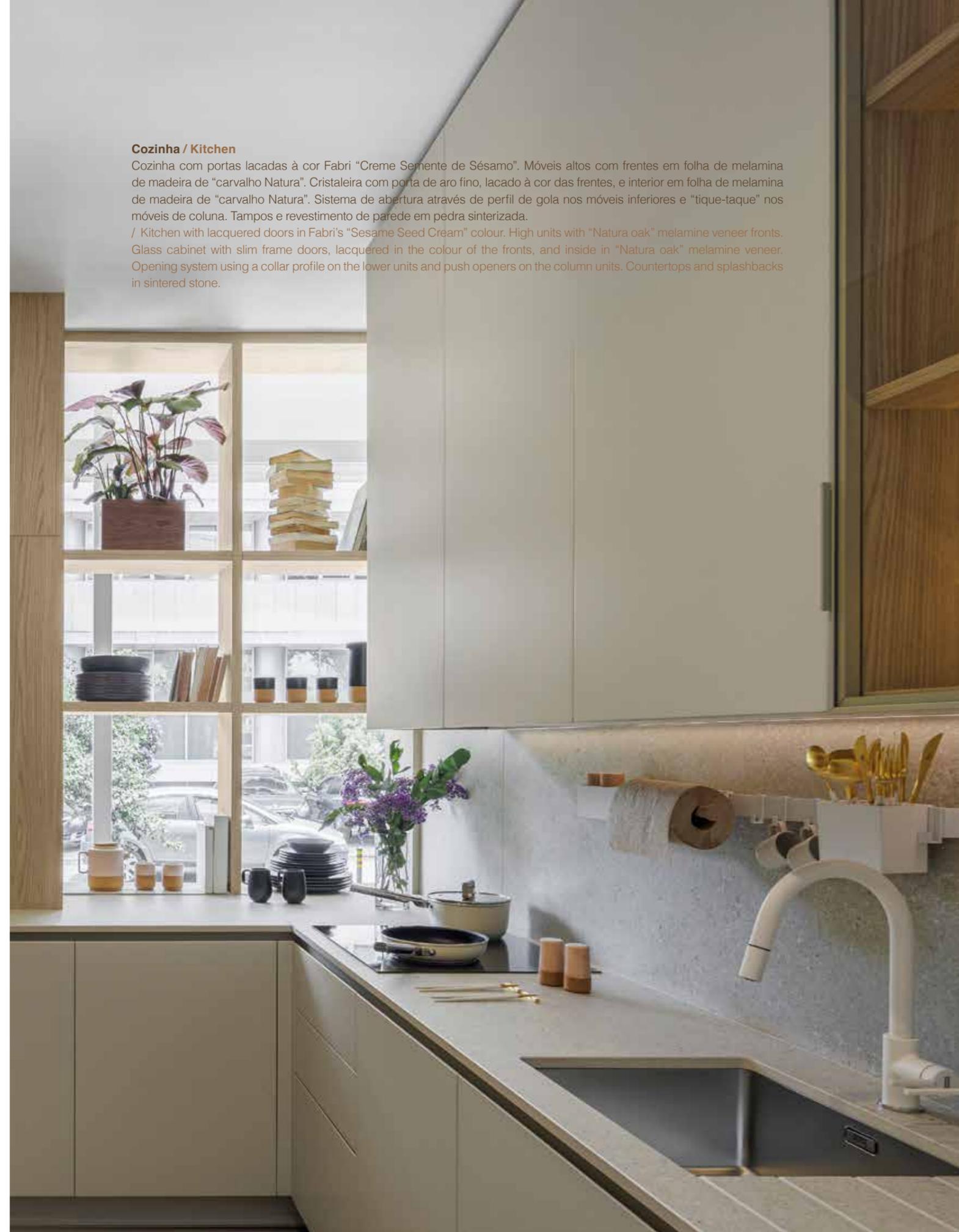
Opening system using a handle with "antique gold" finish

Countertops and splashbacks in sintered stone

## Cozinha / Kitchen

Cozinha com portas lacadas à cor Fabri "Creme Semente de Sésamo". Móveis altos com frentes em folha de melamina de madeira de "carvalho Natura". Cristaleira com porta de aro fino, lacado à cor das frentes, e interior em folha de melamina de madeira de "carvalho Natura". Sistema de abertura através de perfil de gola nos móveis inferiores e "tique-taque" nos móveis de coluna. Tampos e revestimento de parede em pedra sinterizada.

/ Kitchen with lacquered doors in Fabri's "Sesame Seed Cream" colour. High units with "Natura oak" melamine veneer fronts. Glass cabinet with slim frame doors, lacquered in the colour of the fronts, and inside in "Natura oak" melamine veneer. Opening system using a collar profile on the lower units and push openers on the column units. Countertops and splashbacks in sintered stone.



# João de Sousa Rodolfo

T MARIA CRUZ ■ NUNO ALMENDRA

## A cozinha do *chef* aos olhos do arquiteto / The chef's kitchen in the eyes of the architect

### 1. Aos olhos do arquiteto, como se idealiza o espaço da cozinha numa casa?

São fatores a ter em conta o tipo de vivência da família, por exemplo, se realiza ou não todas as suas refeições no espaço da cozinha; se pretende a cozinha integrada ou não no espaço da sala; a localização; a relação com o exterior e com outros espaços da casa; a iluminação, natural e artificial; e a organização funcional do próprio espaço da cozinha.

### 2. Que importância tem hoje a cozinha na casa?

A cozinha é, hoje, e cada vez mais, um espaço que não se restringe ao seu carácter funcional. Atualmente, é também um espaço de socialização, muito mais ligado à sala. Por outro lado, é um dos espaços da casa com vivência mais intensa e, por essa razão, deve ser confortável na sua relação perceptiva com o espaço interior e com o espaço exterior, numa continuidade que se pretende fluida.

### 3. A cozinha do *chef* é cada vez mais solicitada nas casas de famílias. Porque acha que isso acontece?

A cozinha do *chef* é, muitas vezes, complementada com a "cozinha social". Quando existe área disponível, talvez seja a solução ideal. Na primeira, predominam as questões funcionais. Na segunda, a socialização é o fator dominante – é a cozinha onde se pode tomar uma refeição ligeira ou beber um copo com os amigos, enquanto se prepara a refeição.

### 4. Qual ou quais materiais que não podem faltar numa cozinha para que o resultado final seja perfeito e duradouro?

Esta questão não tem uma resposta simples. A gama de materiais e soluções presentes no mercado é, hoje, quase infinita. Prefiro sublinhar características: qualidade, durabilidade, fácil limpeza e sustentabilidade.

### 1. In the eyes of the architect, how does one come up with the kitchen space in a house?

Factors to be taken into account are the way a family lives in it, for example, whether or not they have all their meals in the kitchen space; whether or not the kitchen is integrated in the living room; the location; the relationship with the outdoors and with other spaces in the house; the lighting, natural and artificial; and the functional organisation of the kitchen space itself.

### 2. What is the importance of the kitchen in homes today?

The kitchen is now, and increasingly, a space that is not restricted to its functional character. Nowadays, it is also a space for socialising, and much more connected to the living room. On the other hand, it is one of the most intensely lived spaces in the house, and for that reason, it should be comfortable in its perceptive relationship with the indoor and outdoor spaces, in a continuity that is intended to be fluid.

### 3. The chef's kitchen is increasingly requested in family homes. Why do you think that is?

The chef's kitchen is often complemented with the "social kitchen". When there's space available, it might just be the ideal solution. In the first, functional issues predominate. In the second, socialising is the dominant factor – it's the kitchen where you can have a light meal or a drink with friends while preparing the meal.

### 4. Which material(s) should not be lacking in a kitchen so that the end result is perfect and long-lasting?

This question has no simple answer. The range of materials and solutions on the market today is almost endless. I would prefer to highlight characteristics: quality, durability, easy to clean and sustainability.



# Topázio

Numa peça Topázio há mais valor do que o seu peso em prata. Há todo um património de uma história com quase 150 anos. É uma marca centenária de produtos em prata e banho de prata, orgulhosa da sua herança e com um ADN em constante evolução, que cria objetos de qualidade intemporal e com narrativas para contar.

In a Topázio piece there is more value than its weight in silver. There is the entire heritage of a history dating back almost 150 years. It is an age-old brand of silver and silver-plated products, proud of its heritage and with a DNA in constant evolution, which creates objects of timeless quality and with stories to tell.



## Prato de Bolo Caleidoscópio / Caleidoscópio Cake Stand

Prato de bolo em vidro com base em banho de prata. Coleção Caleidoscópio. Uma peça delicada e intemporal.

Ref.: 74-07435

/ Glass cake dish with silver plated base. Caleidoscópio collection. A delicate and timeless piece.

Ref.: 74-07435

## La Minar – Marco Sousa Santos

Peça comemorativa dos 140 anos Topázio da autoria de Marco Sousa Santos.

Centro de mesa em banho de prata, com base polida e lâminas espelhadas a toda a volta. Interior com peça cilíndrica em cor cobre. A conjugação das duas cores e das formas dá profundidade inigualável à peça.

Ref.: 74-06731

Piece commemorating the 140<sup>th</sup> anniversary of Topázio, by Marco Sousa Santos.

Silver plated centrepiece for the table, with polished base and blades all around. The interior features a cylindrical piece in copper. The combination of the two colours gives unique depth to the piece. Ref.: 74-06731



## Decantador Martin e Copo de Vinho Martha / Martin Decanter and Martha Wine Glass

Copo e decantador em vidro com aplicação em banho de prata. Na forma orgânica e despojada do decantador, onde se abrem aromas e se acentuam sabores, nasce um pormenor decorativo elegante em qualquer mesa. Decantador Martin – Ref.: 74-07450; Copo de vinho Martha – Ref.: 74-06722

/ Wine glass and glass decanter with silver plating. With its organic and simple form, the decanter, in which aromas are opened and flavours accentuated, provides an elegant decorative detail for any table. Martin decanter – Ref.: 74-07450; Martha wine glass – Ref.: 74-06722.



## Caneca Margaridas / Margaridas Pitcher

Caneca em cristal lapidado com bocal em banho de prata, ornamentada com desenhos de margaridas. Uma coleção especial desenhada para as tardes de primavera. Ref.: 74-05068.

/ Cut crystal pitcher with silver plated rim, decorated with daisies. A special collection designed for spring afternoons. Ref.: 74-05068



# Joana Marcelino

T JOANA REBELO | VÍTOR RORIZ

A cozinha do *chef* aos olhos da arquiteta e decoradora  
/ The chef's kitchen in the eyes of the architect and decorator



## 1. Atualmente, a cozinha é uma das divisões da casa mais valorizadas?

Penso que ainda não, pelo menos do ponto de vista da antropologia e psicologia ambiental. Mas a cozinha é uma das divisões mais usadas da casa, em horas bastante específicas e importantes do dia, no âmbito da dinâmica familiar para muitos dos agregados. É o local onde preparámos e tomámos as refeições mais importantes e onde a luz e o conforto determinam e influenciam os restantes espaços, se estivermos a falar de uma casa.

## 1. The kitchen currently one of the most appreciated rooms in the home, is it not?

I don't think it is yet, at least from the point of view of anthropology and environmental psychology. But the kitchen is one of the most used rooms in the house, at very specific and important times of the day, within the family dynamic for many households. It is the place where we make and have the most important meals and where light and comfort determine and influence the other spaces, if we are talking about a house.

## 2. É especialmente difícil projetar um desenho para um espaço como este?

As premissas são as mesmas para o desenho de qualquer outro espaço: funcionalidade, pragmatismo, agilização de funções, cores, conforto, controlo de luz natural e artificial e relação com o exterior, para que o propósito seja o mais fácil e confortável possível.

## 2. Is it particularly difficult to come up with a design for a space like this?

The premises are the same for the design of any other space: functionality, pragmatism, streamlining of functions, colours, comfort, control of natural and artificial light and relationship with the outside, so that the purpose is as easy and comfortable as possible.

## 3. Que decoração escolher, para a cozinha de um *chef*?

Acima de tudo, a que reflita assertivamente a identidade do *chef*. Existem cozinhas mais minimalistas, porque o prato que se confeciona e se apresenta assim o é. Como também temos outras que vão exigir um ambiente mais natural, ou seja, ligado à terra, ao meio onde se inserem e ao processo de confeção.

## 3. What type of décor should you go for, for a chef's kitchen?

Above all else, the one which assertively reflects the chef's identity. There are more minimalist kitchens, because that's how the dish that is being prepared and presented is. Just as there are also others that require a more natural ambience, in other words, connected to the land, the environment and the cooking process.

## 4. Quais são as tendências mais recentes, ao nível de cores e materiais, para a cozinha?

Dependerá muito da identidade da pessoa, do espaço e da casa. Gosto especialmente de cozinhas em contacto direto e generoso com o exterior, que permitam a construção de uma horta, promovendo uma relação direta entre a terra, a confeção e a alimentação. Uma cozinha virada para nascente, de forma a termos contacto direto com os primeiros raios de sol, assim como revestida de tons claros ou de materiais naturais, como é o caso da madeira ou a pedra, de fácil utilização e manutenção. Com o mínimo de materiais colocados, uma boa iluminação artificial e muitas plantas, tornar-se-á, com certeza, um espaço reconfortante, saudável e confortável. Este tipo de cozinha coloca a zona de jantar em segundo plano, uma vez que os princípios do desenho promovem a socialização e o envolvimento nas tarefas que lhe são inerentes. Atualmente, existem eletrodomésticos que permitem colocar a cozinha em qualquer ponto da casa, sem recurso a sistemas de exaustão ou confeção visíveis. Estas facilidades permitem desenhar um espaço sem grande ruído visual ou, então, sem superfícies frias e pouco amigáveis.

## 4. What are the most recent trends, in terms of colours and materials, for kitchens?

It will depend a lot on the identity of the person, the space and the house. I especially like kitchens in direct and generous contact with the outside world, which allow the construction of a vegetable garden, promoting a direct relationship between the land, cooking and eating. A kitchen facing east, so that we have direct contact with the first rays of sunlight, as well as covered in light tones or natural materials, such as wood or stone, easy to use and maintain. With the minimum of materials used, good artificial lighting and lots of plants, it will certainly become a comforting, healthy and comfortable space. This type of kitchen puts the dining area in background, as the design principles promote socialisation and involvement in the tasks involved. Nowadays, there are appliances that allow you to place the kitchen anywhere in the house, without using visible exhaust or cooking systems. These facilities allow you to design a space without much visual noise or, else, without cold and unfriendly surfaces.

## 5. O que não poderá faltar para uma cozinha funcional e esteticamente bonita?

Arrumação e organização, definitivamente. O que torna uma cozinha esteticamente bonita é a ausência de visualização, sobretudo, dos eletrodomésticos ou da boa inserção deles, por forma a tornarem-se integrantes do espaço e não dominantes do mesmo.

O referido parte do método de encastre ou do cuidado com as cores e os materiais escolhidos. Uma boa iluminação de trabalho, acompanhada de uma boa iluminação decorativa, alguns elementos naturais, como plantas aromáticas e utilização de estofos, e cortinas no prolongamento dos espaços de estar resultam muito bem. Para o sucesso desta concretização, todas as especificidades técnicas devem estar bem resolvidas. Aliás, devem ser pensadas aquando da fase do estudo prévio do projeto de arquitetura ou do projeto de remodelação do espaço.

## 5. What can't be lacking for a functional and aesthetically beautiful kitchen?

Storage and organisation, definitely. What makes a kitchen aesthetically beautiful is things being out of sight, above all else, the appliances or their good integration, so that they become part of the space and not dominant elements of it. The aforementioned starts from the built-in method or care with the colours and materials chosen. Good work lighting, accompanied by good decorative lighting, some natural elements such as aromatic plants and the use of upholstery and curtains to extend the living spaces work very well. For this to be successful, all the technical specifics need to be taken care of. In fact, they should be considered during the preliminary study phase of the architectural project or the refurbishment project of the space.

# Castle Stones

Fabricadas com materiais inovadores e mármore triturado, inspiradas pelo Renascimento, ruínas antigas e atmosferas monumentais, estas pedras exclusivas e artesanais são fabricadas de forma inovadora. Os pisos Castle Stones estão disponíveis em 10 modelos: *Dallen*, *Dallen Paris*, *Loft*, *Bricks*, *Big Bricks*, *Oak Bricks*, *French Bricks*, *Cobble Stones*, *Terra Stones* e *Versailles*, e cada um em 11 combinações de cores possíveis.

Made with innovative materials and crushed marble, inspired by the Renaissance, ancient ruins and monumental settings, these exclusive, handcrafted stones are manufactured in an innovative way. Castle Stones floors are available in 10 models: *Dallen*, *Dallen Paris*, *Loft*, *Bricks*, *Big Bricks*, *Oak Bricks*, *French Bricks*, *Cobble Stones*, *Terra Stones* and *Versailles*, and each in 11 possible colour combinations.



## Loft com Bricks / Loft with Bricks

O Loft está disponível em 4 tamanhos:  
91 x 91 cm; 123 x 59 cm;  
123 x 78 cm e 123 x 90 cm  
Peso por metro quadrado: 14 kg  
/ Loft comes in 4 sizes from  
91 x 91 cm; 123 x 59 cm;  
123 x 78 cm and 123 x 90 cm  
Weight per sqm: 14 kg



## Dallen com Relevo / Dallen with Relief

Os modelos Dallen e Loft têm uma pedra com relevo por cada 15 metros quadrados. Também pode pedir pedras que apresentem o seu próprio desenho ou logótipo. A Castle Stones já fez vários desenhos e brasões de família exclusivamente para restaurantes, lojas ou casas  
/ Dallen and Loft models have one stone with a relief for every 15 sqm. You can also get stones that feature your own design or logo. Castle Stones has already made multiple designs and family coats of arms exclusively for restaurants, stores or homes

## Dallen com Bricks / Dallen with Bricks

A espessura é de 7 a 8 mm e o peso por metro quadrado é de 14 kg. A coleção Dallen é composta por 130 formas e tamanhos diferentes que variam de aprox. 28 x 31 cm a 90 x 132 cm.  
Tamanhos de tijolos: aprox. 4,5 x 12 cm a 4 x 15 cm  
/ The thickness is 7 to 8 mm and the weight per sqm is 14 kg.  
The *Dallen* collection consists of 130 different shapes and sizes which vary from approx. 28 x 31 cm to 90 x 132 cm.  
Sizes of bricks: approx. 4.5 x 12 cm to 4 x 15 cm



# Argatintas

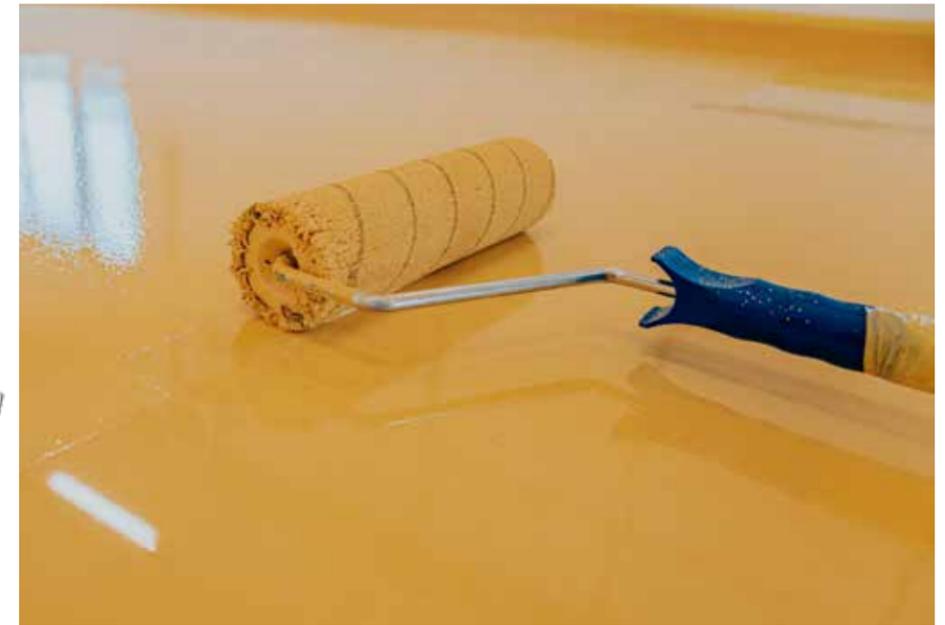
Há mais de 40 anos no mercado, a Argatintas é uma das maiores fabricantes nacionais no que às tintas e vernizes diz respeito, primando pela qualidade dos seus produtos. Por ano, são produzidas mais de duas mil toneladas, sendo 85% de base aquosa e 15% de base solvente. Respondendo a diferentes segmentos de mercado, como a construção civil, indústria, metalomecânica, indústria cerâmica, mobiliário, entre outros, a empresa tem vindo a escrever a sua história e a pintar sorrisos.

In the market for over 40 years, Argatintas is one of the largest Portuguese manufacturers of paints and varnishes, striving for the quality of its products. More than two thousand tons are produced every year, 85% of which are water-based and 15% solvent-based. Responding to different market segments, such as civil construction, industry, metalworking, ceramics, furniture, among others, the company has been carving out its history and painting smiles.



## Argafloor Acrílico 1C / Argafloor Acrylic 1C

Tinta 100% acrílica aquosa, para pavimentos em cimento ou betão, sujeitos a atrito médio. Boa resistência ao exterior. Excelente aplicabilidade. Capacidade: 1 l, 5 l, 15 l. Revitalização de pavimentos  
/ 100% water based acrylic paint, for cement or concrete floors, subject to medium friction. Good outdoor resistance. Excellent applicability. Capacity: 1 l, 5 l, 15 l. Floor renewal



## Argasilk Plus

Esmalte aquoso baseado em emulsões 100% acrílicas. Aspeto acetinado. Grande resistência à lavagem. GL35. Marcação A+. Capacidade: 1 l, 5 l, 15 l. Tinta promotora de luminosidade  
/ Water-based gloss paint made with 100% acrylic emulsions. Satin appearance. High resistance to cleaning. GL35. A+ score. Capacity: 1 l, 5 l, 15 l. Paint that brightens



## Toutnet Lava e Branqueia / Toutnet Washes and Whitens

Desinfetante aquoso para paredes. Lava e branqueia as superfícies enegrecidas. Capacidade: 1 l, 5 l. Higienização  
/ Water-based wall disinfectant. Washes and whitens blackened surfaces. Capacity: 1 l, 5 l. Sanitising



# JRBotas

Inovação e design são dois dos fatores que melhor espelham os produtos da marca JRBotas. Com um *showroom* no Príncipe Real, em Lisboa, e no Campo Alegre, no Porto, a JRBotas celebra mais de 25 anos a representar marcas de grande prestígio internacional no âmbito das casas de banho de luxo. Graças à vasta gama de produtos, desde torneiras a mobiliário e portas inferiores, a JRBotas oferece ainda a possibilidade de remodelar ou construir de raiz ambientes distintos da casa.

Innovation and design are two of the factors that best reflect the products of the JRBotas brand. With a showroom in Príncipe Real, in Lisbon, and Campo Alegre, in Oporto, JRBotas celebrates more than 25 years representing brands of great international prestige in the world of luxury bathrooms. Due to its wide range of products, from faucets to furniture and lower doors, JRBotas also offers the possibility of remodeling or building from scratch different spaces in the house.

## Limestone + Concrete

Grande Concret Look White 6 mm

Grande Stone Look Limestone Sand Satin 12 mm e 20 mm

3 espessuras: 6 mm, 12 mm e 20 mm para as placas de grandes dimensões da coleção *The Top da Marazzi*, que é enriquecida com novas sugestões de material e propriedades antibacterianas, graças à nova tecnologia Puro

/ Large Concrete Look White 6 mm

Large Stone Look Limestone Sand Satin 12 mm and 20 mm

3 thicknesses: 6 mm, 12 mm and 20 mm for the large slabs of The Top collection by Marazzi, which is enriched with new material suggestions and antibacterial properties thanks to the new Puro technology



## Borgogna

*Grande Marble Look Verde Borgogna* de 6 e 12 mm. As linhas *Grande* e *The Top da Marazzi* incluem agora novas superfícies inspiradas nos mármore mais requintados, na personalidade tátil do cimento ou no fascínio mineral dos metais, que são o resultado da investigação e experimentação dos materiais mais recentes / *Grande Marble Look Green Borgogna* in 6 and 12 mm. The *Grande* and *The Top* ranges by *Marazzi* now include new surfaces inspired by the most exquisite marbles, the tactile personality of cement or the mineral fascination of metals, which are the result of research and experimentation with the latest materials.



## Verde Aver / Aver Green

*Grande Stone Look Limestone Ivory Satin*

*Grande Marble Look Verde Aver Satin*

*Grande Metal Look Corten Metal*

Maleabilidade e versatilidade, leveza e solidez.

Com a linha *Grande da Marazzi*, tem infinitas possibilidades de transformação, podendo fazer das peças cerâmicas o que quiser

/ Malleability and versatility, lightness and solidity. With the *Grande* range by Marazzi, you have endless transformation possibilities, meaning you can make whatever you want out of the ceramic pieces



# Estrelas locais a bordo da TAP

## / Local stars on board TAP

Alinhados com a estratégia da Companhia em promover o melhor de Portugal no mundo, os novos menus a bordo da classe executiva da TAP terão a participação de *chefs* portugueses sonantes como Henrique Sá Pessoa, Cláudio Pontes, Noélia Jerónimo, Júlio Pereira, Diogo Rocha e Óscar Geadas.

O projeto TAP Local Stars, em parceria com a The Art of Tasting Portugal, tem como destino levar o mundo a conhecer o melhor da gastronomia portuguesa. Mas não só. Também pretende dar aos passageiros a oportunidade de provarem os produtos-estrela de cada uma das nossas regiões.

Nos próximos dois anos, em voos de longo curso da companhia nacional, poderá assim provar o melhor da gastronomia portuguesa a bordo da classe executiva. Como? É simples. A viagem começa numa determinada região, representada por um produto local, que irá brilhar pelas mãos de um *chef* local de renome. A cada dois meses, tanto o *chef*, como o menu, o produto e a região são alterados, de forma a percorrer todo o território nacional, respeitando inclusive a própria sazonalidade dos ingredientes.

O projeto arrancou já em março e é na capital que se assinala o começo da aventura, com a garoupa como produto-estrela e o *Chef* Henrique Sá Pessoa como mestre. Dois meses depois, o *Local Stars* viaja até São Jorge, entre maio e junho, dando a conhecer as potencialidades do Queijo São Jorge, com o *Chef* Cláudio Pontes. A estes dois *chefs*, seguir-se-ão mais dez, cujos ingredientes-estrela e respetivas regiões poderá ir descobrindo até ao final de 2024.

“A TAP continua assim a contribuir de forma decisiva para o crescimento da economia portuguesa, para o aumento das receitas turísticas, para manter Portugal ligado ao mundo. E para trazer o Mundo a conhecer o que de melhor temos e fazemos”, remata fonte oficial da TAP.

In line with the company's strategy of promoting the best of Portugal around the world, TAP's new onboard executive class menus will welcome the input of top Portuguese chefs, such as Henrique Sá Pessoa, Cláudio Pontes, Noélia Jerónimo, Júlio Pereira, Diogo Rocha and Óscar Geadas.

The TAP Local Stars project, in partnership with The Art of Tasting Portugal, aims to introduce the world to the best of Portuguese gastronomy. But that's not all. It also intends to give passengers the opportunity to taste the star products of each of our regions.

Over the next two years, on long-haul flights with the national airline, you will be able to taste the best of Portuguese gastronomy when flying executive class. How? It's simple. The journey begins in a particular region, represented by a local product, which will shine in the hands of a renowned local chef. Every two months, the chef, the menu, the product and the region are changed, so as to travel throughout Portugal, while respecting the seasonality of the ingredients.

The project kicked off in March and it is in the capital that the adventure begins, with grouper fish as the star product and Henrique Sá Pessoa as the master chef. Two months later, Local Stars will travel to the Azorean island of São Jorge, in May and June, where chef Cláudio Pontes will showcase the potential of São Jorge cheese. These two chefs will be followed by ten more, whose star ingredients and respective regions you can discover until the end of 2024.

“TAP thus continues to make a decisive contribution to the growth of the Portuguese economy, to increasing tourism revenues, to keep Portugal connected to the world. And to make the world aware of the best that we have and do,” an official TAP source concludes.



COFFEE WICKER CHAIR BY CARLESTONELLI | FOTO BY RENAATNIJS

NEW HULLAHOOP MODEL BY CARLESTONELLI 2022

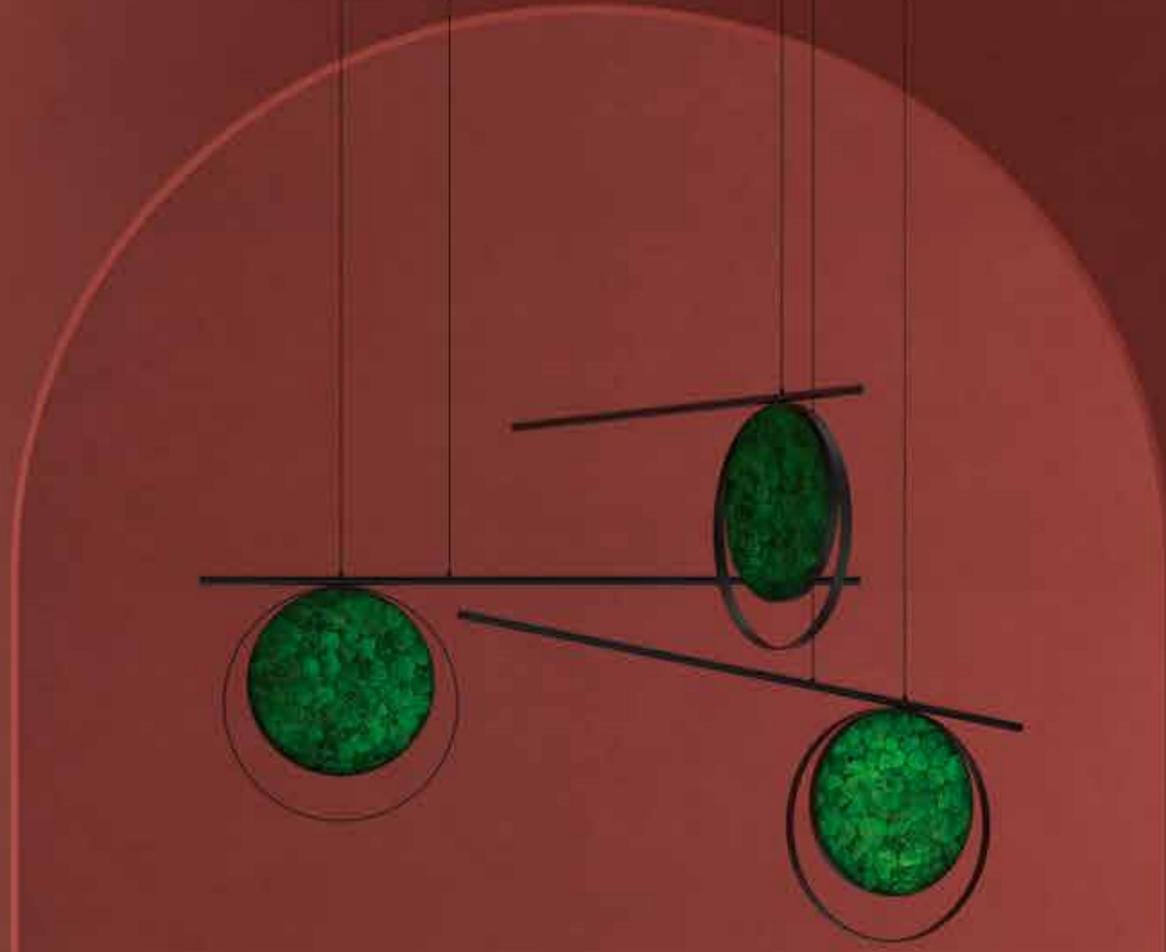


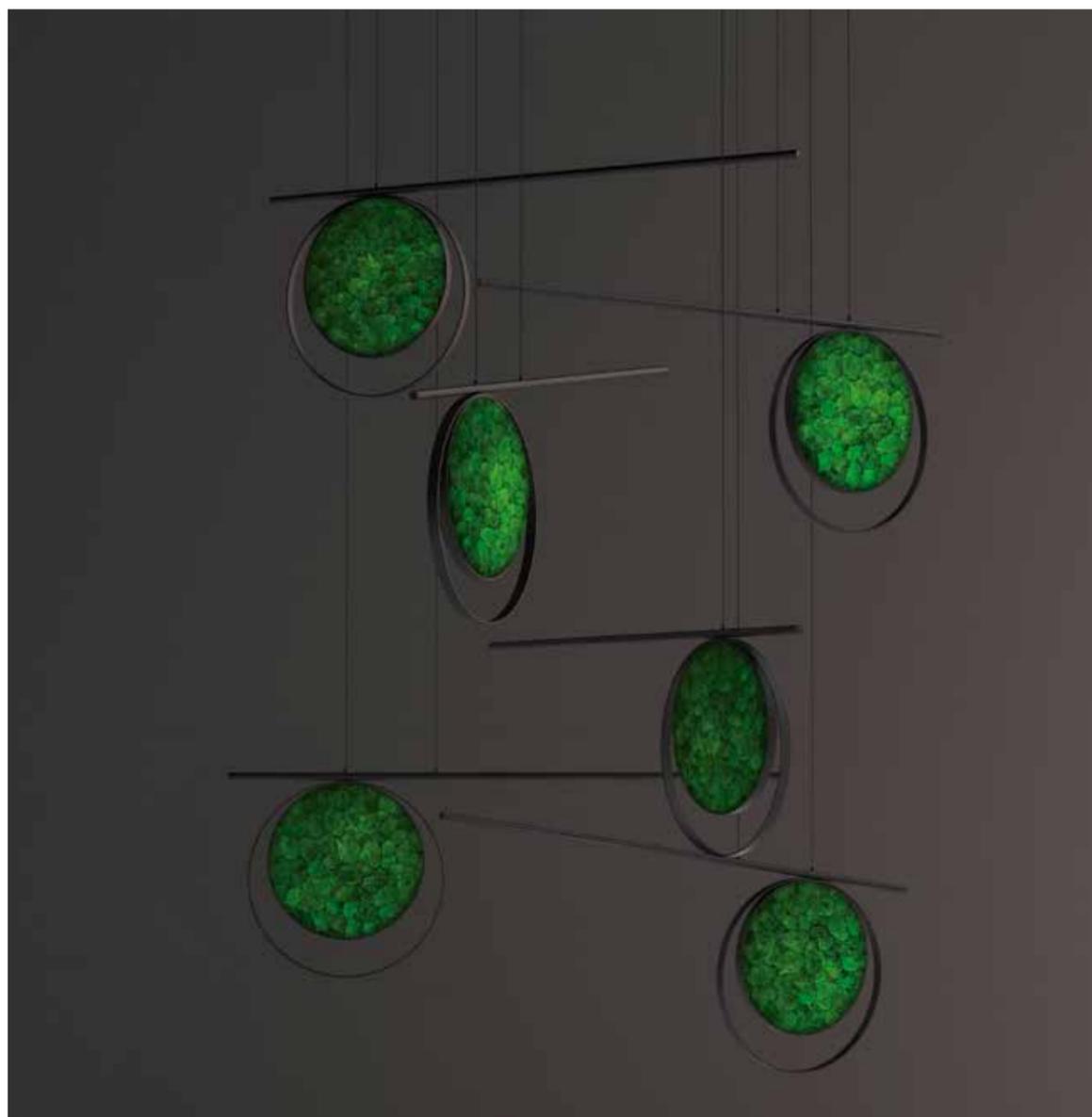
WOODEN  
CHAIRS  
TAILORS





TRENDSETTER





### Green Mood – Tails

O conceito *Tails* passa por uma combinação de plenitude e vazio, inserida numa decoração de musgo suspenso, com a assinatura de Alain Gilles. A Green Mood proporcionou a criação de um modelo que, com as suas diferentes combinações e números, preenche espaços vazios com elegância. O anel incorporado cria a impressão de movimento e a barra de metal confere orientação e drama à personalidade do *Tails*. O elemento secreto é o musgo, que ajuda a absorver o ruído que se apodera do meio envolvente. É, por isso, uma conceção que estimula mentes calmas em ambientes relaxados.

The *Tails* concept is a combination of fullness and emptiness, in the form of a hanging moss decoration with design care of Alain Gilles. Green Mood has created a model that, in any different combinations and numbers, fills empty spaces with elegance. A moss filled ring being inserted inside a larger ring creates the impression of movement and the metal bar gives orientation and drama to the personality of *Tails*. The moss helps to absorb noise coming from the surroundings and therefore the design stimulates calm minds in relaxed environments.



### JPC Universe – Glacoja

Conheça a peça decorativa que não olha à modéstia, o centro de mesa *Glacoja*. JPC Universe lançou-se num projeto que parece rever-se nas constelações, pela mão da Analogia Project. Esculpida por meio de tecnologia e artesanato num bloco de *plexiglass*, a *Glacoja* foi programada para ser o centro das atenções. É uma peça singular, resultando de um trabalho artesanal exímio e de muito pormenor. Os tons que disponibiliza são nobres, a condizer com o seu carácter luxuoso.

Meet the centrepiece *Glacoja*, a decorative item that is anything but modest. Designed by Analogia Project, JPC Universe has embarked on a project that seems to revisit the constellations. Sculpted by means of technology and craftsmanship from a block of plexiglass, *Glacoja* was programmed to be the centre of attention. It is a unique piece, the result of exceptional craftsmanship and great detail. The premium colours on offer match its luxurious character.

## Ambientec – Cachalot

Para iluminar a atmosfera e ajudar a proteger os oceanos, surge a nova lâmpada sustentável da Ambientec. A partir do formato majestoso de uma baleia a aparecer suavemente das profundezas do oceano, nasce o recente modelo da marca: a lâmpada portátil. Desenhada por Yoshiki Matsuyama, a peça ocupa lugar em prateleiras e mesas de centro, encadeando o ambiente com a sua forma fluida e alma quente e aconchegante. Trata-se de um tributo à vida marinha, já que é dela que se retira a inspiração para a criação da fonte de luz cujo nome é *Cachalot*.

The new sustainable lamp from Ambientec emerges in order to light up the environment and help protect the oceans. The brand's latest model, a portable lamp, develops from the majestic shape of a whale gently rising from the depths of the ocean. Designed by Yoshiki Matsuyama, the piece settles nicely on shelves and coffee tables, enchanting the environment with its fluid shape and warm, cosy soul. Inspired by and a tribute to marine life, the light source has been named *Cachalot*.



## 101 Copenhagen – Empire Vase

Recriar a fachada de prédios num elemento decorativo foi o que a 101 Copenhagen se propôs fazer. Assim nasceram os *Empire Vase*, ricos em referências arquitetônicas e de *design* vertical e esguio. Kristian Sofus Hansen e Tommy Hyldahl viram num simples vaso uma oportunidade para aplicar ondulações que transmitem sensações táteis aprazíveis. A novidade da marca é feita de cerâmica e, consoante a preferência, as cores do modelo são personalizáveis. Graças à altura dos vasos, é possível incorporar flores e ramos longos, que lhes conferem um toque gracioso.

101 Copenhagen set out to recreate the façade of buildings, making them a decorative element. This is how *Empire Vase* came about rich in architectural references and of a vertical, slender design. Kristian Sofus Hansen and Tommy Hyldahl saw an opportunity to apply ripples that convey pleasurable tactile sensations in a simple vase. The brand's creation is ceramic and, depending on preference, the colours of the model are customisable. Thanks to their height, it is possible to place long flowers and branches in the vases, which give them a graceful touch.





## BD Barcelona Design – Explorer

BD Barcelona Design apresenta as *Explorer*, as mesinhas laterais projetadas pelo designer Jaime Hayon. Inspirados nos doces redondos que as crianças cobriam, os modelos combinam nostalgia e descontração, através de formas alegres e peças emblemáticas. Trata-se, por isso, de um *design* de mesa de características funcionais, com personalidade carismática e aparência teatral. Expressiva, comunica o seu caráter escultórico com o corpo feito de fibras de vidro lacado, pernas em madeira maciça e tampo em vidro pintado.

BD Barcelona Design presents *Explorer*, small side tables designed by Jaime Hayon. Inspired by the round sweets that children love, the models combine nostalgia and relaxation, through cheerful shapes and iconic pieces. This is a table design that is functional in nature, with a charismatic personality and a theatrical appearance. Expressive, it communicates its sculptural character through its body made of lacquered glass fibres, solid wooden legs and painted glass top.

## Edra – Margherita

Imponente, ela se apresenta. *Margherita* é o nome que se lhe atribui. Jacopo Foggini foi quem a idealizou. Eis a poltrona luxuosa da Edra, pensada de forma a parecer visualmente leve, em grande parte graças ao efeito do policarbonato que a compõe. De linhas arredondadas, alta e giratória, a *Margherita* cria um pedestal em si, tendo facilidade em jogar com a luz, o que lhe confere diferentes tonalidades e brilhos quando exposta à luminosidade. A marca Edra lançou um modelo pautado pelos princípios do luxo, e, quanto a isso, não restam dúvidas.

This piece is certainly imposing. *Margherita*, as it was named, was designed for Edra by Jacopo Foggini. A luxurious armchair, conceived to appear visually light, largely thanks to the effect of the polycarbonate it is made of. Tall and swivelling, with rounded lines, *Margherita* creates a pedestal in itself, with the ability of playing with light, taking on different shades and sheens when next to lights. Edra has launched a model guided by the principles of luxury, of this there is no doubt.



## Mutina – Rombini Vases

A Mutina dá a conhecer o seu novo projeto, idealizado por Ronan e Erwan Bouroullec. A sugestão passa por vasos totalmente artesanais, que incorporam tiras *Rombini Triangle Extra Small*. Os módulos cerâmicos possibilitam a criação de peças decorativas de aspeto arquitetónico, que vão ganhando vida a partir do jogo de luz a que estão expostas. Os *Rombini Vases* são talhados à mão e estão disponíveis em várias cores e tamanhos.

Mutina presents its new project, conceived by Ronan and Erwan Bouroullec. The vases are entirely hand-crafted and incorporate *Rombini Triangle Extra Small* strips. The ceramic modules make it possible to create decorative pieces with an architectural appearance, which come to life through the play of light to which they are exposed. The *Rombini Vases* are hand-carved and available in various colours and sizes.



## Roca

Graças às diferentes inovações tecnológicas da Roca, é possível poupar água, energia e dinheiro em simultâneo — basta seguir as soluções eficientes da marca. As dicas passam pelos *perlatores*, que, através da sua instalação nas torneiras, separam o caudal de águas em vários pequenos caudais misturados com ar, garantindo a redução do consumo. As torneiras termostáticas para chuveiro, denominadas *Misturadoras Termostáticas para Chuveiro T-500*, são outra opção, que permite racionar a água e desfrutar de um agradável duche. As torneiras *cold start*, ou melhor, *Misturadora Monocomando*, e as sanitas dois em um, *Sanita Suspensa W+W*, são outros dos elementos que garantem uma casa de banho eficiente e sustentável. O ambiente e a carteira agradecem.

Thanks to Roca's varying technological innovations, you can save water, energy and money at the same time — all you have to do is follow the brand's efficient solutions. The tips include *perlators*, which, through their installation in taps, separate the flow of water into various small flows mixed with air, guaranteeing a reduction in consumption. Thermostatic taps for showers, called *Thermostatic Shower Mixers T-500*, are another option that allow you to ration the water while enjoying a pleasant shower. The cold start taps, or better, *Single-lever mixer*, and the two-in-one WC, *W+W Wall Hung WC*, are other elements that guarantee an efficient and sustainable bathroom. The environment and your wallet will thank you.

## Torlys – EverWood & EverTile

Com a ambição de garantir excelência em todos os seus produtos, a Torlys lança uma coleção de outro nível: a *EverWood&EverTile*. Esta novidade consiste em pisos de vinil luxuosos, que reúnem características atrativas, começando pelo facto de serem 100% à prova de água, quentes, silenciosos e, principalmente, de fácil manutenção. Com a aposta na coleção *EverWood&EverTile* torna-se simples manter o piso limpo e brilhante. Resistir a manchas duradouras com a Torlys nunca foi tão fácil, graças aos elevados padrões de qualidade que oferece.

With the aim of ensuring excellence in all its products, Torlys launches a collection on another level: *EverWood&EverTile*. This new arrival consists of luxurious vinyl floors with attractive features, starting with the fact that they are 100% waterproof, warm, silent and, primarily, easy to maintain. With the *EverWood&EverTile* collection it is simple to keep the floor clean and shiny. Making stains a thing of the past, thanks to the high-quality standards Torlys offers.





### Moroso – Antibodi

Eis o modelo único da Moroso, uma cadeira que adota a geometria tridimensional a partir de pétalas de formatos simétricos. O resultado é uma explosão floral, um modelo com força vital e repleto de charme. As pétalas que envolvem a espreguiçadeira são de tecido de dupla face e é então que entra Patricia Urquiola, com um desenho de estofamento que origina pétalas com dupla função. Assim, quando viradas para cima proporcionam conforto e feminilidade, já viradas para baixo tornam-se severas. Pode dizer-se que a *Antibodi* é uma espreguiçadeira com estado de espírito.

Take a look at Moroso's unique model, a chair that takes on three-dimensional geometry from symmetrically shaped petals. The result is a floral explosion, a model with vital force and full of charm. The petals surrounding the sun lounger are made of double-sided fabric and this is where Patricia Urquiola comes in, with an upholstery design that gives rise to petals with a double function. Thus, when turned upwards they provide comfort and femininity, while when turned downwards they become serious. You could say that the *Antibodi* is a lounge chair with a state of mind.



### FFerrone – May

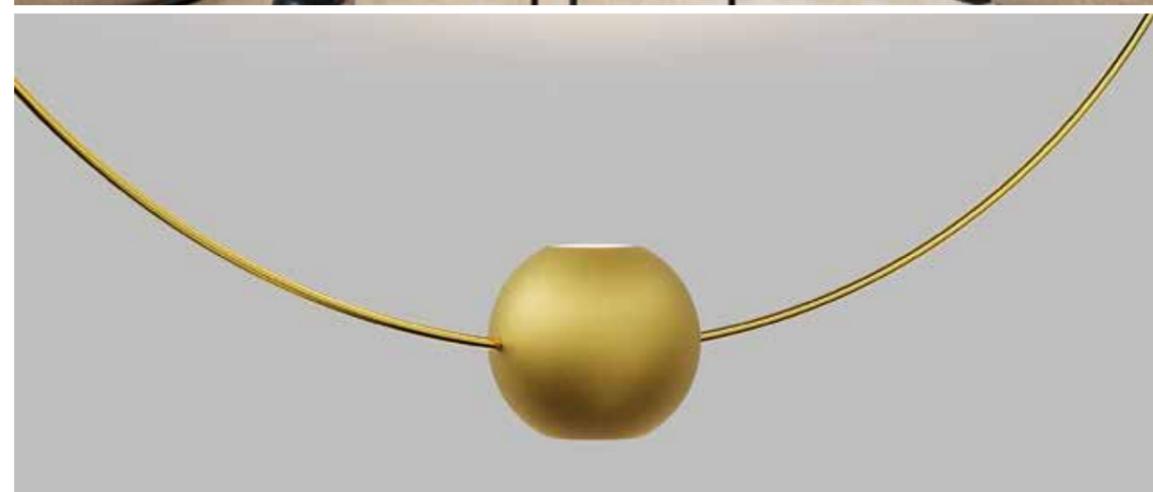
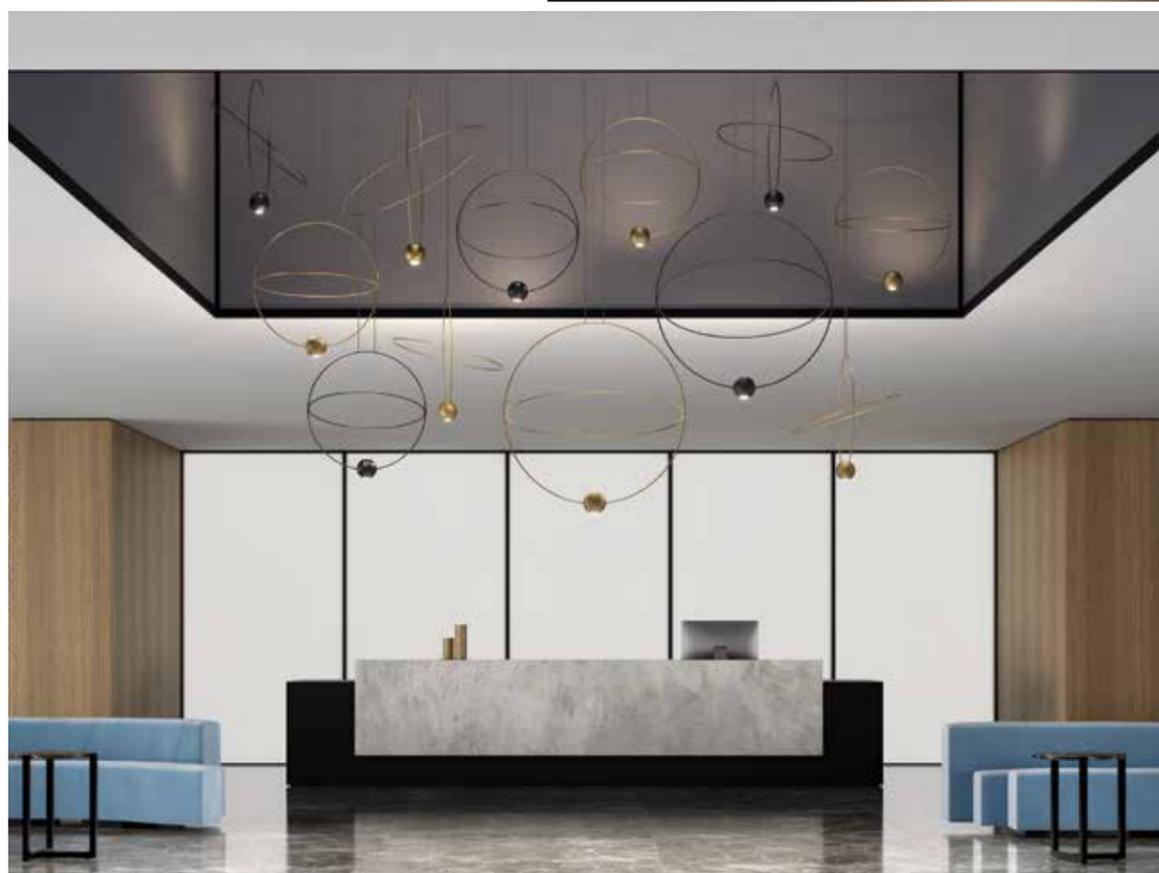
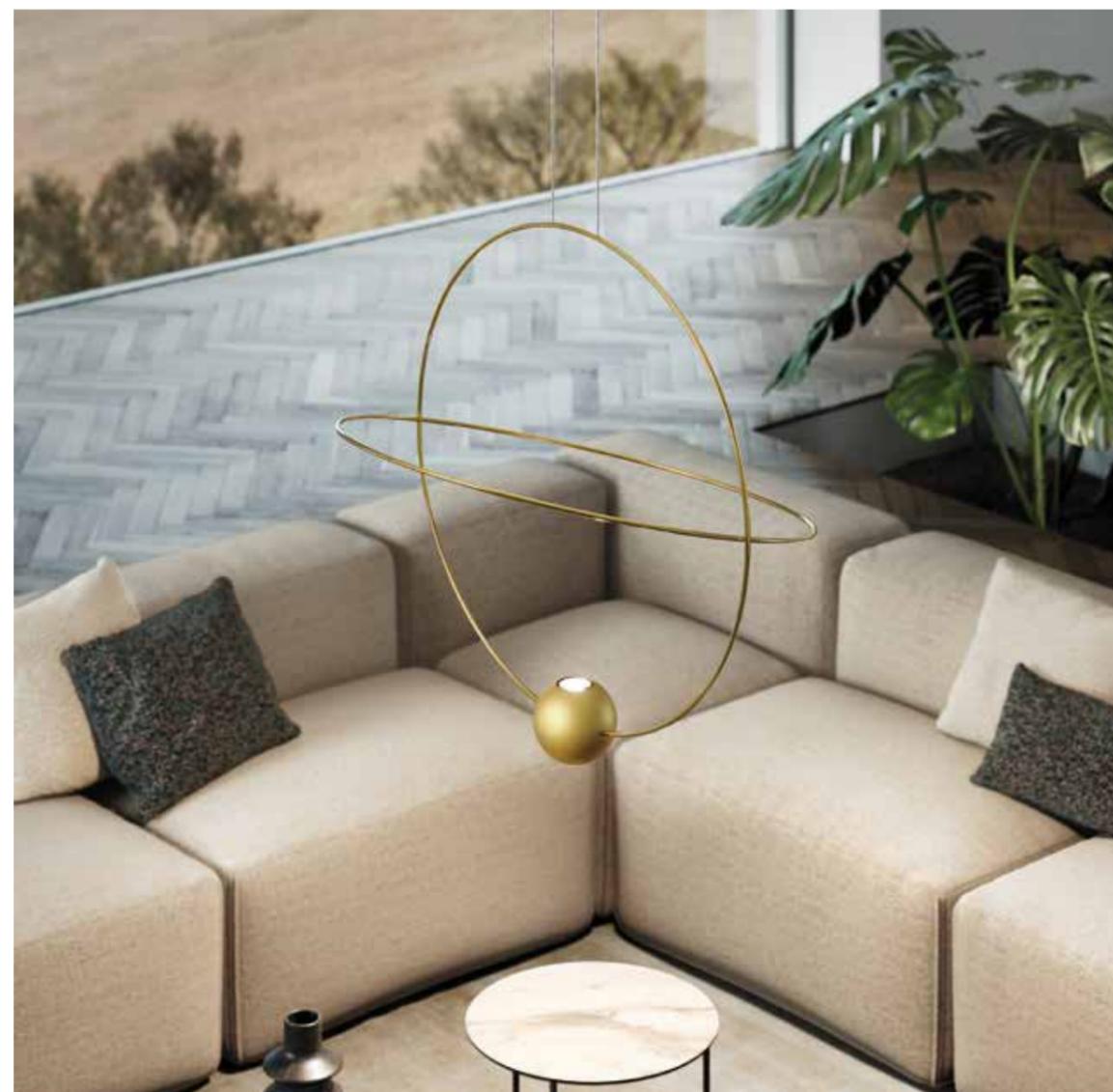
Conheça os copos de vidro borossilicato da FFerrone, um conjunto de duas coupes de champanhe. Com o objetivo de projetar uma mesa de luxo, Felicia Ferrone vê na delicadeza o segredo para a elaboração da coleção *May*. Trata-se de modelos de linhas contemporâneas, ainda que com um aceno ao passado. No interior contém haste oca e no exterior revela a leveza de um dia quente de verão. Ainda que com pinceladas *vintage*, os copos destacam uma visão moderna, e a sua resistência permite uma utilização segura.

Meet FFerrone's borosilicate glassware, a set of two champagne coupes. With the aim of designing a luxury table, Felicia Ferrone sees the secret behind the creation of the *May* collection to be delicacy. The models feature contemporary lines, yet with a nod to the past. Inside it contains hollow stem and outside it reveals the lightness of a hot summer day. Although with *vintage* touches, the glasses highlight a modern vision, and their resistance allows for safe use.

## Lodes - Elara

O novo candeeiro de suspensão da marca Lodes é uma oportunidade para brincar com a escala e contraste por intermédio de diferentes ângulos e acabamentos. *Elara*, desenhado por Nika Zupanc, o candeeiro que pode funcionar como um objeto autónomo ou ser conjugado com outros itens, sem nunca perder o aspeto contemporâneo. De traços minimalistas, revela inspirações no movimento astral, sendo composto por anéis de metal que, quando colocados em vários ângulos, produzem movimento.

The new hanging lamp from the Lodes brand is an opportunity to play with scale and contrast through different angles and finishes. *Elara*, the lamp designed by Nika Zupanc, works as an object on its own or can be combined with other items, without ever losing its contemporary look. With minimalist features, its inspiration comes from the movement of the planets, mimicking their motion through metal rings and geometric design.





## Materium – Materico Wall

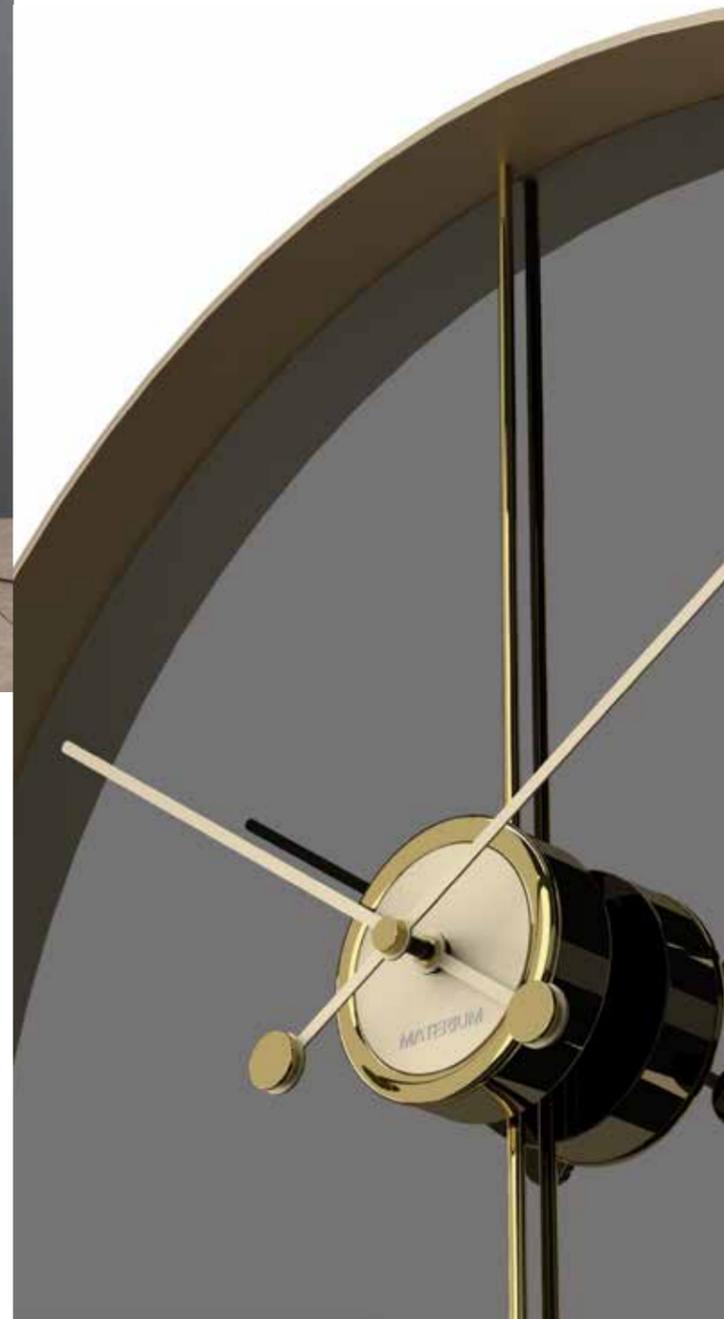
Com vista a fazer jus à beleza do mundo interior, a Materium apresenta a sua mais recente coleção, projetada por Gennaro Lucarelli. Composto por uma família de relógios e espelhos, o conjunto destaca o relógio de parede *Materico Wall*, com um *design* requintado. Feito de chapa metálica, exibe uma fachada cénica, graças ao uso de materiais como espelhos, madeira e mármore. O eixo que percorre as extremidades coloca o coração do relógio no centro, produzindo um efeito minimalista e luxuoso. Uma resposta assertiva, que revela mestria na conjugação de materiais e acabamentos.

With a view to doing justice to the inner world's beauty, Materium presents its latest collection, designed by Gennaro Lucarelli. Comprising a family of clocks and mirrors, the *Materico Wall* clock is the highlight, with its exquisite design. Made of sheet metal, it displays a scenic façade, thanks to the use of materials, such as mirrors, wood and marble. The axis running along the edges places the clock's heart in the centre, producing a minimalist and luxurious effect. An assertive response, which reveals mastery in the combination of materials and finishes.

## Bleu Provence – Elegance

Com vista a elevar o conceito de luxo, a Bleu Provence aposta em banheiras de cobre, com traços elegantes e refinados, que resultam num modelo denominado como *Elegance*. Uma fantasia embebida em tons nobres, com acabamentos em cobre, latão e bronze e formas redondas, quadradas e compridas. Está disponível em vários tamanhos e formatos e confere ao meio envolvente o toque *premium* de que necessita.

In order to lift the concept of luxury, Bleu Provence has turned its attention to copper bathtubs, with elegant and refined lines, resulting in a model named *Elegance*. A fantasy soaked in beautiful hues, with copper, brass and bronze finishes and round, square and long shapes. It is available in various sizes and shapes and adds the premium touch your surroundings need.





## Venini – Murana

Venini apresenta um vaso feito de vidro soprado que foge à vulgaridade. O seu nome é *Murana* e é produzido à mão por mestres da área. É Fabio Novembre quem assina o modelo, acrescentando ao vaso um toque de ironia e elegância, em simultâneo. O plano foi criar um produto que incorpora rosto e alma. Clássico e excêntrico. E assim foi.

Venini presents a vase made of blown glass that eschews vulgarity. Its name is *Murana* and it is hand produced by masters in the field. Fabio Novembre has designed the model, giving the vase a touch of irony and elegance at the same time. The plan was to create a product that incorporates face and soul. Classic and eccentric. And that's what happened.



## Bette – BetteLoft Ornament

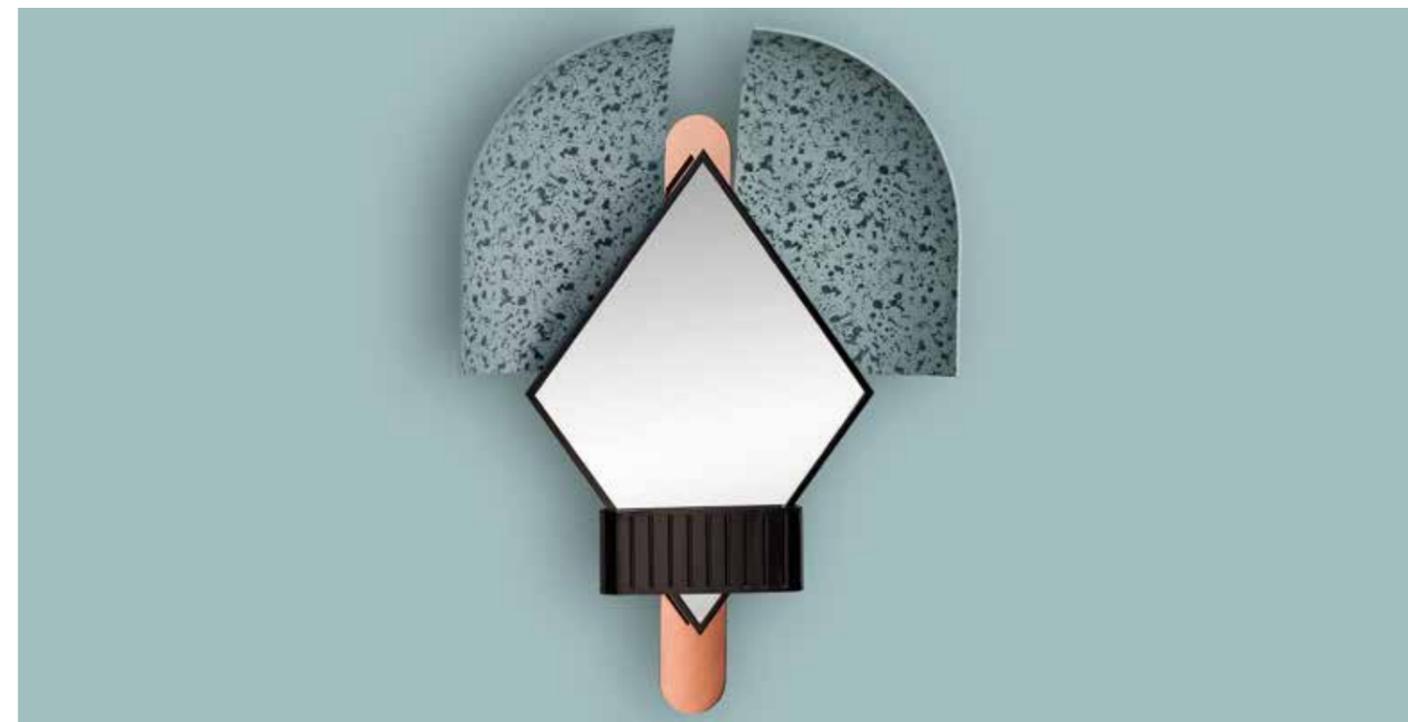
Disponíveis com quatro linhas de relevo, surgem os lavatórios suspensos da marca Bette, os *BetteLoft Ornament*. Estes são a expressão perfeita da versatilidade do aço titânico, que resulta numa aparência expressiva, acentuando o jogo de linhas e saliências num contexto geométrico. São as luzes e sombras que conferem ao modelo potencialidades ao nível da luminosidade e vivacidade, a par com a elegância do *design* que exhibe. Para conceber os *BetteLoft Ornament*, os *designers* Tesseraux e Partner aprimoraram os detalhes.

The *BetteLoft Ornament* wall-mounted washbasins by Bette are available with four relief ranges. These are the perfect expression of titanic steel's versatility, which results in an expressive look, accentuating the play of lines and protrusions in a geometric context. Lights and shadows give possibilities to the model in terms of radiance and vivacity, together with the elegance of the design that it exhibits. The designers Tesseraux and Partner have refined the details to conceive the *BetteLoft Ornament*.

## Driade – Cocky

A marca Driade lança a *Cocky*, uma mesa de centro baixa. Não é uma mesa vulgar, em grande parte pelo vidro espelhado que exhibe no seu topo, em conjunto com o pelo requintado que contorna os seus limites pontiagudos. Tentando elevar o patamar do *design* a outro nível, Fabio Novembre dedica o modelo ao diálogo entre o entretenimento e a arte, a partir dos valores mais altos do luxo. O resultado está à vista: uma mesa que prova ostentação e dramatismo.

The Driade brand launches *Cocky*, a low coffee table. It is no ordinary table, largely due to the mirrored glass it displays on its top, together with the exquisite fur that outlines its pointed edges. Trying to raise design to another level, Fabio Novembre dedicates the model to the dialogue between entertainment and art, from the highest values of luxury. The result is plain to see: a table that proves ostentation and drama.



## Houtique – Bonnet

Pela *designer* Elena Salmistraro nasce um dos mais recentes modelos da Houtique: o espelho *Bonnet*. Aliando o passado ao presente, é-nos apresentado um modelo do futuro, delineado pelas ondas fluidas que exhibe. Trata-se de uma aposta ousada, fora do comum, em que o espelho já não é só um espelho, mas um elemento que estimula a imaginação.

Elena Salmistraro is the designer who has brought life to one of Houtique's latest models: the *Bonnet* mirror. Combining past and present, we are presented with a model of the future, outlined by the fluid waves it displays. It is a bold, out of the ordinary piece, in which the mirror is no longer just a mirror, but an element that stimulates the imagination.



OPINIÃO / OPINION

Rita Costa

FUNDADORA DA RIART - ATELIER RITA COSTA  
FOUNDER OF RIART - ATELIER RITA COSTA

O caminho que vai marcar o futuro do mobiliário

O futuro do mobiliário caminha numa direção em que os materiais existentes são aprimorados por novos materiais, e em que a reutilização e a reciclagem são feitas de forma criativa para resultar em formas mais ousadas e inovadoras.

Todos sabemos a enorme responsabilidade que temos, enquanto designers de interiores e arquitetos, em ser parte de um processo que terá como objetivo repensar os materiais existentes, e que já usamos, para fabricar mobiliário, reformulando-os de maneiras inovadoras. Por exemplo, na feira Salone del Mobile 2022, vários designers e arquitetos exploraram materiais alternativos respondendo ao ímpeto de incorporar a consciência ambiental e a sustentabilidade na produção de mobiliário. Pensamos que parte da mudança está em nós, designers - que estamos entre as marcas e o fabrico -, e numa iniciativa de colaboração mais estreita com investigadores e fornecedores de materiais. Deste modo, poderemos, em conjunto, fazer descobertas de materiais

e formas de montagem com uma maior preocupação ambiental.

Na RIART, acreditamos que o design para montagem (DFA) será parte do futuro do mobiliário. Para os fabricantes, é comprovadamente sustentável projetar para uma montagem fácil, porque o resultado direto traduz-se em menos peças e numa produção mais rápida, que baixa naturalmente as emissões de carbono das operações. Outro caminho que marcará o futuro do mobiliário, principalmente do mobiliário comercial, é o mesmo ser realinhado para adaptabilidade, recombinação, continuidade, facilidade de armazenamento e materiais saudáveis, tal como já vimos acontecer na última edição da feira de Milão.

Nos últimos anos, temos assistido, no mundo mobiliário, à criação de diversas trajetórias que, em comum, partilham um propósito: a preocupação ambiental e sustentável.

The path that will mark the future of furniture

The future of furniture is heading in a direction where existing materials are enhanced by new materials, and where reuse and recycling are creatively executed, resulting in bolder and more innovative forms.

We all know the enormous responsibility we have, as interior designers and architects, to be part of a process that will aim to rethink the existing materials we already use to make furniture, reworking them in innovative ways. For example, at the Salone del Mobile 2022 fair, several designers and architects explored alternative materials, responding to the drive to incorporate environmental awareness and sustainability into furniture production. We think part of the change lies in us, designers - who stand between the brands and manufacturers -, and in an initiative to work closer with researchers and material suppliers. In this way, together we can discover materials

and ways to assemble that are more environmentally focused.

At RIART, we believe that design for assembly (DFA) will be part of the future of furniture. For manufacturers, it is proven and sustainable to design for easy assembly, because the direct result translates into fewer parts and faster production, which naturally lowers the carbon emissions of the operations.

Another path that will mark the future of furniture, especially commercial furniture, is for it to be realigned towards adaptability, recombination, continuity, ease of storage and healthy materials, as we have already seen at the last edition of the Milan fair.

In recent years we have witnessed the creation of several trajectories in the furniture world that share a common purpose: environmental and sustainable concern.



ESPAÇOS DE REFEIÇÃO

Onde design rima com função

LARE DOU TEU

MOBILIÁRIO | DECORAÇÃO | TAPETES  
ILUMINAÇÃO | TÊXTIL - LAR | EXTERIOR

AM PM

Condições especiais para profissionais



LARE DOU TEU BUSINESS

talking to:

# TIAGO FLORES

T FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

**“A Xiaomi é a marca mais conectada do mundo e queremos trazer essa conectividade para Portugal”**

O desafio começou logo que aceitou integrar a família Xiaomi, em abril de 2021. Ou não fosse esta marca chinesa uma referência a nível mundial na área da inovação e da tecnologia. À medida que o tempo passa, Tiago Flores, 46 anos, Country Director da Xiaomi em Portugal, sente-se cada vez mais confiante, “devido à qualidade dos nossos produtos e aos nossos valores, que passam pela inovação, preço justo e inclusão digital.” Dentro do segmento de eletrodomésticos para casa, o que não faltam são motivos para acreditar que, no futuro, que começa hoje, a vida será cada vez mais conectada e facilitada. E tudo passa, claro está, pela Inteligência Artificial.

**“Xiaomi is the most connected brand in the world and we want to bring that connectivity to Portugal”**

The challenge began as soon as he accepted to join the Xiaomi family, in April 2021. Doubly so as this Chinese brand is a worldwide name in the field of innovation and technology. As time goes by, Tiago Flores, 46, Country Director of Xiaomi in Portugal, feels increasingly confident, “due to the quality of our products and our values, which include innovation, fair price and digital inclusion.” Within the household appliances segment, there are plenty of reasons to believe that, in the future, which starts today, life will be increasingly connected and facilitated. And, of course, this will all be through Artificial Intelligence.

**Somos cada vez mais tecnológicos. Delegamos cada vez mais tarefas em robôs. O que pode isto ter de bom e de mau?**

A maior conectividade das nossas casas traz vários benefícios, mas eu destaco dois: tempo e conveniência. A estratégia de negócio global da Xiaomi passa pelo desenvolvimento da relação Smartphone x IoT, ou seja, da junção de inteligência artificial com a Internet das Coisas e o smartphone e do benefício que esta relação pode ter na vida das pessoas. O smartphone é assim um hub onde conseguimos controlar todos os nossos dispositivos conectados, de uma maneira simples, isto é, através de uma aplicação como, por exemplo, a Mi Home. Existem benefícios a vários níveis em ter uma vida mais conectada, e o consumidor português está a perceber a conveniência resultante desta transformação digital. Ao conseguir controlar à distância os equipamentos eletrónicos, é possível criar cenários para diversas fases do dia, em que a coordenação dos equipamentos permite poupar tempo na gestão do quotidiano. Por exemplo, ao sair de casa, posso criar um cenário em que o robô aspirador começa a aspirar a casa, o purificador de ar se liga e as luzes se apagam e posso garantir, por exemplo, que a alimentação dos meus animais domésticos é feita nas horas certas. Os cenários são infinitos e feitos à nossa medida.

**Quais os planos da empresa em Portugal para os próximos cinco anos?**

A Xiaomi é a marca mais conectada do mundo e queremos trazer essa conectividade para Portugal, pelo que a estratégia vai no sentido de aumentar as categorias de produto Xiaomi no mercado nacional e reforçar a aposta em categorias-chave como a dos smartphones. Um dos pilares base da Xiaomi é trazer para os consumidores a mais inovadora tecnologia a um preço acessível, e é nesse sentido que vamos continuar a trabalhar. Democratizar o acesso à tecnologia, estar na casa e na vida das famílias – fazer com que reduzam as preocupações e o tempo que perdem em determinadas tarefas diárias é o nosso grande foco e sabemos que é também assim que o mercado percebe a Xiaomi.

**Dentro do segmento de tecnologia para casa, quais as grandes novidades?**

Só no último ano foram várias as novidades nessa área e das quais temos vindo a receber um ótimo feedback dos consumidores. De entre os vários exemplos, podemos destacar o aspirador Mi Robot Vacuum-Mop 2 Ultra, que dispõe de uma estação de autoesvaziamento automático, para maior comodidade, e com capacidade equivalente a dez limpezas e navegação a laser

LDS altamente eficiente, que permite detetar e mapear com precisão a disposição de qualquer espaço, sendo que este equipamento pode limpar até 240 m<sup>2</sup> com uma única carga. É um robô com uma aspiração potente e três esfregonas que proporcionam os melhores resultados até em manchas mais resistentes. Destaco também as nossas Air Fryers, que têm tido imenso sucesso em Portugal, onde cada vez mais a alimentação saudável é uma tendência – este produto permite fritar alimentos com menos óleo e baixo teor de gorduras de forma rápida. Através do seu sistema de agendamento inteligente, é possível predefinir a fritadeira para começar a cozinhar quando estamos a ir para casa, de forma a chegarmos a casa com uma refeição quase pronta.

**“A Xiaomi é a segunda marca preferida dos portugueses em eletrónica de consumo”**

**Quanto cresceu nos últimos anos esta área da empresa (casa) e qual o principal objetivo de continuar a investir nesta área?**

Em Portugal, estamos a sentir o aumento de interesse em produtos de domótica e automatização de processos, característicos de uma verdadeira Smart Home, e o smartphone é a ponte de contacto para essa conectividade. Em termos de volumes de vendas, não será de admirar que a categoria de smartphones tenha uma fatia de pouco mais de 50%, sendo que a outra metade é dividida por todos os outros produtos do ecossistema. Dentro da parte do ecossistema, temos a categoria de wearables com o maior peso, cerca de 35%, seguido da categoria de produtos IoT (Smart Home), com cerca de 20% e 18% em produtos áudio. A categoria de televisão foi introduzida mais tarde e registou um desempenho impressionante, sendo que, este ano, esperamos que esta categoria aumente a sua quota. A nossa visão é trazer todo este mundo conectado, uma vez que há uma procura cada vez maior por estes produtos, porque as vantagens são, de facto, muito diferentes e ajudam no dia a dia.

**Com tanta concorrência, como se consegue marcar a diferença? Qual o segredo do crescimento da marca em Portugal?**

A Xiaomi conta apenas com 12 anos de existência. Apesar de muito jovem, tem vindo a registar um crescimento consistente e uma abrangência global cada vez mais reforçada. Acreditamos que a nossa base de utilizadores é diferenciada pelos nossos “Xiaomi Fãs”, uma grande comunidade global de utilizadores apaixonados, que são

intensamente leais à marca, altamente empenhados na nossa plataforma e contribuem ativamente para melhorarmos os nossos produtos e serviços. Posicionámo-nos como querendo ser os melhores amigos dos nossos consumidores e entregar-lhes a melhor tecnologia a preços justos. Isto é um dos pilares que define a Xiaomi. Este posicionamento é muito bem aceite pelo consumidor, que acaba por se tornar num embaixador da Xiaomi e num agente ativo de recomendação dos produtos. Em Portugal, a Xiaomi é uma marca que tem uma notoriedade muito positiva. Segundo um estudo recente da Multidados, a Xiaomi é a segunda marca preferida dos portugueses em eletrónica de consumo e isso reflete que quem experimenta os produtos da marca fica muito satisfeito.

**“É importante salientar que, enquanto empresa, estamos no caminho da neutralidade de carbono”**

**Como lida a Xiaomi com a questão da sustentabilidade, numa época em que se discute tanto a reciclagem da tecnologia?**

Estamos conscientes da nossa obrigação de sermos ainda mais amigos do ambiente e de mantermos os nossos produtos e materiais em uso durante o máximo de tempo possível. Por isso, temos vindo a trabalhar em várias medidas de sustentabilidade que incluem a otimização das nossas rotas de distribuição, reutilização do *packaging* na logística, aumento da longevidade dos produtos, utilização de menos energia e água nas nossas embalagens, inclusive ter embalagens sem plástico e trabalhar ativamente na economia circular. É importante salientar que, enquanto empresa, estamos no caminho da neutralidade de carbono e a dar um maior contributo para a economia circular através da inovação em toda a cadeia de valor. É uma viagem em que estamos plenamente empenhados.



**We are becoming more and more technological. We delegate more and more tasks to robots. Where will this lead us, in terms of good and bad?**

The greater connectivity of our homes brings several benefits, but I would highlight two: time and convenience. Xiaomi's global business strategy involves developing the *Smartphone x AIoT* relationship, that is to say, the confluence of artificial intelligence with the Internet of Things and the smartphone and the benefit that this relationship can have on people's lives. The smartphone is thus a hub where we can control all our connected devices in a simple way, that is to say, through an application, such as *Mi Home*.

There are benefits at various levels in having a more connected life, and Portuguese consumers are realising the convenience resulting from this digital transformation. By being able to remotely control electronic equipment, you can create scenarios for various stages of the day, in which the coordination of equipment saves time in the management of daily life. For example, when I leave home, I can create a scenario in which the robot vacuum cleaner starts vacuuming the house, the air purifier turns on and the lights are turned off and I can ensure, for example, that my pets are fed at the right times. The scenarios are endless and tailor-made for us.

**What are the company's plans in Portugal for the next five years?**

Xiaomi is the most connected brand in the world and we want to bring that connectivity to Portugal, so the strategy is to increase Xiaomi product categories in the national market and reinforce the investment in key categories, such as smartphones. One of Xiaomi's

essential pillars is to bring to the consumers the most innovative technology at an affordable price, and that is what we will continue to work on. Democratising access to technology, bringing it into the home and into the lives of families - allowing them to reduce the worries and the time they lose in certain daily tasks is our great focus and we know that this is also how the market sees Xiaomi.

**“Xiaomi is the second favourite brand of the Portuguese in consumer electronics”**

**Within the home technology segment, what innovations are causing a stir?**

In the last year alone, there have been several new products in this area, which have received great feedback from consumers. Among the various examples, we can highlight the vacuum cleaner *Mi Robot Vacuum-Mop 2 Ultra*, which has an auto empty station for greater convenience and with a capacity equivalent to ten cleanings and highly efficient LDS laser navigation, which allows you to accurately detect and map the layout of any space, and this equipment can clean up to 240 sqm with a single charge. It is a robot with powerful suction and three mops that provide the best results even on the toughest stains. I would also highlight our *Air Fryers*, which have been a great success in Portugal, where healthy eating is increasingly a trend - this product allows you to quickly fry food with less oil and low-fat content. Through its intelligent scheduling system, it is possible to pre-set the fryer to start cooking when you



are on your way home, so that when you get home your meal is almost ready.

**How much has this area of the company (home) grown in recent years and what is the main objective of continuing to invest in this area?**

In Portugal, we are feeling an increase in interest in home automation and process automation products, features of a true Smart Home, and the smartphone is the contact hub for that connectivity. In terms of sales volumes, it will come as no surprise that the smartphone category has a slice of just over 50%, with the other half being divided by all the other products in the ecosystem. Within the ecosystem, we have the wearables category with the highest portion, around 35%, followed by the *AIoT (Smart Home)* product category with around 20% and 18% in audio products. Our TV category was introduced later and has performed impressively, and this year we expect this category to increase its share. Our vision is to bring this whole connected world, as there is an increasing demand for these products, because the benefits are indeed very different and help in everyday life.

***“It is important to stress that, as a company, we are on the path to carbon neutrality”***

**With so much competition, how do you manage to stand out from the rest? What is the secret of the brand’s growth in Portugal?**

Xiaomi is only 12 years old. Despite being very young, it has been registering consistent growth and an

increasingly fortified global reach. We believe that our user base stands out for its “Xiaomi Fans”, a large global community of passionate users, who are intensely loyal to the brand, highly committed to our platform and actively contribute to improving our products and services. We have positioned ourselves as wanting to be our consumers’ best friends and deliver them the best technology at fair prices. This is one of the pillars that defines Xiaomi. This positioning is welcomed by the consumer, who ends up becoming an ambassador for Xiaomi and an active agent for product recommendation. In Portugal, Xiaomi is a brand that has a very positive reputation. According to a recent study by Multidados, Xiaomi is the second favourite brand of the Portuguese in consumer electronics and this reflects that those who try the brand’s products are very satisfied.

**How does Xiaomi deal with the issue of sustainability, at a time when the recycling of technology is discussed so much?**

We are aware of our obligation to be even more environmentally friendly and to keep our products and materials in use for as long as possible. We have therefore been working on a range of sustainability measures that include optimising our distribution routes, reusing packaging in logistics, increasing the longevity of products, using less energy and water in our packaging, including having plastic-free packaging and actively working on the circular economy.

It is important to stress that, as a company, we are on the path to carbon neutrality and making a greater contribution to the circular economy through innovation across the value chain. It is a journey we are fully committed to.

**T** Entrevista na íntegra: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)  
Full interview: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)



# Pelo amor à sustentabilidade e ao design.

## Combinar a estética e a construção respeitando o meio ambiente

O vosso objetivo é desenhar edifícios especiais que sejam sustentáveis e durem muito tempo. O nosso objetivo é apoiar-vos desde o começo da planificação até ao resultado final. Os nossos produtos e sistemas oferecem uma ampla gama de opções de design: tecnologicamente seguros e respeitosos do meio ambiente. Pela sustentabilidade bem vista.

Pelo amor a construir. **Construir com consciência.**



[www.sto.es/pt](http://www.sto.es/pt)

**sto**

Construir com consciência.



IN STYLE





## Dior – Mitzah

A marca francesa acaba de lançar a sua coleção de primavera de 2023. De nome *Mitzah*, em homenagem à musa Mitzah Bricard da Dior, a coleção de maquiagem e perfumes explora as potencialidades do padrão leopardo, que surge desde os primeiros dias na passarela da grife de luxo. Trata-se de uma linha que nos faz apaixonar só pela embalagem, ainda que o interior seja mais precioso. Paleta de sombra de olhos, pó solto, batons, base em pó e vernizes efeito gel é com o que pode ficar a contar da *Mitzah*. E já que falamos em batom, saiba que poderá pintar os lábios com dez novos tons do famoso *Rouge Dior* e, ainda, escolher as fragrâncias a colocar, entre *Gris Dior* à *Oud Ispahan*.

The French brand has just launched its 2023 spring collection. Named *Mitzah*, as a tribute to Dior's muse Mitzah Bricard, the make-up and perfume collection explores the potential of the leopard pattern, which has appeared since the luxury label's first days on the catwalk. This is a range that has us falling in love with the packaging alone, even if what is on the inside is more precious. An eye shadow palette, loose powder, lipsticks, powder foundation and gel effect varnishes are what you can count on from *Mitzah*. And while we are talking about lipstick, you can paint your lips with ten new shades of the famous *Rouge Dior* and also choose which fragrances to use, from *Gris Dior* to *Oud Ispahan*.

## Hey Harper – Loops of love

Inspiração no amor, Hey Harper divulga a sua mais recente coleção – *Loops of Love*. Sob o mote “*In the end we are all in the loop of love*” [Afinal de contas, estamos todos entrelaçados no amor], a designer Milko Boyarov inspira-se nos símbolos inconfundíveis do amor, reproduzindo uma coleção que combina nós e a ideia de entrelaçar, amarrar e desamarrar corações, como forma de representar as ligações fortes que o amor proporciona. A mini coleção tem o objetivo de contar histórias através da arte da joalheria, destinando-se àqueles que se apaixonam pelas coisas mais simples e banais da vida, sejam elas pessoas, sentimentos, objetos ou locais. Conheça a coleção da Hey Harper, composta por brincos, anéis e colares moldados a aço inoxidável com revestimento em dourado.

Inspired by love, Hey Harper unveils its latest collection – *Loops of Love*. Under the motto “*In the end we are all in the loop of love*”, designer Milko Boyarov takes inspiration from the unmistakable symbols of love, reproducing a collection that combines knots and the idea of intertwining, tying and untying hearts, as a way to represent the strong connections that love provides. The mini collection aims to tell stories through the art of jewellery, aimed at those who fall in love with the simple and most banal things in life, be they people, feelings, objects or places. Meet the Hey Harper collection, composed of earrings, rings and necklaces cast in stainless steel with gold plating.



### David Morris – Miss Daisy

Tal como as flores a brotarem num idílico jardim de verão, nasce a coleção *Miss Daisy*, da marca de luxo David Morris. O destaque vai para o anel em ouro branco, de 18 quilates. Composto por margaridas e esmeraldas, o modelo cintila à distância, graças aos diamantes que o constituem. Nostálgica, a peça inspira-se na infância, altura em que as pétalas das flores decidiam o rumo que a vida tinha de seguir: “Bem me quer ou mal me quer, a última pétala que decida”. E *voilà*, é a partir da história e elegância que o modelo ganha forma e tamanho.

Like flowers blooming in an idyllic summer garden, the *Miss Daisy* collection by luxury brand David Morris bursts into being. Our spotlight falls on the 18-carat white gold ring. Composed of daisies and emeralds, the model sparkles from a distance, thanks to the diamonds that it's made up of. Nostalgic, the piece is inspired by childhood, when flower petals decided the direction life was going to take: “He/she loves me, he/she loves me not, let the last petal decide”. And *voilà*, history and elegance give shape and size to the model.

### René Caovilla – Celo Crystal Gold Sandal

E porque elegância é poder, a René Caovilla lança as *Celo Crystal Gold Sandal*, um modelo de sandálias embebidas em ouro. Com cristais multicoloridos embutidos, exibe um salto fino e elegante, alongando-se em espiral por uma espécie de serpente, que se enrola em torno do tornozelo, delicadamente. As duas bandas na zona dos dedos aparentam um toque leve e confortável, sem nunca deixarem de reluzir. Para as *Celo Crystal* não há ocasiões certas, apenas *looks* que lhes atribuem maior realce. Não tente resistir, elas foram idealizadas para não deixar desviar o olhar.

And because elegance is power, René Caovilla launches the *Celo Crystal Gold Sandal*, a sandal model steeped in gold. With multicoloured inlaid crystals, it has a thin and elegant heel, featuring a snake like spiral, which delicately wraps around heel and ankle. The two straps holding the foot appear light and comfortable, without ever ceasing to shimmer. There are no right occasions for the *Celo Crystal*, just looks that accentuate them even more. Don't try to resist, they were designed to not let you look away.





## Luis Onofre – Eden

É do primeiro jardim do mundo que surge a inspiração para a coleção de verão 2023 de Luis Onofre. Entre inúmeras cores e texturas, os manequins dão a sensação de transportar um jardim em cada pé, com as flores e pavões que vão surgindo, harmoniosamente, nos modelos de sandálias. E porque as combinações mais improváveis são as mais entusiasmantes, todas as cores são permitidas nas diversas silhuetas e alturas que compõem o calçado. A particularidade reside no facto de as mesmas se adaptarem a todos os formatos de pé, conferindo estabilidade extra. Peles polidas, camurças, cetins e plásticos são os materiais que constituem a nova coleção de Luis Onofre.

The inspiration for Luis Onofre's Summer 2023 collection comes from the world's first garden. Among countless colours and textures, the models give the sensation of carrying a garden on each foot, with flowers and peacocks appearing harmoniously on the sandal models. And because the most unlikely combinations are the most exciting, any colour is allowed in the various shapes and heights that make up the shoes. The uniqueness lies in the fact that they adapt to all foot shapes, giving extra stability. Polished leathers, suede, satins and plastics are the materials that constitute the new collection by Luis Onofre.



## A-Derma – Biology Sérum

Hidrata, preenche e fortalece. O *A-Derma Biology Sérum Hidratante* é uma loção 3 em 1 destinada a todos os tipos de pele. Um cosmético de uso diário recomendado para peles fragilizadas e desidratadas. Graças à sua fórmula natural, respeita, protege, ilumina e reforça a barreira cutânea. É facilmente aplicado através do seu dispensador de pipetas e possui uma textura lisa e translúcida, que deixa um acabamento invisível e incrível. A sua fórmula combina poderosos ingredientes ativos: seiva de aveia orgânica *Rhealba*®, com propriedades reequilibrantes e hidratantes; extrato de *Florin d'Or*, conhecido pelas suas propriedades antipoluição; e ácido hialurónico concentrado, que proporciona hidratação de longa duração.

It moisturises, fills and strengthens. *A-Derma Moisturising Biology Serum* is a 3 in 1 lotion for all skin types. A cosmetic for daily use, recommended for fragile and dehydrated skin. Thanks to its natural formula, it respects, protects, revitalises and reinforces the skin barrier. It is easily applied with its pipette dispenser and has a smooth, translucent texture, which leaves an incredible invisible finish. Its formula combines powerful active ingredients: organic *Rhealba*® oat sap, with rebalancing and moisturising properties; *Florin d'Or* extract, known for its anti-pollution properties; and concentrated hyaluronic acid, which provides long-lasting hydration.





## Chloé

Das margens do oceano, ergue-se um colar pouco comum. No lugar do coração, tem uma concha, que exhibe a sua beleza em forma de espiral. E foi de laranja que a Chloé coloriu o seu modelo, revelando um verdadeiro tributo às maravilhas que a Mãe Natureza concede ao Homem. O acessório transmite vibrações frescas e agradáveis, como se servisse de lembrete para aquilo que se aproxima a passos sorrateiros: o verão. Alegre, a peça é capaz de conferir leveza e energia a um *outfit* pesado e monótono. Um golpe ousado, diríamos.

From the ocean's shores rises an unusual necklace. Where the heart should be, we find a shell, which reveals its beauty in the shape of a spiral. And orange was the colour chosen by Chloé for its model, producing a true tribute to the wonders that Mother Nature gives to mankind. The accessory transmits fresh and pleasant vibes, as if it were to serve as a reminder of what is sneaking up on us: summer. With its cheerful nature, the piece is capable of bestowing lightness and energy to a heavy and monotonous outfit. A bold move, we would say.

## Balmain – Bold Hiking

Do encontro do estilo urbano com os detalhes da alta-costura, surgem os tênis *Bold Hiking*. A Balmain fez uma aposta arrojada, servindo-se de tecnologias de ponta para conferir ao seu modelo um estilo conceitual. Os labirintos, delineados por tons pretos e brancos, tornam as *Bold Hiking* singulares, a par com a sola, feita totalmente de borracha, e o forro de couro, que proporciona um andar leve e confortável, como se estivesse a caminhar por cima das nuvens.

The *Bold Hiking* trainers result from an encounter between urban style and haute couture details. Balmain has made a bold move, using cutting-edge technologies to give this model a conceptual style. The mazes, outlined in black and white, make the *Bold Hiking* unique, along with the sole, made entirely of rubber, and the leather lining, which provides light and comfortable walking, as if you were hiking on top of the clouds.





## Chopard – Alpine Eagle

*Alpine Eagle*, o nome da novidade mais recente da marca suíça, que aconselhamos memorizar. O destaque está na mestria com que a Chopard cruzou dois mundos convencionalmente opostos: desporto e luxo. O resultado foi tão simplesmente um relógio de carácter nobre e contemporâneo. Inspirado na força vital da majestosa águia, o modelo anseia por aventuras e desventuras, movendo-se pela simples ânsia de viver. *Alpine Eagle* é uma sinfonia de detalhes requintados, desde o mostrador, que evoca a íris do olho da águia, aos ponteiros, que lembram as penas que a revestem. Num segundo, está no seu pulso; no outro, está a cruzar os céus com as suas asas majestosas.

*Alpine Eagle* is the name of the Swiss brand's latest creation and we advise you to memorise it. What sets this apart is the mastery with which Chopard has crossed two conventionally opposed worlds: sport and luxury. The result is a watch with a noble and contemporary character. Inspired by the vital strength of the majestic eagle, the model yearns for adventures and misadventures, moved by the simple urge to live. *Alpine Eagle* is a symphony of exquisite details, from the dial, which evokes the iris of the eagle's eye, to the hands, which recall the feathers that cover it. One second, it's on your wrist; the next, it's cruising the skies with its majestic wings.

## Burberry – Vintage Check Detail Leather Chelsea Boots

Apresentamos-lhe as *Vintage Check Detail Leather Chelsea Boots*, um dos mais recentes modelos da Burberry. As recém-chegadas são visualmente atrativas; em grande parte, devido ao seu carácter charmoso e viril. Imponentes, destinam-se a um público masculino que gosta de caminhar com elegância e poder, já para não falar do toque *premium*: o padrão clássico da grife de luxo, incorporado na estrutura de couro. Um visual exclusivo, rendido ao requinte dos tons variados de castanho.

We present you the *Vintage Check Detail Leather Chelsea Boots*, one of Burberry's latest models. The new arrivals are visually appealing, largely due to their charming and virile character. Imposing, they are aimed at men who like to walk with an elegant and strong stride, not to mention the premium touch: the luxury brand's classic pattern, incorporated in the leather structure. An exclusive look, yielding to the refinement of the varied shades of brown.





## Ducray – Neoptide Expert Sérum

Caracterizada por uma redução gradual da densidade capilar, a queda de cabelo crónica é menos frequente nas mulheres do que nos homens, mas tem vindo a aumentar, causando efeitos psicológicos significativos. Podem ser considerados tratamentos localizados e a toma de um suplemento alimentar específico para a causa. *Ducray Neoptide Expert Sérum* é um sérum de dupla ação, indicado para combater a queda de cabelo crónica e estimular o seu crescimento. Ideal para homens e mulheres, torna o cabelo mais denso e volumoso, enquanto fortalece as fibras capilares. Formulado com os ativos *Anchorane™*, *Lespedeza* e *Mangalidona*, devolve vitalidade ao cabelo e promove a produção natural de queratina *K75* para um cabelo mais resistente.

Characterised by a gradual reduction of hair density, chronic hair loss is less frequent in women than in men but is increasing, causing significant psychological effects. Localised treatments and dietary supplements specific to the cause may be considered. *Ducray Neoptide Expert Serum* is a dual action serum, indicated to combat chronic hair loss and stimulate hair growth. Ideal for men and women, it makes hair denser and more voluminous, while strengthening the hair fibres. Formulated with the active ingredients *Anchorane™*, *Lespedeza* and *Mangalidone*, it restores the hair's vitality and promotes the natural production of K75 keratin for more resistant hair.



## Toino Abel

O método de fabrico é antigo, mas não há mente moderna que não as possa desejar. As cestas Toino Abel têm a elegância, as cores e a arte de todos os tempos. À frente da marca, está Nuno Henriques, jovem empresário e visionário. O nome da marca vem do avô, “o António do Abel”, como se dizia noutros tempos. Esses que deram lugar a tudo. Mas, na verdade, tudo começou com o tetravô – era ele quem fazia as cestas. Nuno cresceu entre as malas de junco, a ouvir os teares, na aldeia de Castanheira, Alcobça. Coisas que o tal tempo começou a rarear. Por isso, quando o avô morreu, homenageou-o com a marca, através da qualidade e do sucesso que alcançou. Feita por artesãos, uma a uma, são cestas com estampas originais e acessórios em couro que lhes trazem beleza, funcionalidade e singularidade. E que viajam por todo o mundo, graças à *Internet*.

The manufacturing method is ancient, but there's no modern mind that wouldn't desire them. The Toino Abel baskets possess the elegance, colours and art of all times. Nuno Henriques, a young entrepreneur and visionary is at the head of the brand. The brand's name stems from his grandfather, “António do Abel”, as they used to say back then. Those who made the way to everything. But, in truth, it all started with his great-great-grandfather - it was he who made the baskets. Nuno grew up amongst the reed bags, listening to the looms, in the village of Castanheira, Alcobça. Things that with time began to become rare. So, when his grandfather died, he paid tribute to him with this brand, through the quality and success it achieved. Made by artisans, one by one, the baskets feature original prints and leather accessories that give them beauty, functionality and uniqueness. And that, thanks to the *Internet*, travel all over the world.

## Prada

Um toque de ousadia nunca é demais, e que o diga a Prada, com os seus novos mocassins cintilantes. Ostentando tons de azul e prata, é apresentado um modelo singular, sem limites para a diversão. Os mocassins de couro escovado são inspirados nos calçados clássicos dos anos 90, evidenciando um compromisso assente na reprodução de uma natureza clássica e contemporânea, em simultâneo.

A touch of boldness can never be too much, that's what Prada tells you with its new sparkly moccasins. Boasting shades of blue and silver, a singular model is presented, with no end to the fun. The brushed leather moccasins are inspired by the classic shoes of the 1990s, highlighting a commitment based on the reproduction of a classic and contemporary nature at the same time.



## Philipp Plein

Ocasões especiais exigem *looks* únicos. Eis o novo modelo da Philipp Plein, um *blazer* eletricamente divertido. Seria uma peça de roupa comum, até a marca de luxo incorporar dois raios delineados por cristais delicados. Para os mais festivos, nada melhor do que um *blazer* à medida, que emana luz e elegância, sem cair na monotonia do comum. Atreva-se.

Special occasions call for unique looks. Here comes the new Philipp Plein model, an electrically fun blazer. It would be an ordinary piece of clothing, had the luxury brand not incorporated two lightning bolts outlined by delicate crystals. For the more festive types, nothing beats a tailored blazer that emanates light and elegance, without falling into the monotony of the ordinary. Dare to dare.

## Miu Miu – Ballerinas

A transição contemporânea dos tênis para o charme romântico dos sapatos de bailarina acontece com a Miu Miu. Os traços delicados, combinados com cristais reluzentes e tons suaves, criam um modelo perfeito para reproduzir o clássico *Lago dos Cisnes*, de forma que seja um êxito. Torne-se a protagonista com o modelo elegante da grife de luxo, que incorpora a assinatura da Miu Miu na alça e na palmilha, além do enfeite de cristal a cobrir o sapatinho mágico.

The contemporary transition from trainers to the romantic charm of ballet shoes happens with Miu Miu. The delicate features, combined with glittering crystals and soft shades, create a model perfect for successfully reproducing the classic *Swan Lake*. Become the prima ballerina with the luxury label's elegant model, which incorporates the Miu Miu signature on the strap and insole, in addition to the crystal embellishment covering this magical little shoe.



## Vivienne Westwood – Edward

Uma abordagem descontraída, uma mochila prática, um *design* divertido. A mochila *Edward* é um modelo que respeita a irreverência da marca, com os seus padrões a fugir da vulgaridade. Exibindo o logótipo da Vivienne Westwood, a peça incorpora fechamento por zíper na parte superior, compartimento principal, bolsos internos e frontais com zíper, alça de mão redonda e alça de ombro dupla ajustável e removível. Se para dias longos, se requerem soluções práticas, bonitas e confortáveis, eis a *Edward*.

A laid-back approach, a practical backpack, a fun design. The *Edward* backpack is a model that respects the brand's irreverence, with its patterns eschewing triviality. Exhibiting the Vivienne Westwood logo, the piece incorporates a zip closure at the top, a main compartment, internal and front zippered pockets, round hand straps and adjustable and removable double shoulder straps. If practical, beautiful and comfortable solutions are required for long days, here comes the *Edward*.



### **ISDIN – Isdinceutics Retinal Intense**

*Isdinceutics Retinal Intense* é o nome do inovador sérum da ISDIN, com vista a proporcionar uma pele mais jovem e sem vestígios de rugas. Fala-se, pois, de um sérum bifásico de noite, que ajuda a acelerar a renovação cutânea. Graças à combinação do retinaldeído com ingredientes calmantes, reduzem-se visivelmente rugas e linhas de expressão, resultando numa pele mais lisa, uniforme e de aspeto mais jovem. Experimente a textura emoliente e ligeira da ISDIN, que reduz, no espaço de um mês, 43% das rugas.

*Isdinceutics Retinal Intense* is the name of the innovative serum from ISDIN, aimed at providing younger-looking skin without a trace of wrinkles. We're talking here of a biphasic night serum, which helps to accelerate skin renewal. Thanks to the combination of retinaldehyde and soothing ingredients, wrinkles and expression lines are visibly reduced, resulting in smoother, more even and younger-looking skin. Experience ISDIN's light, softening texture that reduces wrinkles by 43% in one month.

## Off White – Imprint Box

De fachada idêntica aos pilares da antiga Grécia, a Off White apresenta a sua nova linha *beauty*: a *Imprint Box*. De *design* criativo, os bastões destinam-se à expressão facial e corporal, conectando-se suavemente à pele para eliminação de manchas. Mas não só. Na paleta, estão incluídas cinco fórmulas de cores de configuração “automática”, reproduzindo, quando em contacto com a pele, uma variedade de intensidades, desde sombreamento até cores fortes, que garantem aplicação duradoura. O conjunto inclui, ainda, um estêncil para maquilhagens de precisão e uma bandeja de esponja reutilizável, para facilitar a limpeza da pele. Para atribuir o seu toque mais pessoal, a Off White incorpora uma pequena surpresa: um brinquedo personalizado, que representa o símbolo da natureza lúdica da marca de luxo, e uma homenagem a Virgil Abloh, que acreditava que todos tinham uma criança a residir no interior.

With a façade identical to the pillars of ancient Greece, Off White presents its new beauty range: the *Imprint Box*. With a creative design, the sticks are designed for face and body expression, connecting smoothly with the skin to eliminate blemishes. But that’s not all. The palette includes five “automatically” configured colour formulas, reproducing, when in contact with the skin, a variety of intensities, from shading to strong colours, which guarantee long-lasting application. The set also includes a stencil for precision make-up and a reusable sponge tray for easy skin cleansing. To give it its most personal touch, Off White includes a little surprise: a personalised toy, which represents the symbol of the luxury brand’s playful nature, and a tribute to Virgil Abloh, who believed that everyone has a child residing inside.



## XOUXOU

Tudo começou com uma alça que transformou um estojo de telefone num colar de telefone e forneceu uma resposta simples, eficaz e, agora, essencial para se manter conectado, sem problemas e com as mãos livres. Depois dessa visão, já nada voltou a ser igual. Assim, desde 2016 que esta marca inovadora de moda, ligada à tecnologia, fornece soluções sofisticadas e modulares para a vida moderna em movimento. Sediada em Berlim, já chegou aos milhões de pessoas que aderiram ao estilo XOUXOU, com tanto de irreverente, como de prático. Vivemos conectados aos *smartphones*, então, vamos “vesti-los” com o *design* inteligente que eles merecem. São mais de 500 produtos modulares para misturar e combinar, fundindo *design* de produto funcional com estilo elegante, cores vibrantes e materiais de qualidade.

It all started with a strap that turned a phone case into a phone necklace and provided a simple, effective and now essential answer to staying connected, hassle-free and hands-free. After that vision, nothing has ever been the same again. So, since 2016, this innovative, tech-linked fashion brand has been providing sophisticated, modular solutions for modern life on the go. Based in Berlin, it has already reached the millions of people who have signed up to the XOUXOU style, both irreverent and practical. We live connected to smartphones, so let’s “dress them up” with the smart design they deserve. There are over 500 modular products to mix and match, fusing functional product design with elegant style, bright colours and quality materials.



## Dolce&Gabbana – Zebra

É da junção do estilo inovador com os detalhes metálicos que surge o modelo recém-chegado da Dolce&Gabbana: os óculos *Zebra*. De formato quadrado, o modelo lembra os óculos 3D, com linhas predominantemente retas e hastes grosseiras. Mas entre ambos há três grandes diferenças: estilo, qualidade e pormenores que só a marca italiana sabe conferir a uma peça. Veja a vida de outro prisma, com os novos *Zebra*, acompanhados de um estojo protetor e de uma alça de pescoço em corrente.

Dolce&Gabbana's latest model, the *Zebra* glasses, results from the combination of innovative style and metallic details. Square-shaped, the model is reminiscent of 3D glasses, with predominantly straight lines and thick temples. But there are three major differences between the two: style, quality and details that only the Italian brand knows how to give to a piece. See life through another prism, with the new *Zebra*, accompanied by a protective case and a chain neck strap.

## Saint Laurent

Da coleção primavera 2023 da Saint Laurent, surge um vestido charmoso, pautado pelos valores de luxo da marca. Com traços simples, a peça ostenta decote em V e detalhes na zona da cintura, que definem a silhueta. O vestido longo reserva o lugar do centro para o quadril sensual feminino, pormenor que atribui vida e requinte ao modelo da grife de luxo. O melhor? É composto por materiais amigos do ambiente.

From Saint Laurent's spring 2023 collection comes a charming dress, guided by the brand's luxury values. With simple lines, the piece boasts a V-neckline and details in the waist area that define the silhouette. The long dress reserves the centre spot for the sensual female hips, a detail that gives life and refinement to the model of the luxury brand. The best part? It is made of environmentally friendly materials.





OPINIÃO / OPINION

### Leonor Picão

DIRETORA DE MARKETING DA PIERRE FABRE  
PIERRE FABRE MARKETING MANAGER

### Responsabilidade social e ambiental

Desde a criação dos Laboratórios Pierre Fabre, há 60 anos, que o foco está na pesquisa e inovação inspiradas na natureza. Estamos comprometidos com a inovação sustentável e responsável, projetando produtos eficazes e seguros, com a menor pegada ambiental possível para o benefício da natureza e das pessoas. Este é o compromisso da Green Mission, a nossa política de desenvolvimento sustentável. O *eco-socio-design* é uma das suas metas. Foi assim que nasceu o Green Impact Index, um método de classificação de *eco-socio-responsabilidade* que utilizamos para garantir a melhoria contínua. Atribuímos uma pontuação geral a cada produto, sendo um terço da nota proveniente de critérios sociais e os outros dois terços de critérios ambientais. O índice avalia um total de 20 critérios que abrangem o impacto ambiental e social dos nossos produtos. Informamos os consumidores sobre a conformidade

### Social and environmental responsibility

Since the creation of Pierre Fabre Laboratories 60 years ago, our focus has been on research and innovation inspired by nature. We are committed to sustainable and responsible innovation, designing effective and safe products with the smallest possible environmental footprint for the benefit of nature and people. This is the commitment of Green Mission, our sustainable development policy. One of its goals is *eco-socio-design*. This is how the Green Impact Index came into being, an *eco-socio-responsibility* rating method that we use to ensure continuous improvement. We assign an overall score to each product, with one third of the score coming from social criteria and the other two thirds from environmental criteria. The index evaluates a total of 20 criteria covering the environmental and social impact of our

dos produtos que compram com os critérios de RSA e respondemos ao desejo, cada vez maior, de transparência, para permitir um consumo responsável e informado. As ações do Grupo e da Fundação Pierre Fabre ajudam a cumprir 16 dos 17 objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. No entanto, não é só o grupo e as suas marcas que refletem esses compromissos sociais e ambientais, porque cada colaborador da Pierre Fabre também incorpora esses compromissos todos os dias. Promovemos também o Green Mission Day, um dia de voluntariado para os colaboradores contribuírem para uma ação de sustentabilidade. Incentivamos uma dinâmica “verde” em todos os níveis da empresa. A nossa missão é contribuir para melhorar o respeito pela natureza e pelos seres humanos. A nossa missão é verde.

products. We inform consumers about the compliance of the products they buy with the RSA criteria and respond to the ever-increasing desire for transparency in order to enable responsible and informed expenditure. The actions of the Group and the Pierre Fabre Foundation help to meet 16 of the UN's 17 Sustainable Development Goals. However, it is not only the Group and its brands that reflect these social and environmental commitments, because each Pierre Fabre employee also embodies these commitments every day. We also promote Green Mission Day, a volunteer day for employees to contribute to a sustainability action. We encourage a “green” dynamic at all levels of the company. Our mission is to contribute towards improving respect for nature and human beings. Our mission is green.



## PEDRAS MONUMENTAIS INOVADORAS

Inspiradas pelo Renascimento, ruínas antigas e atmosferas monumentais, estas pedras exclusivas e artesanais são fabricadas de forma inovadora. São extremamente leves e finas, entre 6 e 8 mm.

[www.castle-stones.pt](http://www.castle-stones.pt)



Agent Portugal Interiores by Mathilde ★ +351 919 946 965 ★ [info@castle-stones.pt](mailto:info@castle-stones.pt)  
Official dealer Portugal Urbidynamic ★ +351 916 781 094 ★ [info@urbidynamic.com](mailto:info@urbidynamic.com)  
Official dealer Porto Microcrete ★ +351 222 450 910 ★ [geral@microcrete.com.pt](mailto:geral@microcrete.com.pt)

talking to:

# MIGUEL VIEIRA

T JOANA REBELO IGOR MARTINS

## “Portugal não é um país de tradição de moda”

Muito metódico e perfeccionista, Miguel Vieira dá a conhecer as suas true colours à revista **TRENDS**. O estilista dos sete ofícios é hoje um homem que carrega o peito ilustre lusitano, embora admita as falhas que o entristecem num Portugal que persiste em não valorizar a moda e os seus profissionais. Miguel afirma que, sem apoios financeiros, os *designers* de moda fazem “omeletas sem ovos”, e que a representação das marcas portuguesas no exterior é quase nula. Envolvido numa conversa emotiva, o estilista partilha a sua longa carreira de 35 anos, à mistura com pontos de vista nus e crus sobre a realidade da moda em Portugal e no mundo. Uma história recheada de trabalho e sacrifício, a ler nas próximas linhas.

## “Portugal is not a country with a fashion tradition”

Very methodical and perfectionist, Miguel Vieira reveals his true colours to **TRENDS** magazine. The designer from seven professions is today a man who flies the illustrious Lusitanian flag, although he admits the flaws that sadden him in a Portugal that persists in not valuing fashion and its professionals. Miguel says that without financial support, fashion designers make “omelettes without eggs”, and that the representation of Portuguese brands abroad is almost non-existent. Engaged in an impassioned conversation, the designer shares his long career of 35 years, mixed with cold, hard views of the fashion reality in Portugal and the world. A story full of hard work and sacrifice, to be told in the following lines.

### Em três adjetivos, como caracteriza o Miguel Vieira de hoje?

Acho que sou bom amigo, perfeccionista e um homem muito metódico.

### Conte-nos sobre o surgimento da paixão pela moda.

Surgiu do nada, completamente. Geralmente, a maior parte dos designers brincava com bonecas e tal, mas eu era um miúdo que não ligava muito à moda, que vestia o que a mãe obrigava. Andava sempre de calções. Durante bastante tempo foi assim. Entretanto, resolvi tirar um curso de Controlo e Qualidade, que permitia várias especializações. Escolhi a vertente têxtil. Ao mesmo tempo, como tinha um certo jeito para desenhar prédios, pensava em seguir Arquitetura. Para mim, desenhar e falar estavam muito próximos. Muitas vezes, até se tornava mais fácil comunicar a desenhar do que propriamente a verbalizar. Depois, fui convidado a trabalhar numa empresa de confeção para tratar, sobretudo, da parte do controlo e qualidade, mas foi aí que surgiu o gosto pela moda e, um ou dois anos mais tarde, lancei a Miguel Vieira.

### Desenvolve, então, a Miguel Vieira em 1988. Como caracteriza o ADN da marca?

Ao longo dos tempos, tentei encontrar alguns detalhes que muito rápida e facilmente permitissem a identificação com a Miguel Vieira. Um dos primeiros pormenores foi a assinatura, em que está explícito o nome da marca. Depois, consegui criar um logótipo, em forma de duas asas, que se associa de imediato à Miguel Vieira. Outro detalhe foi a escolha de uma cor, nomeadamente, o preto. São os tais pormenores que lentamente se vão construindo para que, mais cedo ou mais tarde, se saiba identificar perfeitamente a marca. Um detalhe típico da Miguel Vieira é que, em todos os desfiles, os modelos exibem uma aliança. Um pormenor que é muito simpático para os manequins. Trata-se de um casamento entre o modelo e a marca, apresentando-o como membro da equipa.

### Que novidades sustentáveis podemos esperar da Miguel Vieira?

Cada vez mais, tenho encontrado produtos no estrangeiro que reúnem várias características amigas do ambiente. Entre um produto sustentável e outro não sustentável, escolho sempre o lado da sustentabilidade. Agora, é muito complicado fazer uma coleção dos pés à cabeça 100% sustentável.

### Então, ainda é um desafio a sustentabilidade?

Sim, é um desafio. Não há assim tanta oferta nesse sentido. Um determinado produto sustentável pode existir, mas não há a quantidade necessária de fornecedores para dar resposta. Eu quero atacadores de sapatos sustentáveis e vejo a situação complicada para os conseguir arranjar. O mesmo para um fecho, botão, forro de um casaco... Há coisas difíceis de obter. Mas, sim, a equipa do meu *atelier* está formatada para que tudo seja cada vez mais sustentável.

### Foi capaz de dizer “não” à Prada e a outras marcas de luxo. Alguma vez se arrependeu dos sacrifícios que fez para concretizar o sonho de criar a sua própria marca?

Não me arrependi, mas posso dizer que é um percurso muito árduo. Todas as profissões são complicadas. Um médico, para chegar ao estatuto de médico, teve de fazer muitos sacrifícios, estudando durante muitos anos. Aqui, no mundo da moda, é igual. Em Portugal, as fábricas trabalham, muitas vezes, quase a 100% para fora. Fazem uma coleção e vão para o exterior, não para vender o seu próprio produto, mas para outras marcas irem ao seu encontro, dizendo o que gostam ou não, para depois a fábrica remover a sua etiqueta e fabricar as peças que a marca em questão ditar. Esse nunca foi o meu objetivo. Se tivesse seguido esse caminho, a esta hora teria muitos carros e muitas casas, à semelhança de muitos industriais. Sempre achei muito importante que Portugal, não sendo um país de tradição de moda, tivesse pessoas que pudessem embelezar o país com as suas próprias criações. Quando apresento as minhas coleções numa feira internacional e chega uma marca de primeira linha a apontar as peças de que mais gosta, pedindo para tirar a etiqueta Miguel Vieira e colocar a sua, eu simplesmente digo “pela porta que entrou é pela porta que pode sair”. Portanto, se tivesse seguido outro caminho poderia ser milionário, mas, hoje, sou feliz com aquilo que faço, com a minha marca. Ainda falta muito para atingir todos os meus objetivos, mas acho que, a curto prazo, as coisas poderão dar um salto grande.

## “... é muito complicado fazer uma coleção dos pés à cabeça 100% sustentável”

### Como caracteriza a saúde do setor, atualmente, em Portugal?

A saúde da moda está bem, só que tenho muita pena. Portugal não é um país de tradição de moda, à semelhança de Paris ou Milão. É um país que faz roupa para outras marcas e não para as suas próprias marcas. Não temos marcas portuguesas a representar lá fora e, cada vez mais, existe a ideia de reduzir financeiramente os *designers* de moda. Nós não queremos fazer milhões de peças. Aliás, somos um bom cartão de visita de Portugal para os outros países, permitindo que percebam que em território luso se faz boa moda. Fico com pena que os industriais não facilitem a vida dos *designers*. Quando um novo criador começa a trabalhar, é normal que queira fazer meia dúzia de peças, mas a indústria dificulta, porque a quantidade é exigida. Penso que algumas empresas deveriam optar por trabalhar com pequenas séries e *designers*, em que o custo de peça não é 1€, mas 50€, do que estarem a produzir lá para fora e venderem as peças a 1€. Outro grande problema é a parte governamental, que não dá apoio aos *designers*. O governo acha que somos egocêntricos e que olhamos só para nós. Pensam que

queremos a roupa só para nós, mas queremos é roupa para promover o país. Devíamos ser altamente subsidiados. Se as indústrias têxtil, de calçado e de marroquinaria estão com muito trabalho, deve-se aos *designers* portugueses, que têm feito uma carreira com o intuito de mostrar que em Portugal se faz boa moda. Mas nós ganhamos tostões, eles ganham milhões.

## “Não somos valorizados nem apoiados em termos governamentais”

**Acha que a moda ainda carece de apoios por parte do país?**

Há pouquíssimos apoios e é tudo dado e pensado como se fosse uma esmola. Nós, portugueses, conseguimos fazer muitas vezes “omeletas sem ovos” e as pessoas ligadas ao governo não imaginam a nossa dificuldade. Todos os *designers* são maravilhosos em Portugal. Temos uma capacidade inacreditável de interpretar e reinventar. Se precisarmos de fazer uma mesa, somos capazes de ir a um caixote do lixo e encontrar umas tábuas ou um bocado de cartão e montarmos, definitivamente, a mesa. Já os americanos não conseguem, visto que precisam de um computador e de uma aplicação para o fazerem. Não somos valorizados nem apoiados em termos governamentais, e falo na generalidade.

Eu não me posso queixar, fui Comendador da Ordem do Infante D. Henrique, tenho dois *Globos de Ouro*, vários prémios e medalhas, mas queixo-me, sim, dos apoios governamentais. Tenho muita pena.

**Foram muitos os episódios em que empresas falsificaram Miguel Vieira, havendo a acrescente de se tornar difícil distinguir dos produtos originais. Foi, por isso, o primeiro português a incorporar um holograma de prata com chumbo nas peças, para mostrar a sua veracidade. Acha que, de certa forma, estas situações espelham a insuficiência de fiscalização no país?**

Há outros países piores, mas, infelizmente, somos alvo de muita falsificação. Para combater isto, há alguns anos, optamos por um holograma. Cada uma das peças tem uma numeração, o que significa que podemos quase ter um BI da peça. Mas em Istambul, por exemplo, é muito mais significativo. O maior problema em Portugal é que somos diariamente falsificados. Já aconteceu falsificarem meias e, por acaso, era um produto que a Miguel Vieira nem tinha. A logística de todo este processo é complicada. Temos de ter uma estrutura interna só para poder tratar desses assuntos, alguém que conheça e saiba distinguir aquilo que é verdadeiro do que não é. O problema não está só em Portugal, aliás o nosso país até está muito avançado nesse sentido, o mais complicado é a logística.



**In three adjectives, how would you characterise today's Miguel Vieira?**

I think I'm a good friend, a perfectionist and a very methodical man.

**Tell us about how your passion for fashion came about.**

It came out of nowhere, completely. Generally, most designers would play with dolls and so on, but I was a kid who didn't care much for fashion, who wore what his mother made him wear. I always wore shorts. It was like that for a long time. Meanwhile, I decided to take a course in Quality Control, which allowed for various specialisations. I chose the textile branch. At the same time, as I had a certain knack for drawing buildings, I was thinking of taking up architecture. For me, drawing and talking were very close. Often, it was actually easier to communicate by drawing than by verbalising. Then I was invited to work in a clothing company, mainly to deal with quality control, but it was there that I developed a taste for fashion and, one or two years later, I launched Miguel Vieira.

**So, you developed Miguel Vieira in 1988. How would you characterise the brand's DNA?**

Over time, I have tried to find some details that would very quickly and easily allow people to identify what Miguel Vieira is. One of the first details was the signature, in which the brand name is explicit. Then, I managed to create a logo, in the shape of two wings, which is immediately associated with Miguel Vieira. Another detail was the choice of a colour, namely black. These are the details that are slowly built up so that, sooner or later, the brand can be perfectly identified. A typical detail of Miguel Vieira is that the models wear a wedding ring in all the fashion shows. A detail that is very nice for the models. It's a marriage between the model and the brand, presenting them as a member of the team.

**What sustainable innovations can we expect from Miguel Vieira?**

I have increasingly found products abroad that combine several environmentally friendly features. Between a sustainable product and a non-sustainable one, I always choose the sustainability side. Now, it is very complicated to make a collection that is 100% sustainable from head to toe.

**So, sustainability is still a challenge?**

Yes, it is a challenge. There is not that much out there, in that sense. A given sustainable product may exist, but the necessary number of suppliers to meet the demand is not there. I may want a sustainable shoelace, and I see the complicated situation to get it. The same goes for a zip, button, lining of a jacket... There are things that are hard to get. But, yes, the team at my studio is formatted so that everything is more and more sustainable.

**You have been able to say “no” to Prada and other luxury brands. Have you ever regretted the sacrifices you made to make your dream of creating your own brand come true?**

I haven't regretted it, but I can say it's a very difficult journey. All professions are complicated. A doctor, to become a doctor, has had to make many sacrifices, studying for many years. Here, in the fashion world, it's the same. In Portugal, the factories often work almost 100% for abroad. They make a collection and go abroad, not to sell their own product, but for other brands to come to them, saying what they like or don't like, and then the factory removes its label and makes the pieces that the brand in question dictates. That was never my goal. If I had gone down that road, I would have many cars and many houses by now, just like many manufacturers. I always thought it was very important that Portugal, as it isn't a country with a fashion tradition, to have people who could embellish the country with their own creations. When I present my collections at an international fair and a top brand arrives pointing out the pieces it likes the most, asking to remove the Miguel Vieira label and put on their own, I simply say “the door you came in through is the door you can leave through”. So, if I had followed another path, I could have been a millionaire, but I am happy with what I do today, with my brand. I still have a long way to go to achieve all my goals, but I think, in the short term, things could take a big leap forward.

## “... it is very complicated to make a collection that is 100% sustainable from head to toe”

**How would you currently characterise the sector's health in Portugal?**

The health of fashion is good, but it still makes me sad. Portugal is not a country with a fashion tradition, like Paris or Milan. It's a country that makes clothes for other brands, and not for its own. We don't have Portuguese brands represented abroad and there's increasingly the idea of financially reducing fashion designers. We don't want to make millions of items. In fact, we're a good calling card for Portugal to other countries, allowing them to see that good fashion is made in Portugal. It's a shame that manufacturers don't make designers' lives easier. When a new designer starts to work, it's normal that they want to make half a dozen pieces, but the industry makes it difficult, because it demands quantity. I think some companies should choose to work with small series and designers, where the cost of a piece is not €1, but €50, rather than producing for abroad and selling the pieces for €1. Another big problem is the government, which doesn't support designers. The government thinks we're self-centred and that we only look at ourselves. They think we want the clothes just for ourselves, but we want the clothes to promote the country. We should be

heavily subsidised. If the textile, footwear and leather goods industries are doing a lot of work, it's due to the Portuguese designers, who have made a career out of showing that good fashion is made in Portugal. But we earn pennies, they earn millions.

### **“We are not valued or supported in terms of the government”**

**Do you think that fashion still lacks support from the state?**

There is very little support, and everything is given and thought of as if it were a handout. We Portuguese often manage to make “omelettes without eggs” and people connected to the government have no idea of our difficulties. All designers are wonderful in Portugal. We have an incredible capacity to interpret and reinvent. If we need to make a table, we're capable of going to a rubbish bin and finding some planks or a piece of cardboard and we can definitely assemble the table. Americans can't, as they need a computer and an application to do it. We are not valued or supported in governmental terms, and I'm talking in general. I can't complain, I was Commander of the Order of Prince Henry the Navigator, I have two *Globos de Ouro*, several awards and medals, but I do

complain about the government support. It makes me really sad.

**There have been many episodes in which companies have counterfeited Miguel Vieira, making it difficult to distinguish them from the original products. You were, therefore, the first Portuguese to incorporate a silver hologram with lead in the pieces, to show that they are the real deal. Do you think that these situations, in a certain way, reflect the country's inadequacy at policing the area?**

There are other countries that are worse, but unfortunately, we are the target of a lot of counterfeiting. In order to combat this, we opted for a hologram a few years ago. Each of the pieces has a number, which means that you can almost have an ID of the piece. But in Istanbul, for example, it's much more widespread. The biggest problem in Portugal is that we are counterfeited on a daily basis. I've already had socks counterfeited and, by chance, it was a product that Miguel Vieira didn't even have. The logistics of this whole process are complicated. We have to have an internal structure just to deal with these issues, someone who knows how to distinguish the real thing from the fake. The problem is not only in Portugal – in fact our country is very advanced in that respect – but the most complicated part is the logistics.

T Entrevista na íntegra: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)  
Full interview: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)



# arga<sup>®</sup>

## TINTAS



**PINTA SORRISOS**  
[www.argatintas.pt](http://www.argatintas.pt)



TO MOVE



# Aston Martin DBS 770 Ultimate

T JOANA REBELO | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## MAIOR PUJANÇA

É hora de se despedir do nobre *DBS*, porque está a chegar o tão esperado *770 Ultimate*. A Aston Martin lança, agora, um modelo que junta agressividade e elegância numa combinação perfeita. Sabe-se que entre o *Ultimate* e o *DBS* serão poucas as diferenças, embora as jantes exibam um novo *design* e o *kit* aerodinâmico seja diferente. O coupé de duas portas é batizado como o *DBS* mais potente de todos, a par com a sua dinâmica aprimorada. O motor ao serviço do modelo fornece 770 cv, equivalendo a um incremento de 45 cv relativamente ao 5.2 V12 biturbo incorporado no *DBS Superleggera*. Este imponente motor está associado a uma caixa automática da ZF com oito mudanças e é assim que a marca britânica cria uma versão desportiva marcada pelos pormenores. A Aston Martin produzirá apenas 499 unidades do *DBS 770 Ultimate*, desconhecendo-se o preço pelo qual irá transacionar cada unidade. 2023 inicia com boas notícias, graças à chegada de um modelo de ombros largos e cor marcante que fará os apaixonados por velocidades furiosas delirar.

## MORE POWER

It's time to say goodbye to the noble *DBS*, because the long-awaited *770 Ultimate* is coming. Aston Martin now launches a model that unites aggressiveness and elegance in a perfect combination. We have been told that there will be few differences between the *Ultimate* and the *DBS*, although the wheels exhibit a new design and the aerodynamic kit is different. The two-door coupé has been named the most powerful *DBS* of all, along with its enhanced dynamics. The model's engine delivers 770 hp, equating to an increase of 45 hp over the 5.2 V12 twin turbo incorporated in the *DBS Superleggera*. This imposing engine is joined by a ZF automatic gearbox with eight gears and this is how the British brand creates a sports version marked by details. Aston Martin will produce only 499 units of the *DBS 770 Ultimate*, the price at which it will market each car is unknown. 2023 starts with good news, thanks to the arrival of a model with broad shoulders and striking colour, which will make lovers of fast and furious delirious.

WWW.ASTONMARTIN.COM



# Corvette E-Ray

T FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## A ACELERAÇÃO MAIS RÁPIDA

Exatamente 70 anos depois do primeiro *Chevrolet Corvette* ter sido revelado ao mundo, em janeiro de 1953, a General Motors apresentou o seu primeiro modelo com motor elétrico. As rodas dianteiras do *Corvette E-Ray* são alimentadas por um motor elétrico de 160 cv de potência, enquanto um motor a gasolina V8, de 495 cv de potência, alimenta as rodas traseiras. Uma seleção de seis modos de condução, incluindo

*Tour*, *Track* e uma configuração *My Mode*, ditam a implantação de energia elétrica pelo carro, enquanto um modo *Stealth* adicional permite a execução silenciosa ao iniciar a viagem. Com 646 cv no total, completa o *sprint* de 0-60 mph em 2,5 segundos. O *E-Ray* é ainda o primeiro *Corvette* de tração às quatro rodas e o mais rápido de sempre.



## THE QUICKEST ACCELERATION

Exactly 70 years after the first *Chevrolet Corvette* was unveiled to the world in January 1953, General Motors has unveiled its first electric-powered model. The *Corvette E-Ray's* front wheels are powered by a 160-hp electric motor, while a 495-hp V8 petrol engine powers the rear wheels. A selection of six driving modes, including *Tour*, *Track* and a *My Mode* setting, dictate

the car's deployment of electric power, while an additional *Stealth* mode allows silent running when starting the journey. With 646 hp in total, it can accelerate from 0 to 60 mph in 2.5 seconds. The *E-Ray* is also the first all-wheel-drive *Corvette* and the fastest ever.

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



# Ferrari Purosangue

T JOANA REBELO | FERRARI

## UM PASSO À FRENTE

A liderar a classe dos superdesportivos está a Ferrari e, de facto, é difícil competir. *Purosangue* é o recente modelo da marca do Cavallino Rampante, que substituiu coupés de duas portas e a solução 2+2 por quatro portas e espaço para acomodar uma família. Trata-se do primeiro veículo familiar da marca italiana, prova disso é também a bagageira, capaz de carregar as típicas malas pesadas que se levam para as férias em família. Em forma de um SUV, apresenta uma aparência esguia e desportiva. Ainda assim, o *design* tenta preservar as características familiares de toda a árvore genealógica da Ferrari, desde a curta distância ao solo e a carroçaria não muito alta ao aspeto leve e veloz. Trata-se de uma

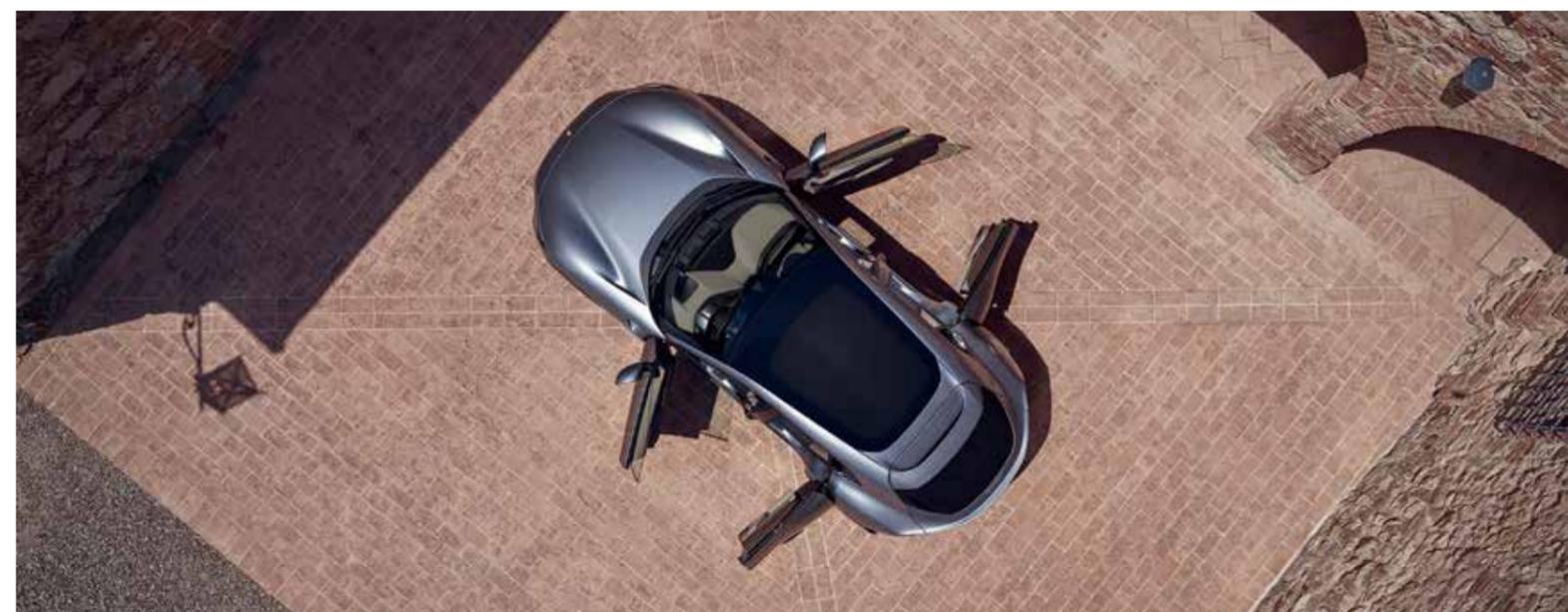
mecânica nobre e exuberante de 4973 m de comprimento e 3018 m de distância entre eixos. O habitáculo é chegado atrás e a frente é mergulhante. Além disso, a Ferrari não olhou à modéstia na escolha do motor, optando pelo 6.5 V12 atmosférico. O *Ferrari Purosangue* é uma jogada irreverente, que evidencia preferência por maior agilidade e leveza em detrimento de espaço interior. Perante mudanças significativas, há que confortar os amantes dos clássicos da marca italiana: esperam-se 310 km/h de velocidade máxima e 10,6 segundos para atingir os 200 km/h. A concorrência terá de lidar com os fatores a favor do modelo *Purosangue*: menor peso e altura e, ainda assim, o estatuto do SUV mais veloz do mercado.

## ONE STEP AHEAD

Ferrari is leading the class of super sports cars and, in fact, it is difficult to compete with it. *Purosangue* is the recent model from the Cavallino Rampante brand, which has replaced two-door coupés and the 2+2 solution with four doors and space to accommodate a family. It is the first family car by the Italian brand, proof of which is also the boot, capable of carrying the heavy bags typically needed for going on a family holiday. Shaped like an SUV, it has a slim and sporty appearance. Yet the design tries to preserve the familiar characteristics of the entire Ferrari family tree, from the short ground clearance and not too tall bodywork, to the light and fast look. It is a noble and exuberant piece of engineering, 4973 mm long and with a 3018-mm wheelbase. The cabin is slim

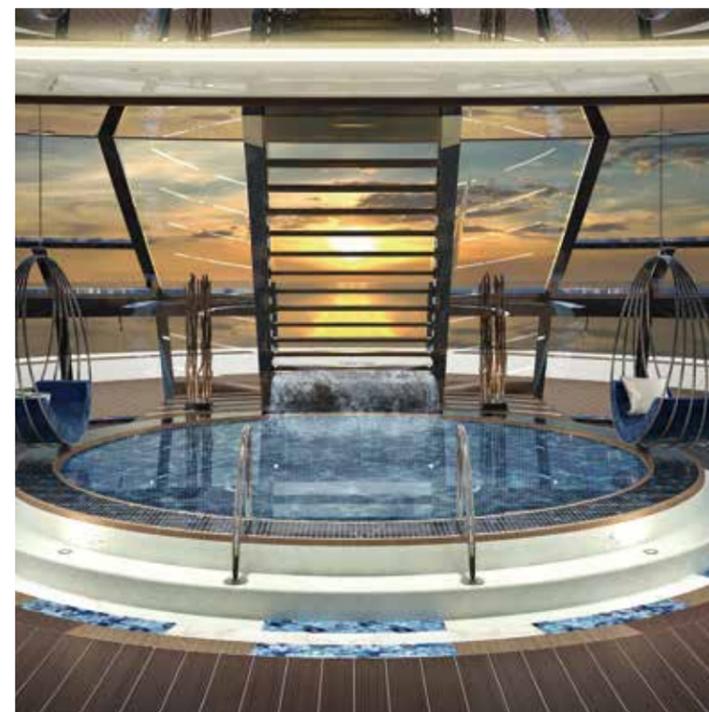
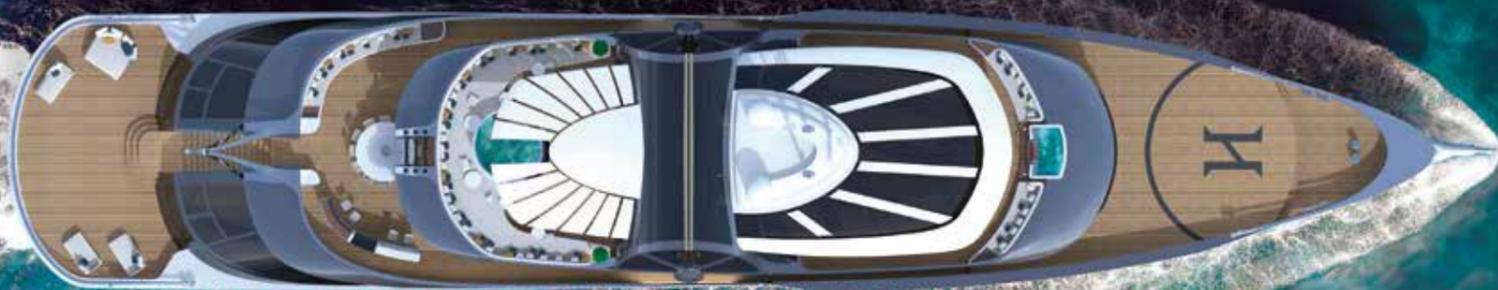
at the back and the front is plunging. Moreover, Ferrari was not looking for modesty in its choice of engine, opting for the atmospheric 6.5 V12. The *Ferrari Purosangue* is an irreverent move, which highlights a preference for greater agility and lightness over interior space. Faced with significant changes, lovers of Italian classics will be comforted with a top speed of 310 km/h and 10.6 seconds to reach 200 km/h. The competition will have to deal with the factors in favour of the *Purosangue* model: lower weight and height and, still, the status of the fastest SUV on the market.

WWW.FERRARI.COM



# Steamring 75 m

T JOANA REBELO | BARANAKALIN



## TRAÇAR O PASSADO NO PRESENTE

Baranakalin veio trazer ao universo dos iates um projeto diferenciador, com o *design* de um *megayacht* alusivo à estética steampunk do século XIX. Parece que o futuro foi encontrado no passado, através de um conceito de 75 m de comprimento. Baran Akalin e Fany By Dada foram os responsáveis pelo projeto, que, graças ao seu caráter criativo, foi congratulado com o prêmio *Interior Design Concept Yacht*, no *The International Yacht and Aviation Awards*, em Veneza.

O interior do *Steamring 75 m* consegue surpreender na mesma medida. Pensado com vista a proporcionar momentos de convívio, incorpora uma piscina interior, *jacuzzi*, grandes esplanadas e zonas de refeições. Mesa de póquer, área de bar e palco de dança também estão incluídos. Estamos perante um modelo de detalhes, que desafia o conceito de modernidade.

Ao que tudo indica, o protótipo será movido por um par de motores a *diesel* de 4000 hp, gerando uma velocidade máxima de 24 nós. Caso se concretize, será, portanto, uma velocidade a todo o vapor.

## DESIGNING THE PAST IN THE PRESENT

With the design of a mega yacht alluding to the steampunk aesthetics of the 19<sup>th</sup> century Baranakalin has presented a distinctive project to the world of yachts. It seems as if the future was found in the past, through a 75-metre concept. Baran Akalin and Fany By Dada were responsible for the project, which, thanks to its creative character, was awarded the *Interior Design Concept Yacht* prize at *The International Yacht and Aviation Awards* in Venice.

The interior of the *Steamring 75 m* manages to surprise in equal measure. Designed to provide moments of conviviality, it incorporates an indoor pool, jacuzzi, large terraces and dining areas. A poker table, bar area and dance floor are also included. This is a model with many details that challenges the concept of modernity.

All indications are that the prototype will be powered by a pair of 4000 hp diesel engines, generating a top speed of 24 knots. If it comes to fruition, it will certainly be right to say full steam ahead.

[WWW.BARANAKALIN.COM](http://WWW.BARANAKALIN.COM)



## Orient Express Silenseas

T FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

### DOS CARRIS PARA O MAR

A marca Orient Express, que integra o grupo Accor, vai lançar um iate de luxo apelidado de *Orient Express Silenseas*, em 2026. O luxuoso navio de 722 pés terá 54 suítes (incluindo uma suíte presidencial com terraço), duas piscinas, dois restaurantes, um bar de ostras, um teatro e um estúdio de gravação privado. O iate será o primeiro de dois construídos para o Expresso do Oriente pelo construtor naval de luxo Chantiers de l'Atlantique. Os interiores serão projetados pelo arquiteto Maxime d'Angeac, que também é responsável por restaurar e atualizar os históricos vagões do Expresso do Oriente. O exterior, projetado pela *Stirling Design International*, é inspirado no movimento moderno da década de 1930. Terá um sistema de propulsão híbrido que, em princípio, usará gás natural (GNL) e, eventualmente, hidrogênio verde, assim que o combustível for aprovado para embarcações comerciais.

### FROM THE RAILS TO THE SEA

The Orient Express brand, part of the Accor group, is to launch a luxury yacht dubbed *Orient Express Silenseas* in 2026. The 722-foot-long luxury vessel will have 54 suites (including a presidential suite with terrace), two swimming pools, two restaurants, an oyster bar, a theatre and a private recording studio. The yacht will be the first of two built for Orient Express by luxury shipbuilder Chantiers de l'Atlantique. The interiors will be designed by architect Maxime d'Angeac, who is also responsible for restoring and updating the historic Orient Express wagons. The exterior, designed by Stirling Design International, is inspired by the modern movement of the 1930s. It will have a hybrid propulsion system that will, in principle, use natural gas (LNG) and eventually green hydrogen, once the fuel is approved for commercial vessels.

WWW.ALL.ACCOR.COM



# Sovrano

T JOANA REBELO LAZZARINI

## O REFLEXO DO LUXO

Um dos mais recentes protótipos de sonho da Lazzarini é o *Sovrano*, um *megayacht* composto por compósitos de fibra de carbono. Classificado como uma solução híbrida, o modelo traça os oceanos em formato de iate e, simultaneamente, de cruzeiro. Idealizado para longas viagens pelos quatro cantos do mundo, o *Sovrano* pode estender-se até aos 33 m de largura, o que faz dele o *megayacht* mais largo do mundo. Os três andares atribuem-lhe imponência e a parte traseira garante guardar carros que não queiram ficar por terra, tendo capacidade para albergar seis veículos. Os seus 169 m de altura dividem-se em cinco *decks*, dispo de 20 suítes privadas. Acomodando até 50 passageiros, o interior garante ginásio, salas de estar, cozinha, quartos luxuosos, assim como paisagens para o jardim e a piscina de água cristalina, além do mar azul ciano. Caso tenha seguimento, é um projeto que levará quatro anos a ser concluído, rondando o valor de 500.000.000€. Afinal, falamos de um *megayacht* ambicioso, que não dispensa pormenores dignos de uma experiência de sonho.

## THE REFLECTION OF LUXURY

One of Lazzarini's latest dream prototypes is the *Sovrano*, a mega yacht composed of carbon fibre composites. Classified as a hybrid solution, the model cuts through the oceans in both yacht and cruiser formats. Designed for long journeys all around the world, the *Sovrano* can be up to 33 metres wide, making it the world's widest mega yacht. The three floors give it a sense of grandeur and the rear part can store up to six cars, if you don't want to leave them on land. Its 169-metre height is divided into five decks, with 20 private suites. Accommodating up to 50 passengers, the interior boasts a gym, lounges, kitchen, luxurious bedrooms, as well as views over the garden, the crystal-clear pool, and the cyan blue sea. If it goes ahead, this project will take four years to complete, and is worth around €500,000,000. After all, we are talking about an ambitious mega yacht, which does not go without details worthy of a dream experience.

WWW.LAZZARINIDESIGNSTUDIO.COM



## Royal Enfield Classic Signals 350

T FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

### UMA VOLTINHA AO PASSADO

A marca indiana continua a surpreender. Desta vez, a Royal Enfield acaba de conceber a *Classic Signals 350*, um modelo especial, mais *retro*, da família "J" e sem limitação na produção. Possui duas variantes de cores: *Desert Sand* e *Marsh Grey*, numa homenagem às forças armadas indianas que usam motos da marca há 70 anos. Na nova *Classic 350 Signals*, o piloto senta-se em posição vertical, aguçando os sentidos a cada aceleradela. Além disso, está disponível uma vasta gama de acessórios genuínos, construídos especialmente para a *Classic*, que podem ser selecionados de acordo com a preferência do proprietário. Cada *Classic Signals 350* terá um número único estampado no tanque de combustível, o que a torna um modelo totalmente exclusivo. Em suma, um modelo de colecionador, mas produzido em grandes séries. E que não desilude.

### A TRIP DOWN MEMORY LANE

The Indian brand continues to surprise. This time, Royal Enfield has just designed the *Classic Signals 350*, a special, more *retro*, model from the "J" family and with no limits to production numbers. It comes in two colour variants: *Desert Sand* and *Marsh Grey*, in a tribute to the Indian armed forces that have been using the brand's motorbikes for 70 years. The rider sits on the new *Classic Signals 350*, in an upright position, sharpening the senses with every acceleration. In addition, a wide range of genuine, purpose-built accessories are available for the *Classic*, which can be selected according to the owner's preference. Each *Classic Signals 350* will have a unique number stamped on the fuel tank, making it a totally exclusive model. In short, a collector's model, but produced in large numbers. And one that doesn't disappoint.

WWW.ROYALENFIELD.COM





# Vello SUB

T MARIA CRUZ © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## ULTRALEVE

Considerada uma das mais leves *e-bikes* de carga do mundo, a *Vello SUB* é de fácil utilização. O modelo de titânio pesa 24 kg e tem uma capacidade de carga de 210 kg. Este modelo é o resultado de anos de conhecimento e experiência em engenharia no que toca a bicicletas dobráveis do mundo. Além da versão em titânio, existe ainda a versão em aço *chromoly* de 28 kg. Os pneus *Schwalbe Ultrawide* de 20" asseguram um centro de gravidade baixo e garantem uma bicicleta estável, segura e de fácil manuseamento. Tendo em conta a capacidade da carga, este modelo facilmente se considera um substituto do carro, para deslocações dentro da cidade. Composta por um motor *Bosch Cargo Performance Line* de 600 W (250 W), alimentado por duas baterias *Bosch* de 545 Wh, permitindo um alcance de até 250 km. A *Vello SUB Titanium* ronda os 3800€ e está disponível para pré-encomenda no Indiegogo, com data prevista de entrega para outono de 2023.

## ULTRALIGHT

Considered one of the world's lightest *e-cargo* bikes, the *Vello SUB* is easy to use. The titanium model weighs 24 kg and has a load capacity of 210 kg. This model is the result of years of engineering knowledge and experience when it comes to the world's folding bikes. In addition to the titanium version, there is also a 28 kg *chromoly* steel version. The 20" *Schwalbe Ultrawide* tyres ensure a low centre of gravity and guarantee a stable, safe and easy to handle bike. Considering the load capacity, this model can easily be considered a car replacement for commuting in the city. It comes with a 600 W *Bosch Cargo Performance Line* motor (250 W), powered by two 545 Wh *Bosch* batteries, allowing a range of up to 250 km. The *Vello SUB Titanium* is priced at €3800 and is available for pre-order at Indiegogo, with an estimated delivery date of autumn 2023.

WWW.ENVELLO.BIKE



## ASKA A5 eVTOL

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

### O FUTURO JÁ COMEÇOU

A ASKA revelou um protótipo totalmente funcional do ASKA A5 eVTOL na CES 2023 (o evento tecnológico mais importante do mundo). O protótipo da empresa americana é do tamanho de um SUV e é o primeiro elétrico de quatro lugares que viaja pela estrada, mas também voa até 250 milhas. Aliás, este carro voador é capaz de descolar e pousar verticalmente graças a seis motores elétricos, e pode percorrer 400 km. A versão também usa gasolina, apenas para “alimentar” o veículo até que possa chegar a um posto de carregamento elétrico. Os valores de venda já são conhecidos (e assustam): 749 mil euros. É o preço da exclusividade.

### THE FUTURE HAS ALREADY BEGUN

ASKA has unveiled a fully functional prototype of the ASKA A5 eVTOL at CES 2023 (the world's most important technology event). The US company's prototype is the size of an SUV and is the first electric four-seater that travels on the road, but also flies up to 250 miles. In fact, this flying car is able to take off and land vertically thanks to six electric motors, and can travel 400 km. The version also uses petrol, just to “power” the vehicle until it can reach an electric charging station. The price figures are already known (and frightening): 749,000 Euros. This is the price of exclusivity.

[WWW.ASKAFLY.COM](http://WWW.ASKAFLY.COM)

# Cooper CG-7E

T MARIA CRUZ • DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

## LEVE E ELEGANTE

Feita de aço de alta qualidade, a *Cooper CG-7E*, com um motor de 250 W, pode ser controlada via *smartphone*, utilizando a aplicação *Zehus Bitride Connect*, e suporta velocidades até 25 km/h. Com um *design* simples e um sistema de acionamento quase invisível da Zehus, a *Cooper* combina tração, bateria e eletrônica. Uma carga completa da bateria é suficiente para percorrer até 60 km. Pesa apenas 3 kg e dispõe de 7 velocidades da Microshift. Posto isto, é só pedalar que o motor trata do resto.

## LIGHT AND ELEGANT

Made from high-quality steel, the *Cooper CG-7E*, with its 250 W motor, can be controlled via smartphone, using the *Zehus Bitride Connect* app, and supports speeds of up to 25 km/h. With a simple design and a nearly invisible drive system from Zehus, the *Cooper* combines traction, battery and electronics. A full battery charge is enough to ride up to 60 km. It weighs just 3 kg and has 7 Microshift gears. That said, you just pedal and the engine does the rest.

[WWW.COOPERBIKES.COM](http://WWW.COOPERBIKES.COM)





OPINIÃO / OPINION

## Hélder Pedro

SECRETÁRIO-GERAL DA ACAP  
SECRETARY-GENERAL OF THE ACAP

### Desafios no mercado automóvel em Portugal: a perspetiva do setor

O mercado automóvel em Portugal tem encontrado grandes dificuldades nos últimos anos, devido à pandemia COVID-19, à crise dos semicondutores e, mais recentemente, à guerra na Ucrânia.

De acordo com os dados de mercado da ACAP (Associação Automóvel de Portugal), o número de automóveis novos colocados em circulação em 2022 foi de apenas 185.291, representando uma queda de 30,8% em comparação com 2019. Embora tenha havido um ligeiro aumento de 2,8% em relação a 2021, este não é suficiente para compensar a queda significativa registada durante a pandemia.

Apesar das dificuldades, o setor automóvel tem apresentado resiliência e tem conseguido adaptar-se às mudanças, encontrando soluções criativas para enfrentar os desafios. É importante destacar que os incentivos do Governo, nomeadamente para a compra de veículos elétricos, são cruciais para garantir o necessário avanço para a descarbonização.

Adicionalmente, a renovação do parque automóvel é fundamental para reduzirmos a idade do parque em circulação, que tem vindo a aumentar. Aliás, este deverá

ser um objetivo tanto da União Europeia como do Governo português.

No entanto, o setor ainda está a recuperar do impacto da pandemia, e a escassez de semicondutores, assim como as dificuldades logísticas, tem prejudicado as vendas. Para 2023, a ACAP espera que exista uma consolidação da procura, de forma a que haja uma aproximação dos valores de mercado pré-pandemia. Todavia, e como referido, existem diversos fatores que contribuem para uma situação de imprevisibilidade face ao futuro próximo. Desde logo, a lamentável continuação da guerra na Ucrânia, assim como o aumento das taxas de juro, que deixa, sobretudo, as famílias com crédito bancário numa situação de vulnerabilidade. Como Associação representativa do setor, temos de estar preparados para apoiar os nossos associados a enfrentar estes desafios, assim como a continuarem a adaptar-se às mudanças de conjuntura. O setor automóvel tem um papel importante a desempenhar na economia portuguesa e a continuação de um trabalho em conjunto é essencial para garantir o seu sucesso a longo prazo.

### Challenges in the Portuguese car market: the industry perspective

Portugal's car market has encountered some major difficulties in recent years due to the COVID-19 pandemic, the semiconductor crisis and, more recently, the war in Ukraine.

According to market data from the Portuguese Automobile Association ACAP (Associação Automóvel de Portugal), the number of new cars put into circulation in 2022 was only 185,291, representing a fall of 30.8% compared to 2019. Although there was a slight increase of 2.8% compared to 2021, this is not enough to compensate for the significant fall recorded during the pandemic.

Despite the difficulties, the car industry has shown resilience and has been able to adapt to the changes, finding creative solutions to meet the challenges. Importantly, government incentives, in particular for the purchase of electric vehicles, are crucial to ensure the necessary progress towards decarbonisation. Additionally, the renewal of cars on the road is fundamental for us in order to reduce the age of the cars

currently being driven, which has been on the increase. In fact, this should be a goal of both the European Union and the Portuguese government. However, the sector is still recovering from the impact of the pandemic, and the shortage of semiconductors, as well as logistical difficulties, which have hampered sales. For 2023, the ACAP expects demand to consolidate, with figures getting closer to pre-pandemic market values. However, and as already mentioned, there are several factors that contribute to a situation of unpredictability regarding the near future. Firstly, the unfortunate continuation of the war in Ukraine, as well as the increase in interest rates, which leaves, above all, families with bank loans in a vulnerable situation. As an association representing the sector, we must be prepared to support our members to face these challenges, as well as to continue adapting to the changes of the economic situation. The car sector has an important role to play in the Portuguese economy and continuing to work together is essential in order to ensure its long-term success.

Artigo na íntegra: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)  
Full article: [www.trends-mag.com](http://www.trends-mag.com)

JRBOTAS  
Design & Home Concept

MARAZZI



## THE TOP

A linha Marazzi Grande inclui agora o The Top, uma seleção de cerâmicos com grandes dimensões com a possibilidade de acabamento brilhante, mate ou acetinado. The Top permite criar superfícies extremamente sofisticadas - é uma linha especialmente concebida para a criação de tampos, backsplashes, mesas, portas e infinitas opções de mobiliário feito à medida para cada cliente.

Deixe-se encantar e venha conhecer esta e outras linhas na Rua da Escola Politécnica, 167, 1º Esq. 1250-101, Lisboa



**talking to:**

# RODRIGO SEABRA

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

**“Estou a fazer um bom trabalho, tenho muito orgulho no que conquistei até agora”**

Rodrigo Seabra, 12 anos, natural da Maia. Um nome a reter. O jovem piloto vai, este ano, estreiar-se ao volante de um monolugar, inserido num projeto de desenvolvimento da Federação Automóvel da Suécia. A *Formula Aquila 1000*, na qual irá competir, só admite maiores de 14 anos, mas Rodrigo é exceção. Porquê? Metódico e empenhado, tem bem focados os seus objetivos. Senhoras e senhores, estejam atentos. É bem provável que tenhamos à nossa frente o primeiro português a chegar à *Fórmula 1*, daqui a uns anos. O bonito sorriso é um bónus.

**“I’m doing a good job, I’m very proud of what I’ve achieved so far”**

Rodrigo Seabra, 12 years old, born in Maia. A name to remember. This year the young driver will debut at the wheel of a single-seater, as part of a development project of the Swedish Automobile Federation. The *Formula Aquila 1000*, in which he will compete, only admits drivers that are over 14 years old, but Rodrigo is an exception. Why? Methodical and committed, he is well focused on his goals. Ladies and gentlemen, what out for this one. There’s a good chance that we have before us the first Portuguese to make it to *Formula 1*, in a few years’ time. His winning smile is a bonus.

**Como começou a tua paixão por este desporto?**

Começou cedo o gosto pela velocidade. Experimentei primeiro o motocrosse, com 4 anos, e esse ainda é um dos meus desportos favoritos. Com 5 anos, o meu pai levou-me ao Kartódromo Cabo do Mundo para experimentar o *karting* e, com 7 anos, já estava a fazer a minha primeira corrida no Kartódromo Internacional de Portimão. Sempre gostei da velocidade e da competição.

**Quando percebeste (sendo ainda tão novo) que gostavas de te tornar profissional nesta área?**

Percebi quando conheci um piloto de quem gosto muito e que agora é meu amigo, o João Barbosa. Já ganhou quatro vezes as *24 horas de Daytona*. É piloto profissional, contou-me a sua história e encorajou-me a seguir esta profissão. Lembro-me de que fui ao museu da pista de Daytona e vi todas as conquistas e as histórias dos pilotos por detrás dos automóveis que lá estavam. Acho que foi aí que percebi que queria ser profissional.

**Podes descrever-nos o teu percurso até agora? Quais as tuas principais vitórias?**

Desde que comecei na competição, tentei sempre fazer o meu melhor. Não basta competir, temos de mostrar resultados de *top 10* ou *top 5*. Em 2020, com 9 anos, fui campeão nacional no campeonato *Rotax Max Challenge*, por Portugal e por Espanha, e ainda fiz algumas corridas do campeonato *Benelux* e do campeonato italiano. No ano seguinte, com 10 anos, vivi uma época totalmente internacional. Na altura da pandemia, estive a viver em Inglaterra, cerca de dois meses, com o Oliver Rowland, piloto de *Formula E* e *team manager* da equipa em que compete, a Oliver Rowland Motorsport. No campeonato britânico, fiz muitos treinos e corridas muito duras, com muito frio e chuva. Nesse ano, ainda fiz o campeonato europeu *Jame Euro Series*, composto por cinco provas, em Espanha, Bélgica, Itália e França, onde fiquei em 6.º lugar na geral, entre 74 adversários. Terminei esse ano com uma prova nos Estados Unidos da América, a “corrida do ano” – a *SuperNationals* –, em Las Vegas. Foi muito duro. Estava muito calor e eu estava com um *jetleg* de nove horas. Apesar de ter terminado a corrida final em 8.º lugar, ganhei um *heat* de corrida e fiquei em 2.º e 3.º nos *heats* seguintes, entre mais de 60 pilotos. Esta foi uma época de muito trabalho, em que aprendi muito e ganhei muita experiência. No ano passado, dei um grande passo, ainda com 11 anos. Quis começar a competir com pilotos mais velhos, por isso, mudei para um chassis de adulto, com uma motorização mais potente. Iniciei a época na *Categoria Júnior*, no campeonato *Super Karting USA Winter Series*, com quatro provas em Miami, onde consegui ficar no *top 10*, entre mais de 50 adversários. Ainda em 2021, fiz dois campeonatos em *OK Júnior*, na Alemanha: o *DKM Deutsch Kart Masters*, onde obtive o título de *Campeão Rookie* e fiquei em 5.º lugar à geral; e o campeonato *ADAC Kart Masters*, onde também fui o melhor estreante e fiquei em 4.º lugar à geral. Também fiz a minha primeira *pole position*.

**És o primeiro português a participar num campeonato de fórmulas (monolugares), com apenas 12 anos, quando a idade mínima é 14. Como foi que isto aconteceu? Como te sentes em relação a este ‘record’?**

Sempre gostei de avançar de nível, estar com os mais velhos e experientes. Neste momento, com a minha idade, ainda podia estar a competir na categoria de *kart mini*. Mas, no ano passado, já quis passar para o chassis *Júnior* e, agora, que fiz 12 anos, surgiu este convite que faz com eu seja o mais novo de sempre a participar num campeonato de monolugares. É um ‘record’? Nem pensei nisso, mas disse logo que era uma excelente ideia. O meu pai, quando foi contactado pela equipa de *Formula Aquila 1000* e pela Federação Automóvel da Suécia, disse-me que tinha de fazer testes práticos e teóricos, telemetria, mecânica e maturidade em pista. Passei a tudo. Fiquei muito feliz e, agora, vou tentar agarrar esta oportunidade, ser um ‘record’ e aprender bastante para poder seguir para outras competições de fórmula.

**“Felizmente, os meus pais acreditam em mim e estão a dar-me a oportunidade de poder ir mais longe”**

**Qual é o teu grande sonho?**

Acho que todos devemos fazer o que mais gostamos na vida e, felizmente, os meus pais acreditam em mim e estão a dar-me a oportunidade de poder ir mais longe. Ser piloto de *Fórmula 1* é o meu grande sonho e gosto de pensar que pode ser possível, mesmo sendo português. Mas há muitos outros campeonatos em que posso competir, ganhar e conseguir ser um piloto profissional. Tudo a seu tempo, mas vou trabalhar para isso!

**Quais as grandes dificuldades deste desporto para alguém tão novo como tu? É difícil conciliar com a escola? É difícil ter fama tão cedo? Os teus amigos sabem o que tens alcançado? Como reagem?**

Não é mesmo nada fácil. Só quem está dentro do desporto motorizado é que realmente sabe o quão difícil é. Ninguém da minha família está no meio e teve de ser sempre o meu pai a tentar descobrir qual o melhor caminho e forma para chegar até aqui. Também é um desporto muito caro, tivemos de arranjar apoios desde cedo. E a minha idade também é outra dificuldade, pois não é fácil acreditarem que pode ser possível ir mais longe. Mas estou a fazer um bom trabalho, tenho muito orgulho no que conquistei até agora. A par das competições, o foco é a escola. Acho muito importante aprender línguas, sou bilingue em inglês e estou a aprender francês e italiano. Como falto bastante à escola, tenho de organizar-me mais do que os meus colegas. Também não tenho muito tempo livre, pois gosto de fazer muitos outros desportos, como o *surf*,

motocrosse e *wakeboard*, por isso tento aproveitar tudo ao máximo. Quanto aos meus amigos, eu não costumo falar muito sobre as minhas provas, na realidade, não gosto de falar. Eles também não percebem o quão difícil isto é para mim. Por isso, quando estou na escola, tento não falar da competição; se os meus amigos não me perguntarem nada, eu sou discreto e nem falo do assunto.

**“A par das competições, o foco é a escola. Acho muito importante aprender línguas, sou bilingue em inglês e estou a aprender francês e italiano”**

Este ano, vais disputar o campeonato de *Formula Aquila 1000*, na Suécia. Até tiveste de tirar uma licença especial. Tens-te esforçado muito. Consideras que tem valido a pena? Porquê?

Sim, vale sempre muito a pena. Faço um caminho consistente e toda a minha família me apoia muito. É um projeto de todos, tira-nos muito tempo e energia, mas estamos todos envolvidos; até o meu irmão mais novo, que tem 10 anos, me dá muita força e puxa sempre muito por mim. Diz que é o meu maior fã! Esta época vai ser de muita aprendizagem e estou muito contente com este desafio e por ter passado nos testes. Espero superar o meu objetivo, apesar de a condução ser totalmente diferente de um *karting*, só por ser um carro. A aerodinâmica, a forma de conduzir, a caixa de velocidades e mudanças, o peso e a massa do carro ao curvar e a travar... é tudo diferente. Mas estou super entusiasmado! O que não muda nada é a abordagem às corridas, pois estou focado em dar o meu melhor!



How did your passion for this sport begin?

I developed a taste for speed early on. First of all I tried motocross, when I was 4 years old, and it is still one of my favourite sports. When I was five, my father took me to the Cabo do Mundo Karting Track to try karting, and when I was seven, I was already doing my first race on Portimão's International Karting Track. I have always liked speed and competition.

When did you realise (at such a young age) that you would like to become a professional in this field?

I realised when I met a driver I really like and who is now my friend, João Barbosa. He has won the *24 Hours of Daytona* four times already. He is a professional driver; he told me his story and encouraged me to take up this profession. I remember going to the Daytona track museum and seeing all the achievements and the stories of the drivers behind the cars that were there. I think that's when I realised I wanted to be a professional.

Can you describe your journey so far? What are your main victories?

Since I started in competitions, I have always tried to do my best. It is not enough to compete; we have to get top 10 or top 5 results. In 2020, at the age of nine, I was national champion in the *Rotax Max Challenge* championship, for Portugal and Spain, and I also did some races in the *Benelux* and Italian championships. The following year, when I was ten years old, I experienced a totally international season. At the time of the pandemic, I was living in England for about two months with Oliver Rowland, a *Formula E* driver and team manager of the team I was racing for, Oliver Rowland Motorsport. In the British Championship, I did a lot of training and very hard races, with a lot of cold and rain. That year I also competed in the *Jame Euro Series* European Championship, which consisted of five races, in Spain, Belgium, Italy and France, where I finished on 6<sup>th</sup> place overall, among 74 competitors. I finished that year with a race in the USA, the "race of the year" - the *SuperNationals* - in Las Vegas. It was very tough. It was very hot and I had a nine-hour jet lag. Although I finished the final race in 8<sup>th</sup> place, I won a heat race and came 2<sup>nd</sup> and 3<sup>rd</sup> in the following heats, among more than 60 drivers. This was a season of hard work where I learned a lot and gained a lot of experience. Last year I took a big step, while still just 11. I wanted to start competing with older drivers, so I changed to an adult chassis, with a more powerful engine. I started the season in the *Junior Category*, in the *Super Karting USA Winter Series* championship, with four races in Miami, where I managed to stay in the top 10, among more than 50 opponents. Also in 2021, I did two championships in *OK Junior*, in Germany: the *DKM Deutsche Kart Masters*, where I got the *Rookie Champion* title and came 5<sup>th</sup> overall; and the *ADAC Kart Masters* championship, where I was also the best rookie and came 4<sup>th</sup> overall.

I also got my first pole position.

You are the first Portuguese to participate in a *Formula Championship (single seater)*, aged just 12 when the minimum age is 14. How did this happen? How do you feel about this 'record'?

I have always enjoyed advancing in level, to be with the older and more experienced drivers. At this moment, at my age, I could still be competing in the mini kart category. But, last year, I already wanted to move to the Junior chassis and, now that I have turned 12 years old, I received this invitation that makes me the youngest ever to participate in a single seater championship. Is it a 'record'? I didn't even think about it, but I immediately said that it was a great idea. My father, when contacted by the *Formula Aquila 1000* team and the Swedish Automobile Federation, told me that I would have to do practical and theoretical tests, telemetry, mechanics and track maturity. I passed everything. I was very happy and now I will try to grab this opportunity, be a 'record' and learn enough to move on to other formula competitions.

What is your big dream?

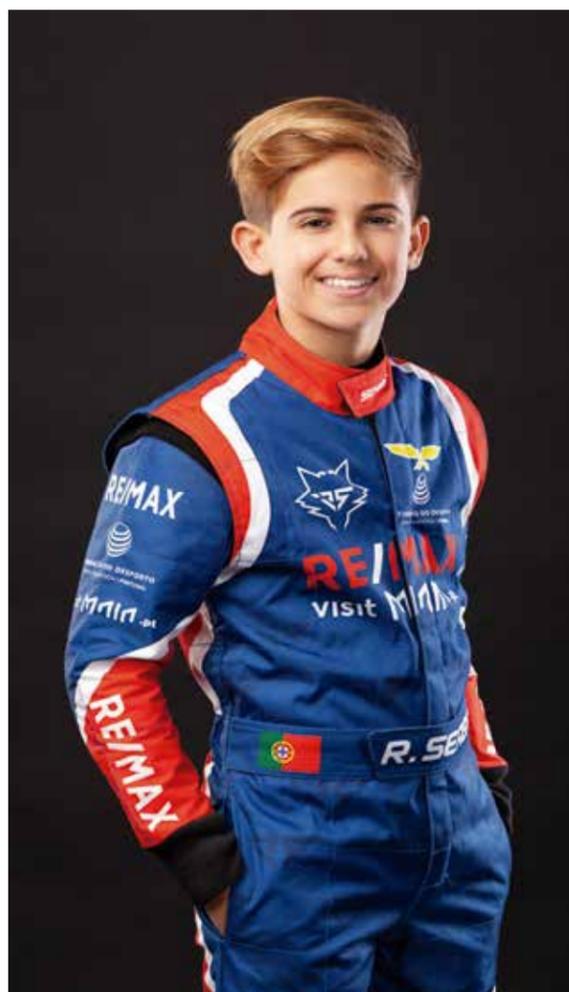
I think we should all do what we like most in life, and fortunately my parents believe in me and are giving me the opportunity to be able to go further. Being a *Formula 1* driver is my big dream and I like to think that it might be possible, even being Portuguese. But there are many other championships in which I can compete, win and become a professional driver. Everything in its own time, but I will work for it!

**“Fortunately, my parents believe in me and are giving me the opportunity to be able to go further”**

What are the main difficulties of this sport for someone as young as you? Is it difficult to reconcile it with school? Is it difficult to have fame that early? Do your friends know what you have achieved? How do they react?

It is not easy at all. Only people who are in motorsport really know how hard it is. No one in my family is in it and it always had to be my dad trying to figure out the right path and the best way to get here. It's also a very expensive sport, we had to get support early on. And my age is also another difficulty, because it is not easy for people to believe that it might be possible to go further. But I am doing a good job, I am very proud of what I have achieved so far.

Apart from competitions, my focus is on school. I think it is very important to learn languages, I am bilingual in English and I am learning French and Italian. As I miss a lot of school, I have to organise myself more than my classmates do. I also don't have a lot of free time as I like to do a lot of other sports, such as surfing, motocross and wakeboarding, therefore I try to make the most out of everything. As for my friends, I don't usually



talk much about my races, in fact I don't like to talk. They also don't realise how difficult this is for me. So, when I'm at school I try not to talk about the competition; if my friends don't ask me anything, I'm discreet and don't even talk about it.

***“Apart from competitions, my focus is on school. I think it is very important to learn languages, I am bilingual in English and I am learning French and Italian”***

This year you will compete in the *Formula Aquila 1000* championship in Sweden. You even had to get a special license. You have been working hard. Do you think it has been worth it? Why?

Yes, it is always very much worth it. I'm on a consistent path and my whole family is very supportive. It's a project for all of us, it takes a lot of time and energy, but we are all involved; even my youngest brother, who is 10 years old, gives me a lot of strength and always encourages me. He says he's my biggest fan! This season will mean a lot of learning and I'm very happy with this challenge and for having passed the tests. I hope to exceed my goal, even though driving is totally different from karting, for it being a car for a start. The aerodynamics, the way of driving, the gearbox and gears, the weight and mass of the car when cornering and braking... it's all different. But I'm super excited! What doesn't change at all is my approach to racing, as I'm focused on giving my best!



# Os Ingredientes Locais são as estrelas

Desculpem, Chefs.

Local Ingredients are the stars

Sorry, Chefs.



DESCUBRA OS NOVOS MENUS EM CLASSE EXECUTIVA CRIADOS POR CHEFS LOCAIS

VOOS DE LONGO CURSO

DISCOVER OUR NEW EXECUTIVE CLASS MENUS CREATED BY LOCAL CHEFS

LONG HAUL FLIGHTS

Local Stars



THE ART OF TASTING PORTUGAL

flytap.com

TAP AIR PORTUGAL

# VISPRING

Luxury Beds - London 1901



VISPRING STUDIO LISBOA - Avenida de Berna 56A • 1050-043 Lisboa - tel. 910 834 004 • lisboa@vispring-studio.pt  
VISPRING STUDIO PORTO - Rua Pedro Homem de Melo 153 • 4150-599 Porto - tel. 912 028 107 • porto@vispring-studio.pt

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