TRENDS®

KNOW THE DIFFERENCE

ENTREVISTAS

Oitoemponto,
design de interiores

Philippe Delhotal,
Hermès

OODA,
arquitetura

ByFly,
cerâmica portuguesa

TRIMESTRAL • N.º**60** • €4,50

HUBLOT

CLASSIC FUSION

Berluti

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

DIARSA Tel. +351 21 816 62 01

hublot.com

Criatividade sem fronteiras

Já dizia Camões, que todo o mundo é composto de mudança. Ao longo dos tempos, a vontade do ser humano em descobrir o mundo, em sintonia com os seus desejos de realização, fez com que as fronteiras se esbatessem, ficando todos os sonhos mais próximos. Hoje, como uma simples folha de papel que voa ao sabor do vento, as tendências ultrapassam limites geográficos e enriquecem-se com as influências recolhidas em cada canto. Foi ao conhecer o mundo, bem ao espírito aventureiro do português, ou apenas atentos às voltas que ele dá, que os responsáveis pela OODA, pela Oitoemponto ou pela ByFly impuseram criatividade e talento, contribuindo orgulhosamente para essa mudança que o mundo tanto anseia. E são essas mudanças que lhe trazemos nesta edição da *TRENDS*, mudanças que fazem o mundo avançar. Porque se o mundo avança, nós avançamos com ele.

Boundless Criativity

Camões once said the whole world is composed of change. Throughout time, mankind's desire to discover the world, in harmony with his wishes for fulfilment, has led to borders blurring, and dreams being brought closer. Today, like a simple sheet of paper flying with the wind, trends go beyond geographical limits and become enriched by influences gathered from all over. It was in seeing the world, with the true taste for adventure of the Portuguese, or simply in being attentive to how it spins, that the faces behind OODA, Oitoemponto or ByFly have imposed their creativity and talent, proudly contributing to this change that the world lusts after. And it is these changes that we bring you in this issue of *TRENDS*, changes that take the world forward. Because if the world moves forward, we move forward with it.

TRENDS

Propriedade/Editora:
PM Media, S.A.
Centro Empresarial Lionesa Edf. G19
Rua da Lionesa, 446
4465-671 Leça do Balio
Matosinhos, Porto, Portugal
T: (+351) 22 906 95 30

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

Fotografia de Capa: © Hufton+Crow - Harbin Opera House

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

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

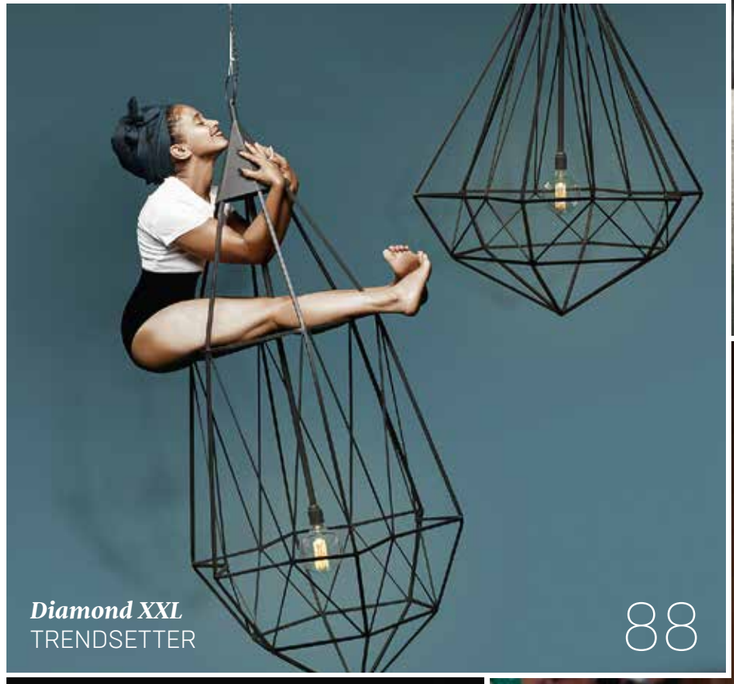
Publicidade e Assinaturas:
adsales@trends-mag.com

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

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

Harbin Opera House
SKETCH 14

Skechers TR
INTERIORS 72


Diamond XXL
TRENDSETTER 88

Luís Carvalho
IN STYLE 117

Morgan EV3
TO MOVE 160

FERNANDO GUERRA

Com um olhar perspicaz, capaz de fazer sobressair os mais profundos detalhes, o fotógrafo Fernando Guerra eterniza, através da sua lente, os mais incríveis projetos de arquitetura, tanto em Portugal como além-fronteiras. Recentemente, esse seu olhar foi reconhecido, graças à escolha do público da plataforma *online* norte-americana *Architizer A+*, que glorificaram o trabalho fotográfico do português na sede do Parque Natural da Ilha do Fogo, em Cabo Verde. No caso deste projeto, destruído poucos meses após a sua construção em março de 2014 devido à erupção vulcânica na ilha, as fotografias de Fernando Guerra são tudo o que resta do trabalho com assinatura do *atelier* português OTO.

With a discerning eye, able to bring out the most hidden detail, photographer Fernando Guerra immortalises the most amazing architectural projects through his lens, in Portugal as well as abroad. Recently, this eye was recognised, when the readers of US online platform *Architizer A+* praised the Portuguese photographer's work of the headquarters of the Fogo Island Nature Park, Cape Verde. Fernando Guerra's photographs are all that remains of this project, which was designed by Portuguese studio OTO, as it was destroyed a few months after its construction in March 2014 by the volcanic eruption on the island.

RUI MANUEL VIEIRA

ANA ARAGÃO

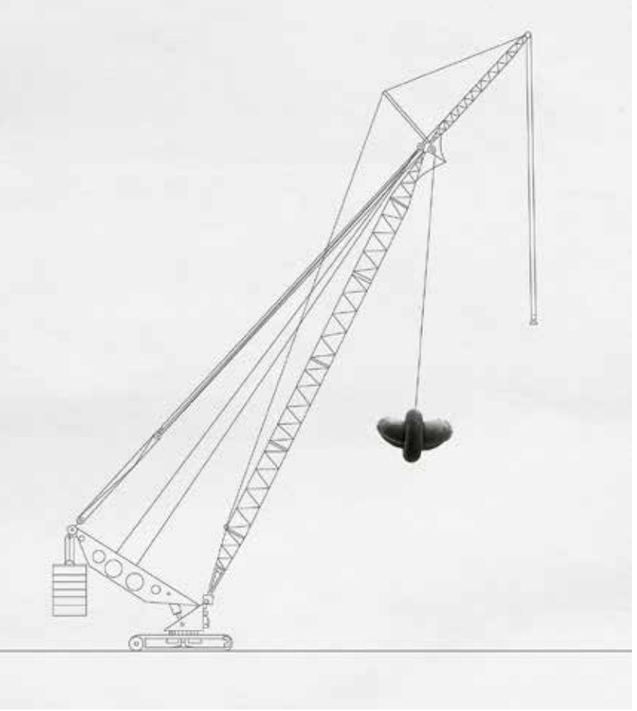
Natural do Porto, Ana Aragão rendeu-se à arquitetura, mas hoje, quando lhe perguntamos como se descreve, se como ilustradora ou pintora, rapidamente a resposta explica que o seu talento é fazer desenhos. Mas não são desenhos quaisquer. São "anagrafias" urbanas, o nome que atribui à representação das suas cidades, imaginárias ou não. Desta vez, em parceria com as Tapeçarias Ferreira de Sá, uma das mais antigas empresas dedicadas à tapeçaria tradicional em Portugal, os desenhos da autora portuense deram origem à Tapeçaria Eudóxia, feita em lã natural, através da técnica *hand-tufted* e apenas disponível numa série limitada de 112 peças.

Born in Oporto, Ana Aragão dedicated herself to architecture, but today, when asked if she would describe herself as an illustrator or painter, her answer quickly explains that her talent lies in making drawings. But not any drawings. These are urban "anagrafias", the name she gave to the representation of her cities, be they imaginary or not. This time, in partnership with Tapeçarias Ferreira de Sá, one of Portugal's oldest companies dedicated to traditional rug making, her drawings gave rise to the Eudóxia Rug, made using the hand-tufted technique with natural wool and only available in a limited edition of 112 pieces.

SMEG BY DOLCE&GABBANA

Tomemos as palavras de Vittorio Bertazzoni, CEO da Smeg, como nossas, de maneira a explicar os contornos de uma parceria única: "Ao longo dos séculos, os artistas usaram e experimentaram constantemente novos materiais. Esta colaboração permite precisamente usar uma peça icónica como tela em branco". Mas qual é a peça icónica? Um frigorífico! Numa parceria entre duas marcas italianas reconhecidas por prestar tributo ao património, 100 frigoríficos Smeg, do modelo FAB 28, foram pintados à mão por artistas sicilianos, minuciosamente escolhidos pela Dolce&Gabbana. A grande inspiração para estas obras de arte foi o "carreto", uma espécie de charrete, ornamentada com motivos tipicamente sicilianos, como a Tríscele, a flora da ilha ou cenas medievais com cavaleiros e batalhas.

We are taking the words of Vittorio Bertazzoni, CEO at Smeg, as our own, in order to explain the outline of a unique partnership: "Artists through the centuries have used and experimented with new materials and this is a collaboration using an iconic design product as a blank canvas for their work". But what is this iconic design product? A fridge! In a partnership between two Italian brands renowned for paying tribute to the heritage, 100 Smeg refrigerators, of the FAB 28 model, have been hand painted by Sicilian artists, meticulously chosen by Dolce&Gabbana. The major inspiration for these art works was the "carreto", a kind of carriage, decorated with typical Sicilian motifs, such as the Tríscele, the flora of the island or medieval scenes of knights and battles.



COS X MICHAEL SAILSTORFER

A marca sueca COS, conhecida pelas suas inúmeras parcerias com figuras distintivas do mundo da arte, *design* e arquitetura, apresentou o resultado de uma nova colaboração com o artista plástico alemão Michael Sailstorfer. A mais recente parceria da marca sueca resultou em *Silver Cloud*, uma instalação apresentada a tempo da abertura da *Gallery Weekend Berlin*, numa demonstração à imprensa em que a *TRENDS* marcou presença. Se, por um lado, o nome dado à instalação sugere suavidade e leveza, *Silver Cloud* representa o oposto, já que a instalação ganha forma numa nuvem de ferro de duas toneladas, suportada por um guindaste, que uma e outra vez a deixa cair, destruindo o solo. A emoção, a ansiedade e a incerteza associadas à apresentação são temas que o artista alemão explora, constantemente, nas obras que produz.

Swedish brand COS, known for its many partnerships with distinctive figures from the world of art, design and architecture, has presented the results of a new collaboration with German artist Michael Sailstorfer. The latest partnership of the Swedish brand has resulted in *Silver Cloud*, an installation displayed in time for the opening of the *Gallery Weekend Berlin*, in a demonstration for the press, at which *TRENDS* was present. While the name chosen for the installation suggests softness and lightness, *Silver Cloud* is actually the opposite, seeing as the installation takes the form of an iron cloud weighing two tons, supported by a crane, which lets it drop down, destroying the ground. The excitement, anxiety and uncertainty felt at the presentation are topics that the German artist constantly explores in his works.

BMW INDIVIDUAL 7 SERIES THE NEXT 100 YEARS

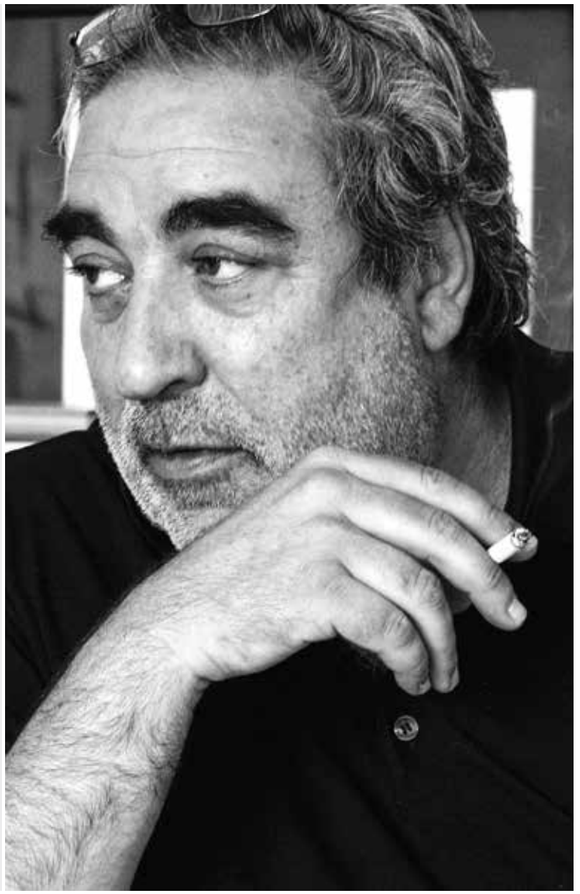
Lado a lado, Zaim Kamal, diretor criativo da Montblanc, e Karim Habib, responsável pelo *design* dos automóveis BMW, posaram para a fotografia, como se representassem um marco para posteridade. E, na realidade, representaram. De linhas reluzentes, a estrela do encontro cativava os olhares dos presentes – inclusive os da *TRENDS* - e iluminava a noite de Munique. Chama-se *BMW Individual 7 Series The Next 100 Years* e, por detrás de um nome tão preciso, está toda a excelência automóvel da marca alemã e toda a qualidade artesanal da Montblanc. Herdando um *design* luxuoso, característico das duas marcas, este novo membro da gama *BMW Serie 7* terá apenas 100 edições, produzidas na cor *Centennial Blue* metalizada, especialmente concebida para este modelo de comemoração dos 100 anos da BMW. A acompanhar cada automóvel desta edição exclusiva está a *Centennial Fountain Pen*, um símbolo da eficiência da escrita, inspirado no *Serie 7*. Combinando inovação e dinamismo nas três motorizações disponíveis, este centenário alia a potência à estética, contendo interiores requintados em couro *Merino* branco e detalhes em madeira.

Zaim Kamal, creative director of Montblanc, and Karim Habib, chief designer at BMW cars, posed side by side for the picture, as if representing a milestone for posterity. And actually they did. With its gleaming lines, the star of the event captivated the eyes of those present - including those of *TRENDS* - illuminating the night in Munich. Its name is *BMW Individual 7 Series The Next 100 Years*, and behind such a precise name lies all the automotive excellence of the German manufacturer and all of Montblanc's quality craftsmanship. Inheriting a luxurious design, characteristic of the two brands, this new member of the *BMW 7 Series* range will be limited to only 100 cars, produced in metallic *Centennial Blue*, especially designed for this model, commemorating 100 years of BMW. Accompanying each car of this exclusive edition is the *Centennial Fountain Pen*, a symbol of writing efficiency, inspired by the *7 Series*. Combining innovation and dynamism in the three available engines, this centenary blends power with aesthetics, featuring exquisite interiors in white *Merino* leather and wooden detailing.

SOUTO MOURA

A 10.ª edição da *Bienal Ibero-americana de Arquitetura e Urbanismo* galardoou o arquiteto português Eduardo Souto Moura, de 63 anos, com o prémio *Carreira,* no início de Abril, em Madrid. O júri internacional destacou a obra "repleta de emoção" do vencedor do prémio *Pritzker* de 2011, elogiando o seu "importante contributo no ensino, em universidades de diversos países" e a sua capacidade de "experimentar com novos materiais e estruturas". Nesta edição, foram ainda destacados outros portugueses, graças aos seus projetos inovadores, como por exemplo, o *atelier* Aires Mateus, pela sede da EDP e pela Casa no Tempo, no Alentejo.

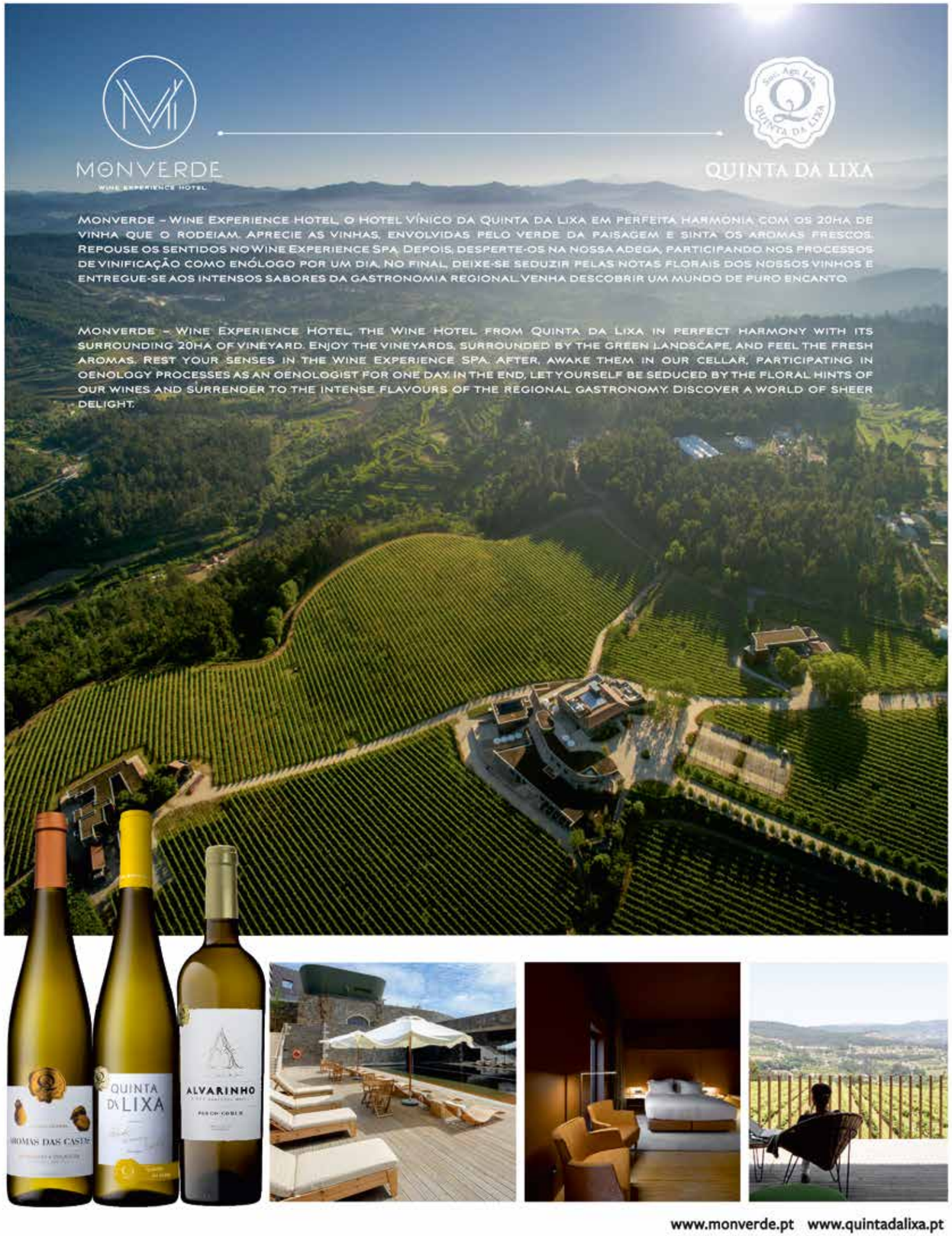
The 10th edition of the *Ibero-American Biennial of Architecture and Urbanism*, held in Madrid at the beginning of April, has awarded Portuguese architect Eduardo Souto Moura, 63, with its *Lifetime Achievement* award. The international jury highlighted the work "full of emotion" of the 2011 *Pritzker* Prize winner, praising his "important contribution to teaching in universities of various countries" and his ability to "experiment with new materials and structures". Other Portuguese architects were also highlighted in this edition for their innovative projects, such as the Aires Mateus practice, for the EDP headquarters and for the *Casa no Tempo*, in the Alentejo.



THE ROLEX MENTOR AND PROTÉGÉ

Com o objetivo de incentivar a transmissão do património artístico de geração em geração, a Rolex criou uma iniciativa filantrópica bienal que abarca diversos continentes e culturas – o programa *Rolex de Mestres e Discípulos*. Procurando jovens artistas talentosos e reunindo-os com os grandes mestres durante um ano de colaboração criativa, a iniciativa da reconhecida marca tem início em junho e conta com a participação de vários nomes consagrados, da arquitetura ao teatro, passando pela literatura ou pela dança. David Chipperfield (arquitetura), Mia Couto (literatura), Alfonso Cuarón (cinema) e Ohad Naharin (dança) são alguns dos sete mestres que vão orientar sete jovens talentos durante o próximo ano.

With the aim of encouraging the passage of artistic heritage from generation to generation, Rolex has created a biennial philanthropic initiative spanning various continents and cultures - the Rolex Mentor and Protégé Arts Initiative. Looking for talented young artists and bringing them together with great masters for a year of creative collaboration, the renowned brand's initiative begins in June, with the participation of many famous names from architecture and theatre to literature and dance. David Chipperfield (architecture), Mia Couto (literature), Alfonso Cuarón (cinema) and Ohad Naharin (dance) are among the seven masters who will guide seven young talents over the next year.



SKETCH

Harbin Opera House

T JOÃO AFONSO RIBEIRO 1,3 ADAM MØRK; 2 HUFTON+CROW

CONTEMPORANEIDADE ASIÁTICA

Na cidade chinesa de Harbin, o projeto para a construção da Opera House da cidade teve como objetivo enquadrar devidamente o complexo na paisagem pantanosa e habitualmente gélida. O estúdio MAD Architects, responsável pelo projeto que conta com uma área de construção de cerca de 850 mil m², desenvolveu um edifício de traços fluidos e ondulados que parece ter sido esculpido naturalmente pela força do vento e da água. O exterior deste centro cultural, que abriga dois teatros e uma grande praça, foi construído com base em painéis de alumínio branco e placas de vidro. No interior sobressai a forte predominância de vidro e madeira, atingindo o expoente máximo no revestimento do teatro principal ou no grande bloco semicircular colocado no átrio, que dá acesso aos vários patamares através de uma escada curvilínea.

ASIAN CONTEMPORARINESS

The aim of the project for the construction of the city opera house in the Chinese city of Harbin was to appropriately fit the complex into the marshy and usually icy landscape. MAD Architects studio, responsible for the project with a construction area of about 850,000 sqm, has developed a building of flowing and undulating lines that seems to have been sculpted by the natural forces of wind and water. The exterior of this cultural centre, which houses two theatres and a large square, was built on a base of white aluminium panels and glass sheets. The inside of the building is highlighted by the powerful predominance glass and wood, achieving the height of its expression in the lining of the main theatre or in the large semi-circular block placed in the atrium, which ensures access to the various levels via a curved staircase.

Casa do Gerês

T MARIA PIRES HUGO CARVALHO ARAÚJO

CAMUFLADA NA PAISAGEM

Conceber um projeto de uma moradia a ser implantada numa encosta íngreme do Vale da Caniçada, no Gerês, era à partida um grande desafio. Tanto mais quando a pequena habitação previamente existente estava sujeita a derrocadas, sendo, por isso, necessário demoli-la e erigir uma nova numa cota inferior.
Desafio superado pelo gabinete Carvalho Araújo, Arquitetura e Design. Na Casa do Gerês, a morfologia do terreno, ao invés de constituir uma dificuldade, tornou-se numa aliada, uma vez que permitiu que se tirasse partido do pequeno ribeiro existente e da vista sobre a paisagem.

Os materiais eleitos – betão, madeira e vidro – dialogam com o meio natural. Vista de cima, que é por onde se acede à propriedade, a construção assemelha-se a uma rocha, das tantas existentes na encosta. A utilização destes materiais estende-se ao interior, que beneficia de espaços amplos, funcionais e polivalentes. Ainda que a zona íntima se relacione harmoniosamente com a social através de *mezzanine*, foi dado protagonismo a esta última, materializada num salão que se prolonga ao exterior, numa cozinha e na área de serviços.

CAMOUFLAGED IN THE LANDSCAPE

Designing the project for a home to be located on a steep slope in Vale da Caniçada in Gerês was great challenge from the outset. Even more so when the small house already located there was subject to landslips, and therefore needed to be demolished with the new one to be built on a lower level.
This challenge was overcome by the Carvalho Araújo, Arquitetura e Design studio. In the Casa do Gerês, rather than being a difficulty, the morphology of the land proved to be an ally, as it enabled them to take advantage of the small stream there and of the views over the landscape.

The chosen materials - concrete, wood and glass – develop a dialogue with the natural environment. Seen from above, which is where you enter the property, the building resembles one of the many rocks of the hillside. The use of these materials extends to the inside, which enjoys large, functional and versatile spaces. Although the private area is harmoniously related with the social one through a *mezzanine*, the lead role has been given to the latter, materialised in a lounge that extends to the outside, a kitchen and the utility area.

Salling Tower

T JOÃO AFONSO RIBEIRO TORBEN ESKEROD

FUNCIONALISMO URBANO

Esta torre de observação sobre o porto da cidade de Aarhus, na Dinamarca, tornou-se um ponto de encontro e referência na cidade. A escultura urbana, da autoria do gabinete Dorte Mandrup Arkitekter A/S, funciona como torre panorâmica e incorpora referências ao ambiente marinho e à história comercial da cidade. Com uma estrutura em aço branco, a torre tem uma escadaria interna que permite que se aceda a dois patamares: o primeiro, suspenso sobre as águas do porto local, enquanto o segundo proporciona uma vista de 360º sobre o porto e a baía da cidade. Durante a noite, lâmpadas LED iluminam a torre por dentro e simbolizam as luzes de sinalização dos mastros dos grandes navios.

URBAN FUNCTIONALISM

The observation tower for the city port of Aarhus, in Denmark, has become a meeting point and landmark of the city. The urban sculpture, designed by the Dorte Mandrup Arkitekter A/S practice, acts as a panoramic tower, incorporating references to the marine environment and the city's commercial history. The tower features a white steel structure with an internal staircase, providing access to two levels: the first one is suspended over the waters of the local harbour, while the second one provides a 360º view of the harbour and the city's bay. At night the tower is illuminated by LED lamps from the inside, symbolising the signal lights on the masts of large ships.

Viña VIK Hotel

T JOÃO AFONSO RIBEIRO MARCELO DAGLIO; HOTEL VIÑA VIK

VISTA PANORÂMICA SOB MILLAHUE

Conhecido pela qualidade dos vinhos que exporta para todo o mundo, o Chile começa a apostar, cada vez mais, no turismo vinícola. Na região de Cachapoal, a cerca de 200 km da cidade capital de Santiago do Chile, é no vale de Millahue que se encontra o hotel Viña Vik. O hotel, propriedade do norueguês Alexander Vik, um empresário que detém outras unidades hoteleiras na América do Sul, foi edificado no topo de uma montanha, de modo a gerar uma vista de 360º sob a região de exploração vínica. Um projeto assinado pelo arquiteto uruguaio Marcelo Daglio, este hotel-vinícola inclui uma cobertura suspensa em titânio bronzeado, o que lhe transmite o aspeto futurista que o distingue, como se uma nave espacial tivesse aterrado no alto da montanha. O hotel conta ainda com uma incrível piscina de borda infinita, com vista para o vale e para as vinhas que rodeiam o hotel, ideal para desfrutar o pôr do sol. As suítes, com enormes vidrais que a todo o momento destacam a belíssima paisagem que rodeia o hotel, estão decoradas com diversas obras de arte de alguns dos mais renomeados artistas plásticos chilenos, entre os quais Sebastián Valenzuela, Francisco Uzabeaga ou Pablo Montealegre.

PANORAMIC VIEW OVER MILLAHUE

Known for the quality of wines that it exports all over the world, Chile is increasingly focusing its attention on wine tourism. In the Millahue Valley, in the Cachapoal region, about 200 km from the capital city of Santiago do Chile, sits the Viña Vik hotel, owned by Norwegian Alexander Vik, a businessman and owner of several hotels in South America. In order to provide 360º views over the winemaking region, the hotel was built on top of a mountain. A project designed by Uruguayan architect Marcelo Daglio, this wine hotel features a suspended roof made of bronzed titanium, which gives it a distinguishing futuristic aspect, like a spaceship that has landed on the top of the mountain. The hotel boasts an amazing infinity pool, with views over the valley and on to the vineyards that surround the hotel, which is ideal for gazing at the sunset. The suites, which boast huge windows, which, no matter what time of day, emphasise the beautiful landscape surrounding the hotel, are decorated with many works of art from some of the most renowned Chilean artists, including Sebastian Valenzuela, Francisco Uzabeaga and Pablo Montealegre.

Gran Mediterraneo

T ANDREIA FILIPA FERREIRA DAVID TAJCHMAN

VIVER NA VERTICAL

Aproveitando a magnífica luz de Tel Aviv, o arquiteto David Tajchman projetou um edifício conceptual com uma geometria topológica, de maneira a concentrar no mesmo espaço vários serviços inovadores. Esta torre, de lajes horizontais empilhadas e revestida a vidro espelhado, assume uma aparência celular e possibilita uma vida na vertical, através da existência de apartamentos, hotel, bares e restaurantes, jardins públicos, piscinas, spas e até espaços de escritórios e eventos. Com interiores flexíveis, o Grand Mediterraneo alberga ainda um parque de estacionamento com opção de carregamento para veículos elétricos.

LIVING IN THE VERTICAL

Making the most out of Tel Aviv's magnificent light, architect David Tajchman has designed a conceptual building with a topological geometry, so as to concentrate several innovative services in the same space. This tower, made of stacked horizontal slabs and coated with mirrored glass, takes on a cellular appearance and enables a life in the vertical, through the existence of apartments, hotel, bars and restaurants, public gardens, swimming pools, spas and even office and event spaces. With flexible interiors, the Grand Mediterraneo is also home to a car park with the option of charging facilities for electric vehicles.

Ramsdal Folk Museum

T JOÃO AFONSO RIBEIRO ERIK HATTREM AND RRA

MORFOLOGIA ESCANDINAVA

A equipa do gabinete norueguês Reiulf Ramstad Arkitekter teve em mãos a responsabilidade pela conceção de um museu dedicado ao folclore norueguês, na cidade de Molde. O edifício, com 3500 m^2, pretende atuar como montra da tradição local e poderá também acolher concertos, *workshops* e palestras. Na conceção deste museu, o *atelier* procurou utilizar materiais locais, num edifício que remete para a urbanidade e para a morfologia da própria cidade de Molde. Assim sendo, a madeira de pinho, muito comum neste país escandinavo, tem grande predominância na estrutura do edifício, enquanto a cobertura do edifício está fragmentada numa série de ziguezagues, o que remete para os telhados de forte inclinação e para os ângulos acentuados que caracterizam a paisagem arquitetónica da cidade.

SCANDINAVIAN MORPHOLOGY

The team at Norwegian Reiulf Ramstad Arkitekter studio was responsible for the design of a museum dedicated to Norwegian folklore, in the city of Molde. The aim of the 3500 sqm building, is to showcase local tradition and to also be able to host concerts, workshops and presentations. In the design of this museum, which refers to the urbanity and morphology of the city of Molde itself, the studio made sure to use local materials. Being this the case, pine wood, which is very common in this Scandinavian country, plays a predominant role in the building's structure, while the roof of the building is fragmented in a series of zigzags, which refers to the steeply sloped roofs and the sharp angles that characterise the architectural landscape of the city.

BMW 700

Com o nosso passado, é fácil prever o futuro.

Em 100 anos de história, nem tudo foi fácil para o BMW Group. Na década de 50 o grupo passou por uma grave crise financeira. Mas graças à sua visão orientada para o futuro, conseguiu inovar e ultrapassar todos os obstáculos. Um dos responsáveis foi o BMW 700, que além de possuir um motor de moto – a BMW R67 – ainda o tinha situado na traseira, algo que a BMW não tinha feito até esse momento. O pequeno coupé de 4 lugares saiu para o mercado em 1959 e tornou-se um sucesso de vendas, ajudando a BMW a recuperar o seu estatuto. Este espírito inovador que nos fez chegar aos 100 anos, é o mesmo que nos vai guiar pelos próximos 100.

BMW Vision
Next 100

bmw.pt

Pelo prazer
de conduzir

OS PRÓXIMOS 100 ANOS COMEÇAM AGORA.

Sempre soubemos onde queríamos chegar. No BMW Group sabemos que nos próximos 100 anos vamos continuar a reinventar a mobilidade, e a torná-la mais sustentável, mais inteligente e mais adaptada a si.
Porque o que é hoje a nossa visão, um dia vai ser a sua realidade.

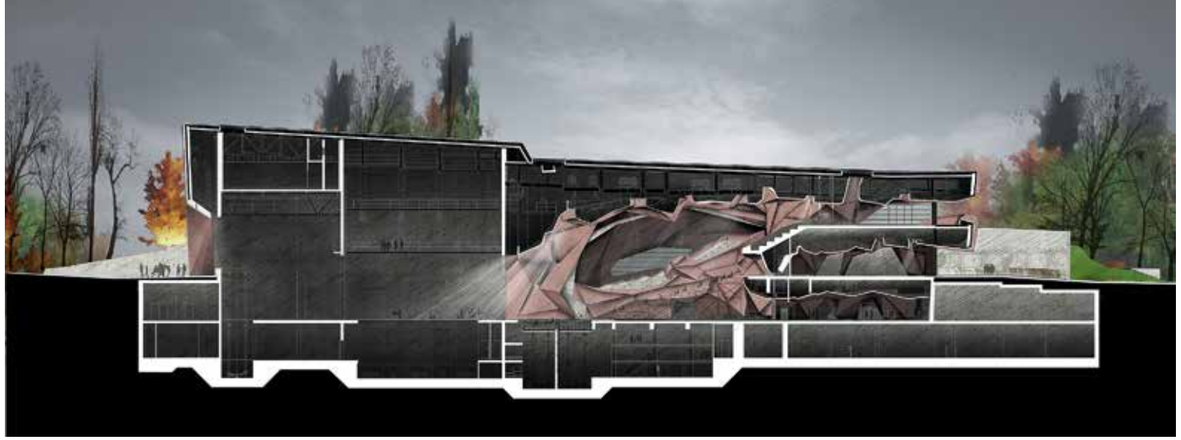
THE NEXT
100 YEARS

CKK Jordanki

T MARIA PIRES 3,4 JAKUB CERTOWICZ I, 2 MENIS ARQUITETOS

TÉCNICA INOVADORA

Uma vez que se situa entre a parte antiga de Torún, Polónia, e a zona mais desenvolvida e urbanizada da cidade, foi pedido que o projeto arquitetónico do auditório CKK Jordanki misturasse o antigo com o novo, o que resultou no trabalho mais complexo alguma vez levado a cabo pelo arquiteto espanhol Fernando Menis e que lhe valeu inúmeros prémios.
A construção baixa permite panoramas sobre um rio e, simultaneamente, ajusta-se à altura das construções vizinhas, o que, aliado à sua configuração e cor, dá a ilusão de se tratar de um objeto natural, como uma pedra.
Enquanto o exterior é revestido a betão quase branco, para o interior Fernando Menis adotou uma técnica inovadora a que o próprio chama de "picado", que consiste numa mistura de tijolo vermelho esmagado e betão. O "picado", para além de dar um aspeto rugoso e de usar o tijolo, que é o material que reveste a maioria das fachadas da cidade velha, também possui excelentes propriedades acústicas, característica que, aliada às paredes móveis e cadeiras desmontáveis, dota o auditório de grande flexibilidade funcional, adaptável a vários tipos de espetáculo. A utilização das duas cores, branco e vermelho, enfatiza a dicotomia entre a arquitetura moderna e histórica.



INNOVATIVE TECHNIQUE

Seeing as it is located between the old part of Torún, Poland, and the most developed and urbanised area of the city, it was requested of Fernando Menis to blend the old with the new in his architectural design of the CKK Jordanki auditorium, resulting in the most complex work ever carried out by the Spanish architect, and one which has since earned him numerous awards.
The low rise construction provides panoramic views over a river, while at the same time adjusting to the height of the surrounding buildings, which, together with its configuration and colour, gives off the illusion of being a natural object, such as a stone.

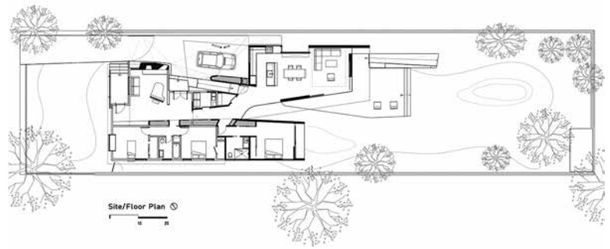
While the exterior is coated in almost white concrete, Fernando Menis used an innovative technique for the inside, which he himself refers to as "minced", which consists of a mixture of crushed red brick and concrete. As well as giving a rough appearance and using brick, which is the material of lining most of the facades in the old town, the "mince" also has excellent acoustic properties, a feature, which, when combined with the movable walls and the removable chairs, endows the auditorium with great functional flexibility, adaptable to various types of events. The use of the two colours, white and red, emphasises the dichotomy between modern and historic architecture.

Bal House

T JOÃO AFONSO RIBEIRO 1,2,3,4 BRUCE DAMONT TERRY AND TERRY ARCHITECTURE

DUAS ASAS E UM JARDIM

É na cidade de Menlo Park, em plena Califórnia, que se encontra a Bal House, um projeto concebido para um casal de reformados que pretendia renovar e expandir a área habitável de uma casa de meados do século passado. Preservando a praticabilidade do edifício e dando ênfase ao jardim que o envolve, este projeto, assinado pelo *atelier* Terry & Terry Architecture, foi idealizado a partir da estrutura já existente, que serviu como ponto de partida. Ao edifício original foram acrescentadas duas 'asas' que divergem gradualmente, gerando uma fissura central. Estes dois acréscimos formam uma estrutura cuja forma se assemelha a um tubo retorcido de madeira, cuja fissura que conduz ao núcleo é aproveitada no sentido de 'puxar' o jardim para dentro de casa, injetando, no seu interior, elementos oriundos do exterior. Estas duas 'asas' formam o novo espaço nobre da habitação, integrando um quarto, instalado na 'asa' virada a oeste, e uma generosa sala de convívio, projetada na 'asa' virada a este. A estrutura original da casa foi renovada e, por sua vez, abriga uma sala com vocação musical, dois quartos e uma casa de banho. Este é um projeto cujas principais características são a acessibilidade, graças à existência de um único piso térreo, e, acima de tudo, a capacidade de integrar harmoniosamente o jardim.

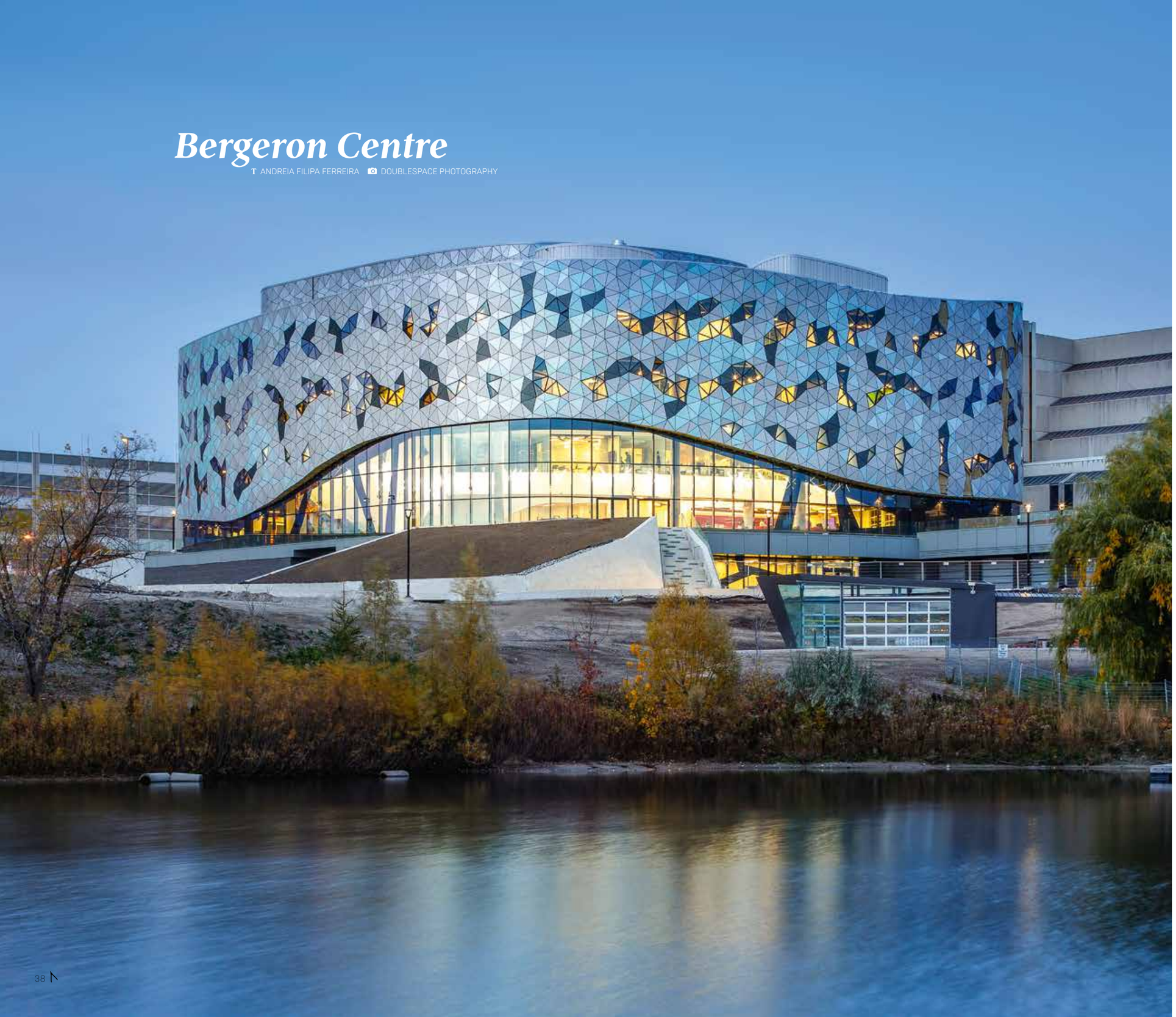


TWO WINGS AND A GARDEN

Bal House is a project that was designed for a couple of pensioners, who wanted to renew and expand the living area of a house dating back to the middle of last century, which is located in Menlo Park, a city in California. Preserving the practicability of the building and emphasising the garden surrounding it, this project, designed by the Terry & Terry Architecture practice, was designed in a way that took the existing structure as its starting point. Two 'wings' were added to the original building, that gradually diverge, generating a central gap. These two extensions form a structure, the shape of which resembles a twisted wooden tube, using the visible gap to 'pull' the garden into the house, injecting, elements from the outside into its interior. These two 'wings' form the new prime area of the property, and contain a bedroom on the 'wing' that faces west and a generously sized lounge in the 'wing' that faces east. The original structure of the house itself has been renovated and, for its part, now contains a lounge designed for music purposes, two bedrooms and a bathroom. This is a project in which its main characteristics are accessibility, thanks to the existence of a single ground floor, and, above all else, the ability to harmoniously integrate the garden.

Bergeron Centre

T ANDREIA FILIPA FERREIRA DOUBLESPACE PHOTOGRAPHY



COMO UMA NUVEM

"Quebrar as barreiras do ensino da engenharia". Foi este o mote impulsionador do projeto Bergeron Centre for Engineering Excellence, assinado pela ZAS Architects, na Universidade de York, em Toronto. Repensando as formas de aprendizagem dos alunos num *campus*, este edifício desafia os modelos anteriores, apresentando uma abordagem moderna focada nos avanços da Engenharia. Com uma fachada ondulada composta por triângulos posicionados de acordo com um algoritmo preciso e complexo, o exterior do Bergeron Centre assemelha-se a uma nuvem, refletindo a luz e o padrão triangular tanto para o *campus* como para o ambiente interior. Já no interior, os espaços abertos e luminosos munidos de tecnologias e espaços de interação para os alunos, potenciando a colaboração e criatividade, substituem as salas de aula e os laboratórios tradicionais.

LIKE A CLOUD

"Breaking the barriers of engineering education". This was the driving motto behind the Bergeron Centre for Engineering Excellence project, designed by ZAS Architects, at York University in Toronto. Rethinking the forms of student learning on a *campus*, this building challenges the previous models, presenting a modern approach focused on the advances in engineering. With its undulating facade made up of triangles positioned in accordance with a precise and complex algorithm, the exterior of Bergeron Centre resembles a cloud, reflecting the light and the triangular pattern, as much to the *campus* as to the indoor area. Inside, the open and bright spaces equipped with technologies and the socialising spaces for students, boosting collaboration and creativity, replace the traditional classrooms and laboratories.

Casa GG

T MARIA PIRES MARCOS GARCÍA

DA COR DA TERRA

Situada num terreno escarpado, entre colinas e vales, com vistas para o Vulcão Colima, no México, a Casa GG, cujo traço é da responsabilidade de Elias Rizo Arquitetos, tem como matéria-prima principal o aço polido que, intencionalmente, irá oxidar, conferindo-lhe um tom vermelho semelhante ao da terra onde está implantada.
A porta de entrada de cedro dá acesso a uma área de 420 m² que inclui dois quartos com casa de banho privada, uma suíte *master*, escritório e uma sala de estar/jantar/cozinha aberta. Os pisos de betão brilhantes contrastam com paredes de madeira que se estendem aos pavimentos exteriores, enquanto as grandes janelas de vidro permitem olhares constantes para o ambiente natural.

EARTH COLOURED

In a rugged terrain, in amidst hills and valleys and looking onto Colima Volcano, in Mexico, sits Casa GG, the design of which is the responsibility of Elias Rizo Architects. It is built mainly of polished steel, the intention for which is to rust, which will give it a red colour similar to the land surrounding it.
The entrance door made of cedar wood leads the way to an area of 420 sqm, which includes two bedrooms with en-suite bathrooms, a master suite, a study and an open living/dining/kitchen area. The shiny concrete floors contrast with the wooden walls that extend onto the outdoor flooring, while the large glass windows allow constant views over the natural surroundings.

represtor
Uma visão de futuro

PROTEÇÃO SOLAR

CONFORTO & REQUINTE

As pérgolas são soluções inovadoras concebidas para que possa desfrutar do seu jardim ou terraço a qualquer hora, todo o ano, com o máximo conforto e comodidade.

- Estrutura em alumínio extrudido
- Proteção solar e ventilação regulável
- Personalizável e à medida das suas necessidades
- Sistema de escoamento de água eficiente e invisível
- Oferecem conforto físico, térmico e visual
- Opcional: sistema de iluminação LED, aquecimento e som
- Materiais resistentes ao vento e à chuva
- Acabamento de qualidade
- Disponível numa vasta gama de cores RAL

Com design moderno e intemporal, adequam-se a qualquer tipo de construção, criando ambientes únicos, inesquecíveis e sofisticados.

Apresente-nos o seu projecto. Temos a solução perfeita para si.

PORTUGAL (Lisboa e Maia) | ANGOLA (Luanda) | MOÇAMBIQUE (Maputo) | www.represtor.com

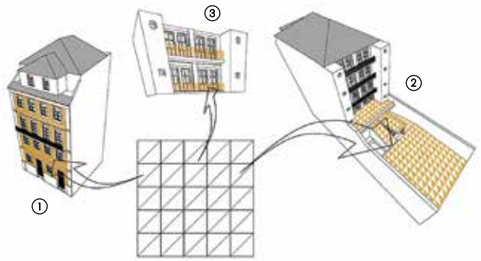
talking about:

OODA

T JOÃO AFONSO RIBEIRO 1-7 JOÃO MORGADO, 8-11 © OODA

Acrónimo arquitetónico

Observar, Orientar, Decidir e Agir são os preceitos básicos de um jovem escritório de arquitetos do Porto e são, também, os verbos que funcionam como acrónimo para o próprio nome do atelier. A OODA, de Rodrigo Villas-Boas, Diogo Brito e Francisco Lencastre, ganha forma em 2009, ainda que o projeto já estivesse na mente dos seus criadores desde 2007. Rodrigo trabalhava no escritório da OMA, do *Pritzker* holandês Rem Koolhaas, enquanto Diogo exercia no escritório de Zaha Hadid, a iraquiana-britânica, recentemente falecida, que se tornou na primeira mulher a receber o prémio máximo da arquitetura.



COMPONENTE EM CERÂMICA TRADICIONAL PORTUGUESA BICROMÁTICA
/ PORTUGUESE TRADITIONAL BICROMATIC CERAMIC ELEMENT

1 - FACHADA PRINCIPAL / MAIN FACADE
2 - QUINTAL / BACKYARD PATTERN
3 - VARANDAS TRASEIRAS / REAR BALCONIES

DM2

LOIOS

Francisco Lencastre, que só formaria o trio mais tarde, em 2011, é também arquiteto de formação e, apesar de não ter tido nenhuma experiência no estrangeiro, tem no currículo o prémio nacional de arquitetura SECIL, para o melhor projeto final de curso, em 2007.
De regresso ao curioso acrónimo escolhido para dar nome ao atelier, Rodrigo Villas-Boas explica que o "ciclo OODA (observar, orientar, decidir e agir) foi um conceito originalmente aplicado ao nível estratégico das operações militares", algo com o qual os três jovens arquitetos se identificam e que, de alguma forma, como sublinha Rodrigo, "se pode aplicar também ao método de fazer arquitetura".
O primeiro trabalho que a OODA adjudicou data de 2010 e, não obstante ter sido o primeiro, foi um dos mais emblemáticos projetos que o atelier ostenta no portefólio. O projeto consistia na reabilitação de um prédio na Rua Dom Manuel II, no Porto, e que foi batizado como DM2. O conceito de recuperação do edifício, em pleno centro histórico da cidade, viria a ter honras de finalista, em 2015, nos afamados prémios *Building of the Year*, promovido pelo site de arquitetura *Archdaily*. "O mais relevante nesse prémio é a enorme visibilidade que dá a todos os participantes, sobretudo aos finalistas e vencedores, e isso é crucial numa profissão como a nossa, porque ninguém compra nada que não sabe que existe", sublinha Diogo Brito, esclarecendo que um dos maiores desafios do projeto DM2 foi "recuperar as idiossincrasias que o edifício tinha perdido, recuperar a sua presença identitária na imagem da cidade, mantendo os fragmentos de memória que a identificam enquanto, simultaneamente, se configura o edifício para pequenas habitações dotadas de todas as exigências e necessidades contemporâneas".

O projeto DM2, da OODA, viria a ter honras de finalista, em 2015, nos afamados prémios Building of the Year, promovido pelo site de arquitetura Archdaily

O posicionamento deste escritório portuense pretende criar uma dinâmica em relação à componente laboratorial da conceção e formalização arquitetónica. O trabalho que é desenvolvido nos escritórios da OODA tem intervenção de todos os colaboradores, que são convidados a serem livres e criativos, a propor e a criticar, num esforço contínuo para que se encontrem decisões unânimes. "Procuramos encontrar os 'vocábulos' para uma linguagem específica em cada novo contexto ou problemática. Mais do que procurarmos os pontos comuns entre cada novo projeto e o anterior, interessa-nos encontrar as diferenças. É como se voltássemos sempre ao zero", refere Diogo Brito. Também no Porto, a OODA teve a cargo a renovação de dois edifícios do século XIX, Loios, na Baixa do Porto, que incorporam peculiares módulos adaptáveis que se podem transformar em cozinhas, camas, casas de banho ou peças várias de mobiliário.
Se o primeiro projeto assinado pela OODA foi na cidade do Porto, onde estão sediados, em poucos anos o *atelier* teve o condão de se expandir para fora de portas, seguindo o caminho natural da internacionalização. "Procuramos de forma permanente expandir o nosso raio de ação e internacionalizar o nosso escritório. Fazemos concursos em todo o mundo e temos um projeto de um ginásio, construído em Chengdu, na China, feito em parceria com os arquitetos locais Ntype", revela Rodrigo Villas-Boas. No entanto, dentro de Portugal, são também muitos os projetos que vão ocupando os criativos da OODA. "Estamos agora a fazer o projeto de reabilitação de cinco edifícios multifamiliares no Porto, o projeto de reabilitação de duas moradias unifamiliares, também no Porto, e a desenhar três moradias unifamiliares de raiz, uma em Matosinhos e duas em Lisboa. Temos um grande projeto hoteleiro na calha, mas sendo confidencial não nos é permitido revelar mais", antecipa Rodrigo Villas-Boas.
Com forte ligação aos países de língua portuguesa, existem também projetos em *hold* para Angola e Brasil, como são o caso do edifício Benguela 88 e do *sui generis* Pirataninga São Paulo. "O passado da arquitetura portuguesa tem de facto um enorme impacto e paralelismo na comunidade dos países lusófonos que outrora pertenceram ao império colonial português. É uma tradição arquitetónica que vem desde o século XVI, onde muitos edifícios se construíram pelo mundo, à imagem de expressões arquitetónicas portuguesas".
Para concluir, não podíamos deixar de perguntar a Diogo Brito o que de mais positivo retirou da experiência junto da *Pritzker* Zaha Hadid, falecida já no decorrer de 2016. O arquiteto português destaca "não tanto a linguagem ou a formalização do pensamento, mas antes a predisposição genuína para a liberdade de criação", sublinhando ainda que, para a premiada arquiteta, "o intuitivo, a poética e a introspeção eram ferramentas da construção plástica, mas também bases do discurso de cada intervenção".

BAVARIAN MUSEUM

MARITIME SCIENCE CENTRE

Architectural acronym

Observing, Guiding [Orienting], Deciding and Acting are the basic precepts of a young architecture practice in Oporto, and these verbs also form the acronym for the studio's name. OODA, the practice of Rodrigo Villas-Boas, Diogo Brito and Francisco Lencastre, took shape in 2009, even though the project had already been on the minds of its creators since 2007. Rodrigo was working in the office of OMA, owned by Dutch *Pritzker* prize winner Rem Koolhaas, while Diogo could be found in the practice of Zaha Hadid, the Iraqi-British architect, who recently passed away, and who became the first woman to receive the top prize in architecture. Francisco Lencastre, who would only complete the trio in 2011, is also a trained architect and, although not having had any experience abroad, his CV boasts the SECIL national architecture prize, for the best end of course project, in 2007. Coming back to the curious acronym chosen as the name for the studio, Rodrigo Villas-Boas explains that the "OODA cycle (observing, guiding [orienting], deciding and acting) was originally a strategic concept applied to military operations", something that the three young architects identified with and which, to a certain extent, as Rodrigo points out, "can also be applied to the method of doing architecture".
Their first project the studio undertook was the renovation of a building on the Rua Dom Manuel II, in Oporto, in 2010, which was given the name DM2. Despite having been OODA's first ever work, this was also one of the most iconic projects to figure in the studio's portfolio. The concept for the restoration of the building right in the city's historic centre would go on to enjoy the honour of being a finalist in the famous *Building of the Year* awards, in 2015, which is sponsored by the *Archdaily* architecture website. "The most important thing about this award is the enormous visibility that it gives all participants, especially the finalists and winners, and this is crucial in a profession like ours, because no one buys anything that they do not know exists", Diogo Brito points out, explaining that one of the DM2 project's biggest challenges was to "recover the idiosyncrasies that the building had lost, restoring its sense of identity in the city's image, retaining the fragments of memory that identify it while, at the same time, configuring the building for smaller homes, endowed with all the contemporary requirements and needs".
The positioning of this Oporto practice aims to build momentum with relation to the laboratory component of architectural design and formalisation. The work that is developed in the OODA offices enjoys the involvement of every employee, as they are invited to be free and creative, to suggest and

criticise, in an ongoing effort to find unanimous decisions. "We are trying to find the 'vocabulary' for a specific language in every new context or issue. More than looking for the common points between each new project and the previous one, we are interested in finding the differences. It is as if we always go back to zero", says Diogo Brito. OODA was also in charge of the renovation of two

The DM2 project by OODA, went on to enjoy the honour of being a finalist in the famous Building of the Year awards in 2015, which is sponsored by the Archdaily architecture website

19th century buildings, *Loios*, in the centre of Oporto, which incorporate unique adaptable modules, which can be transformed into kitchens, beds, bathrooms or various pieces of furniture.
While the first project by OODA was in Oporto, where they are based, it took just a few years for the studio to expand beyond, following the natural path of internationalisation. "We are permanently looking to expand our sphere of action and internationalise our office. We take part in tenders all over the world and we have a project for a gymnasium, built in Chengdu, in China, in partnership with local architects Ntype", Rodrigo Villas-Boas reveals. However, there are also many projects in Portugal to keep OODA's creative minds busy. "We are currently doing a renovation project for five multi-family houses in Oporto, a renovation project for two detached houses, also in Oporto and we are designing three detached houses from scratch, one in Matosinhos and two in Lisbon. We have a large hotel project in the pipeline, but as this is confidential we are not allowed to reveal any more", Rodrigo Villas-Boas admits.
With strong ties with Portuguese speaking countries, there are also projects on hold in Angola and Brazil, such as the Benguela 88 building and the one-of-a-kind Pirataninga São Paulo.
"The history of Portuguese architecture actually has a huge impact and parallelism in the community of Portuguese speaking countries, which previously belonged to the Portuguese colonial empire. It is an architectural tradition that stems from the 16th century, where many buildings around the world were built in the image of Portuguese architectural expressions".
And in conclusion, we could not help but ask Diogo Brito about the most positive thing he took from his experience with *Pritzker* winner Zaha Hadid, who passed away this year. The Portuguese architect highlights, "not so much the language or the formalisation of thought, but rather the genuine predisposition for the freedom of creation", and he also stresses that, for the award winning architect, "the intuitive, the poetic and introspection were tools of plastic construction, but also bases for discourse of each intervention".

BENGUELA 88

OPINIÃO / OPINION

João Santa-Rita

PRESIDENTE DA ORDEM DOS ARQUITETOS
PRESIDENT OF THE PORTUGUESE ARCHITECTS' ASSOCIATION

Exposições e arquitetura

Os arquitetos portugueses estão hoje patentes na maioria dos eventos destinados à divulgação da arquitetura, suscitando não só uma maior atenção tendo em conta a qualidade de muitas das suas obras, mas também uma maior reflexão em torno das mesmas. Por coincidência ou não, estão, neste momento e em simultâneo, patentes diversas exposições de arquitetura em Portugal e no estrangeiro exclusivamente dedicadas a arquitetos portugueses, desde logo a exposição *HP - 2012-2014*, no Porto; as exposições *Inovação e Arquitetura, Inside a Creative Mind* e *Arquitetura em Concurso: Percurso Crítico Pela Modernidade Portuguesa*, em Lisboa; para além da exposição *50 Anos de Arquitetura*, patente na Citê de L´Architecture em Paris. Acresce ainda a este conjunto muito significativo de exposições a participação na *Bienal de Veneza*.

A realização de todas estas exposições ilustram bem a vitalidade da arquitetura portuguesa e a sua capacidade, ainda que durante um período de crise, para projetar, construir e transformar muitos dos nossos ambientes.
No caso da exposição *HP - 2012-2014*, trata-se de um projeto da Ordem dos Arquitetos, já com diversas edições, o qual tem como pressuposto ilustrar as transformações e realizações operadas em todo o território nacional, permitindo, dada a sua abrangência e a sua abertura (obras selecionadas também a partir de candidaturas), dar assim a conhecer novos autores e obras que poderiam, de outro modo, passar injustamente despercebidas.
Estas exposições demonstram o interesse e aptidão por parte de um público mais vasto em conhecer as obras dos arquitetos portugueses que hoje marcam as cidades e as paisagens.

Exhibitions and architecture

Portuguese architects are present nowadays at most events aimed at the divulgation of architecture, not only giving rise to greater attention, given the quality of many of their works, but also to a greater reflection on them. By coincidence or not, there are, at this moment and at the same time, several architecture exhibitions in Portugal and abroad, which are exclusively dedicated to Portuguese architects, from the *HP - 2012-2014* exhibition, in Oporto; to the *Innovation and Architecture, Inside a Creative Mind* and *Architecture in Competition: Critical Journey Through Portuguese Modernity* exhibitions in Lisbon; in addition to the *50 Years of Architecture* exhibition, in the Cité de L'Architecture in Paris. Adding to this already very significant number of exhibitions is the participation in the *Venice Biennale*.

The holding of all these exhibitions illustrates the vitality of Portuguese architecture and its ability, even during a period of crisis, to design, build and transform many of our environments.
With many editions under its belt, the *HP-2012-2014* exhibition is a project by the Portuguese Architects' Association, with the aim of illustrating transformations and realisations undertaken throughout the country. Given its scope and its openness (selected works also by application), it thus brings new architects and works under the spotlight, which might otherwise go unfairly unnoticed.
These exhibitions demonstrate the interest and aptitude of a wider audience to get to know the works of Portuguese architects that today mark the cities and landscapes.

Cloud DSC

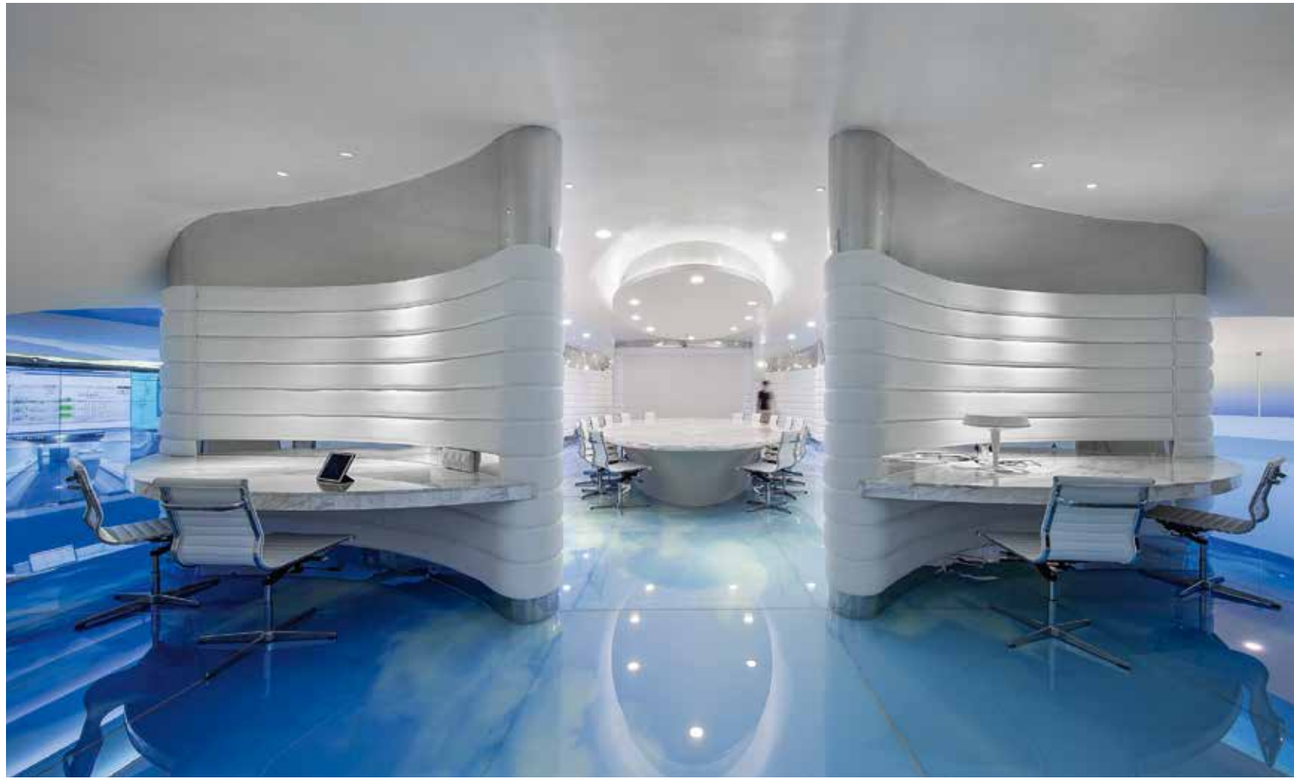
T JOÃO AFONSO RIBEIRO **C** ARBOIT LTD

REALIDADE VIRTUAL

O estúdio Arboit, sediado em Hong Kong, foi o responsável pelo projeto de conceção da sede da empresa chinesa Cloud DSC, um fornecedor de serviços de internet. Tendo em conta o ramo de atividade da empresa, cujo edifício-sede tem lugar na cidade chinesa de Guangzhou, o estúdio procurou traduzir, numa linguagem figurativa, o abstracionismo do mundo virtual e da internet, num edifício de 20 mil metros quadrados que incorpora escritórios, salas de reunião, salas para servidores (que ocupam grande parte do espaço) e um salão de exposições. O *design* do teto das novas instalações sugere uma corrente de nuvens a serem empurradas pelo vento, representando a forma fluida com que a *web* dissemina o conhecimento e uma clara conexão ao conceito de 'nuvem informática', presente inclusive no nome da empresa (*cloud*, inglês para nuvem).

VIRTUAL REALITY

Arboit design practice, based in Hong Kong, was responsible for designing the headquarters of Chinese company Cloud DSC, an Internet service provider. Bearing in mind the nature of the company's business, based in the Chinese city of Guangzhou, the studio sought to translate, in a figurative language, the abstract nature of the virtual world and of the internet, in a 20,000 square metre building, which contains offices, meeting rooms, server rooms (which occupy much of the space) and an exhibition hall. The design of the ceiling of the new facilities resembles a chain of clouds pushed along by the wind, representing the fluid way in which the web disseminates knowledge and a clear connection to the concept of 'information cloud', also present in the company's name.



Hoppa!

T MARIA PIRES WOUTER VAN DER SAR FOR CONCRETE

NO CORAÇÃO DE AMSTERDÃO

Do convite por parte da IQ creative ao *studio* Concrete para conceber uma cervejaria intimista, onde o antigo se misturasse com o novo, nasceu Hoppa!, no coração de Amsterdão, no mais tradicional local alguma vez dedicado ao fabrico de cerveja.
Desde logo o edifício histórico, o Odeon, onde a Hoppa! está localizada, sobressai pelos detalhes ornamentais, mas é o interior, os frescos do teto, a lareira em mármore e outros pormenores portentosos que constituíram o ponto de partida. Inesperadamente um elemento contemporâneo cobre metade das paredes: a laranja holandesa está presente em néons, conciliando e até evidenciando os detalhes tradicionais.
Estrategicamente colocados, inúmeros espelhos conferem uma sensação de espaço à sala de apenas 40 m², mas o ambiente íntimo é preservado através de uma série de sofás longos, cadeiras lisas e bancos e mesas coloridos. O bar, de madeira de jatobá e aço azul, é apoiado por uma parede coberta de azulejos brancos, onde os clientes habituais penduram as suas garrafas. À disposição está uma seleção de mais de 35 cervejas artesanais, incluindo a fabricada pela Hoppa!, a hophop: picante, com toques de limão, gengibre e canela.

IN THE HEART OF AMSTERDAM

IQ creative's invitation to Concrete studio, to design a cosy pub, where old is blended with new, lead to the arrival Hoppa!, right in the heart of Amsterdam, in the most traditional place ever dedicated to producing beer.
From the outset, the Odeon, the historic building in which Hoppa! is located, has stood out for its ornamental details, but it is the interior, the ceiling frescos, the marble fireplace and other exquisite details that provided the starting point. Unexpectedly a contemporary element covers half of the walls: Dutch orange is present in bright neon, harmonising and even highlighting the traditional details. Strategically placed, countless mirrors create a sense of spaciousness in the barely 40 sqm room, but the intimate atmosphere is retained through a wall to wall leather couch, pipe chairs and tables, and robust standing tables. The bar counter, made of Jatoba wood and blue steel, is supported by a wall covered in white tiles, where the regulars hang their beer growlers. There is a selection of more than 35 craft beers, including beer made by Hoppa!, 'hophop': spicy, with touches of lemon, ginger and cinnamon.

Vivarium

T ESTELA ATAÍDE HYPOTHESIS

DO ANTIGO NASCE O NOVO

É de um antigo armazém de traços industriais que nasce o restaurante Vivarium, espaço tão surpreendente que valeu à agência de *design* Hypothesis a vitória na categoria *Bares e Restaurantes* no *INSIDE World Festival of Interiors 2015*.
Criando uma interessante dialética entre antigo e novo, a equipa criativa manteve inalterada grande parte da estrutura existente, que se distingue das novas adições apenas pelas cores utilizadas nos acabamentos – os elementos antigos mantiveram a cor original, enquanto os recém-acrescentados foram pintados em vermelho-ferrugem. Objetos encontrados nas redondezas – portas de ferro, tubos de aço, raízes de árvores, etc. –, foram utilizados como elementos decorativos e combinados com estruturas de andaimes, que funcionam como prateleiras e mantêm a essência industrial do espaço. Exuberantes plantas penduradas preenchem de verde o espaço de 652 metros quadrados, cuja decoração é complementada por criações em cerâmica do Yarnnakarn Art and Craft Studio, que acrescentam exuberância e contrabalançam o cenário industrial.

NEW BORN OF OLD

An old warehouse of industrial design has given rise to the Vivarium restaurant, a space so amazing that it earned Hypothesis design agency first place in the *Bars and Restaurants* category at *INSIDE World Festival of Interiors 2015*. Creating an interesting dialectic between the old and the new, the creative team left much of the existing structure unchanged, distinguished from the new additions by the colours used for the finishing - the old elements kept their original colour, while the newly added ones were painted in rust red. Objects found in the surroundings - iron doors, steel pipes, tree roots, etc., were used as decorative elements and combined with scaffolding structures that function as shelves and retain the industrial essence of this space. Lush hanging plants fill the 652 square metre space with green, while the decoration is complemented with ceramic creations by Yarnnakarn Art and Craft Studio, which add exuberance and counterbalance the industrial scenario.

O início
de uma bela história

Descubra o que os nossos pavimentos podem fazer pela sua casa em www.quick-step.com.pt

QUICK·STEP
FLOOR DESIGNERS

Carvalho clássico natural
Impressive Ultra / Laminado

Escritórios | Showroom | Armazém
Centro Empresarial Águas de Mouro
Estrada da Atalaia, Nº.6
2530-009 Lourinhã
T. +351 261 980 500
email: correio@listor.pt

Showroom em Lisboa
Rua João Chagas, Nº. 157-A
2799-547 Linda-a-Velha
www.listor.com

LISTOR
Inovação em Pavimentos.

Prizeotel Hannover

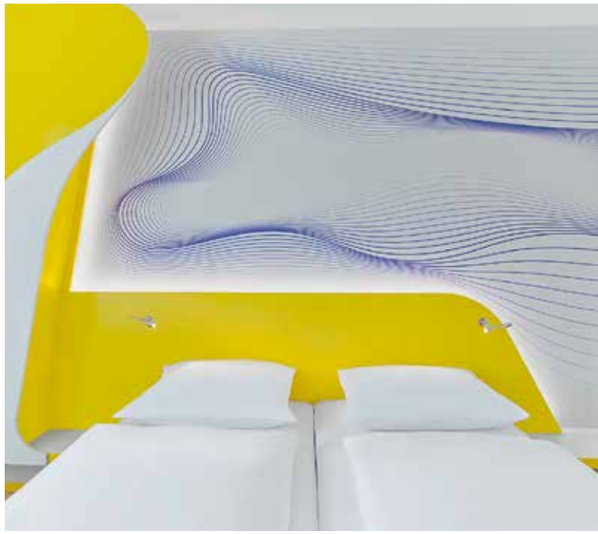
T JOÃO AFONSO RIBEIRO **©** ©BY PRIZE MANAGEMENT GROUP, DESIGN BY KARIM RASHID INC. & PHOTO BY ERIC LAIGNEL

UM PROJETO DE KARIM RASHID

Foi na cidade alemã de Hanôver que a Prizeotel inaugurou o seu terceiro hotel. Com o projeto de interiores a cargo do renomeado Karim Rashid, que tinha também sido responsável pelos outros dois hotéis do grupo, o Prizeotel Hannover chama a atenção pelo *design* extravagante e pelo ambiente sensual e contemporâneo, naquele que é uma excelente representação do incontornável estilo de Karim Rashid. Marcado pelas cores fortes e brilhantes, formas orgânicas e pela funcionalidade, este novo *hotel-design* pretende ser um espaço hospitaleiro, não limitando o seu papel à fugacidade de um espaço transitório e assumindo-se como uma experiência de imersão e bem-estar para o hóspede.

A PROJECT BY KARIM RASHID

German city Hanover has provided the stage for Prizeotel to open its third hotel. With interior design in the capable hands of the renowned Karim Rashid, who was also responsible for the two other hotels of the group, the Prizeotel Hannover focuses on extravagant design and a sensual and contemporary environment, in what is an excellent representation of Karim Rashid's unmistakeable style. Marked by strong and bright colours, organic shapes and functionality, this new design hotel intends to be a welcoming space, not limiting its role to the fleetingness of a transitory space and seeing itself rather as an experience of immersion and wellness for the guest.



Shugaa

T JOÃO AFONSO RIBEIRO F SECTIONS

CONCEITO ADOCICADO

Idealizado para agradar aos apreciadores dos doces, a Shugaa, uma doçaria situada no bairro de Ekamai, em Banguecoque, é um projeto assinado pelo estúdio tailandês party/space/design. Com um estilo que remete para as exclusivas pastelarias francesas, os projetistas usaram os cristais e as moléculas do açúcar como fonte de inspiração para o estabelecimento. Para aceder ao piso superior, uma escada em caracol é ladeada por um muro construído com caixas acrílicas que imitam os cristais de açúcar, sendo essa escadaria considerada, pelos autores do conceito, o 'ícone do Shugga'. A aplicação de madeiras e os tons em verde mentol foram escolhidos para dar um tom quente ao ambiente, que pretende também incorporar detalhes de modernidade e luxo, mediante o uso de elementos em rosa dourado e a aplicação de mármore no balcão e nas mesas. O piso superior é aberto e oferece a possibilidade de observar a preparação das sobremesas, dispondo também de uma área privada, pensada para os clientes que procurem tranquilidade. O piso superior pode também ser reorganizado de forma a acolher *workshops* direcionados aos aficionados da doçaria.

SUGARY CONCEPT

Designed to please anyone who has a sweet tooth, Shugaa dessert bar, located in the Ekamai neighbourhood of Bangkok, is a project by Thai practice 'party/space/design'. In a style reminiscent of exclusive French patisseries, the designers used sugar crystals and molecules as a source of inspiration for the establishment. Leading to the upper floor, a spiral staircase is flanked by a wall built of acrylic boxes that mimic sugar crystals. This staircase is considered to be 'Shugga's icon' by the designers. The application of woods and mint green hues were chosen to give a warm note to the surroundings, while also incorporating modern and luxury details by using elements in pink gold and marble used on the counter and tables. The top floor is open and lets guests observe the preparation of the desserts, while also featuring a private area designed for guests who are seeking peace and quiet. This floor can also be reorganised in order to host workshops for those fans of desserts.

Diesel Madison Avenue

T MARIA PIRES DIESEL

20 ANOS DEPOIS

Localizada no 625 da Madison Avenue, em Manhattan, NY, a nova loja da Diesel, concebida em colaboração com a empresa de arquitetura Wonderwall, tem como inspiração um espaço tipo apartamento, um conceito simples, porém inovador.
A área que se assemelha a um *foyer* acolhe a linha *Black Gold* e a 'sala de estar' expõe toda a oferta da marca. Inesperada é a instalação em aço inoxidável e vidro, num espaço que parece ser uma adega de vinhos, que põe em destaque o principal produto da Diesel: o *denim*. A decoração da fachada da loja, inspirada no ponto "V" das icónicas *5-pocket*, é mais um elemento de relevo na nova 'casa' da marca de luxo, cuja primeira loja abriu há precisamente 20 anos.

20 YEARS LATER

Located at 625 Madison Avenue, in Manhattan, NY, the new Diesel store, designed in collaboration with architect studio Wonderwall, is inspired by an apartment type space, a simple, yet innovative concept.
The area resembling a foyer houses the *Black Gold* range and the 'living room' displays all the brand has on offer. Diesel's main product – denim – is highlighted in an unexpected installation of stainless steel and glass, in a space reminiscent of a wine cellar. Inspired by the iconic 5-pocket's "V" point, the decoration of the store's facade is another important element in the luxury brand's new "home", the first store of which opened exactly 20 years ago.

Foxglove

T ANDREIA FILIPA FERREIRA DENNIS LO

O SEGREDO DE HONG KONG

Quem descontraidamente passeia pela Duddell Street, no distrito Central de Hong Kong, dificilmente notará pela presença de um verdadeiro santuário de luxo e *glamour*, não fosse o Foxglove estar camuflado por uma clássica e luxuosa loja de guarda-chuvas artesanais. Inspirado nos bares secretos que se escondiam por detrás de fachadas de outros estabelecimentos e nos clubes privados britânicos, o Foxglove pode ser descrito como o *lounge bar* mais atraente de Hong Kong. Mas, cumprindo a premissa do 'secreto', a entrada neste mundo quase cinematográfico, com um *design* a invocar o conforto dos aviões de primeira classe, dos comboios ou dos carros *vintage*, é feita através de uma porta secreta, que se abre quando se toca no cabo prateado de um dos guarda-chuvas em exposição. Com a assinatura da NC Design & Architecture, os 400 m^2 do Foxglove são preenchidos com detalhes escuros e sombreados. O salão principal e o *cocktail bar*, por exemplo, contam com um elegante balcão de mármore cinza e luxuosos assentos em couro azul. Por outro lado, a sala VIP pinta-se com o vermelho dos assentos e distingue-se pelas paredes revestidas com hastes de guarda-chuvas. A iluminação é feita a partir de luzes personalizadas que fazem lembrar os faróis dos carros clássicos.

THE HONG KONG SECRET

Anyone casually strolling along Duddell Street, in the Central district of Hong Kong, will barely notice the presence of a veritable sanctuary of luxury and glamour, given that the Foxglove is camouflaged as a classic, luxury shop selling handmade umbrellas. Inspired by secret bars, hidden behind the facades of other establishments, and by British private clubs, the Foxglove can be described as Hong Kong's most attractive lounge bar. However, fulfilling its premise of being 'secret', entry is made through a secret door that opens when the guest touches the silver handle of one of the umbrellas on display, leading to an almost cinematic world, boasting design bringing to mind the comfort of first-class airplanes, trains or vintage cars. Designed by NC Design & Architecture, the 400 sqm Foxglove is filled with dark, shadowy details. The main lounge and the cocktail bar, for example, feature an elegant grey marble bar counter and luxurious seats in blue leather. On the other hand, the VIP room is coloured by red seats and distinguished by walls covered with umbrella shafts. Custom made lights reminiscent of classic cars' headlights provide soft lighting.

VONDOM®

Proudly Presents

ULM BY RAMON ESTEVE

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

Skechers TR

T ANDREIA FILIPA FERREIRA SAFAK EMRENCE

DINÂMICO E CURVILÍNEO

Situado no bairro de Ortaköy, em Istambul, o *showroom* da marca de calçado americana Skechers contou com a veia inovadora da Zemberek Design para se tornar num dos mais dinâmicos espaços de apresentação de produtos. Em forma curvilínea, este *showroom* está dividido por várias áreas, através de uma parede que delineia as vias de circulação do espaço. Talvez o sistema de prateleira dinâmica e modular, que permite apresentar o calçado em várias maneiras diferentes, seja o detalhe mais marcante deste projeto. Esse sistema inclui centenas de painéis de madeira, que podem ser desdobrados a partir da parede graças a um mecanismo simples. Quando aplicado esse mecanismo, a parede divisória do centro da loja, por exemplo, pode tornar-se mais ou menos opaca, dependendo do número de painéis em uso.

DYNAMIC AND CURVILINEAR

Situated in Istanbul's Ortaköy neighbourhood, the showroom of American footwear brand Skechers has tapped into the innovative vein of Zemberek Design to become one of the most dynamic spaces for displaying products. The showroom is of a curvilinear shape and divided into several areas by a wall that delineates the pathways through the space.
The dynamic and modular rack system that enables you to display the shoes in many different ways is possibly the most striking detail of this project. The system includes hundreds of wooden panels, which can be unfolded from the wall thanks to a simple mechanism. Upon applying this mechanism, the partition wall in the centre of the shop, for example, can turn more or less opaque, depending on the number of panels in use.

Karamna Alkhaleej Restaurant

T MARIA PIRES 📷 4SPACE INTERIOR DESIGN

TRADICIONALMENTE MODERNO

Convidada a criar um espaço que utilizasse componentes tradicionais da região do Golfo Pérsico, obtendo, simultaneamente, uma atmosfera contemporânea, a 4SPACE interiors design apresentou o Karamna Alkhaleej, um restaurante surpreendente no Dubai.
Ao primeiro soslaio destaca-se a estrutura iluminada que forma uma palmeira, o elemento natural mais emblemático daquela região e que remete igualmente para os arcos orientais, tão presentes na arquitetura árabe. Os troncos de palmeira de várias cores, que simbolizam a diversidade do país, a ardósia das paredes, representando a pedra vermelha encontrada em Mada'in Saleh (Património da Humanidade, na Arábia Saudita), e outros elementos decorativos e/ou acabamentos, como os tecidos e o granito preto com padrões de folha de palmeira, foram conjugados de tal forma que, aquilo que se esperaria ser um espaço tradicional, resultou num lugar coeso e moderno.

TRADITIONALLY MODERN

Invited to create a space that uses traditional components from the Persian Gulf region, while at the same time achieving a contemporary atmosphere, 4SPACE interior design has unveiled the Karamna Alkhaleej, an amazing restaurant in Dubai. On first inspection the most obvious element is the illuminated structure shaped like a palm tree, the most iconic natural element of this region, which also refers to the ever present oriental arches of Arabic architecture. The palm trunks are of various colours, symbolising the country's diversity, with the clay slate walls representing the red stone found in Mada'in Saleh (a World Heritage site in Saudi Arabia), and other elements and/or finishes such as the fabrics and the black granite with palm leaf patterns, have been combined in such a way that what you would expect to be a traditional space has turned out to be a coherent and modern place.

Hôtel du Ministère

T JOÃO AFONSO RIBEIRO **C** FRANCIS AMIAND

ODE AO DESIGN INDUSTRIAL

A escassos passos dos Champs-Élysées, o Hôtel du Ministère, projetado pelo *designer* e arquiteto de interiores François Champsaur em 2011, viu o seu espaço útil ser expandido em mais 18 quartos, para além dos 24 originais, que se destacam pelo estilo industrial e gráfico. O resultado é entusiasmante, num projeto que preservou a atmosfera acolhedora e intimista, associada a uma decoração contemporânea. Dois edifícios adjacentes tornaram-se contíguos ao hotel original, ligados através do Honesty Bar, onde os hóspedes podem desfrutar de um ambiente que recorda o universo gráfico de Mondrian. Os quartos, com enormes vidrais que proporcionam vistas panorâmicas da cidade, jogos de volumes e efeitos assimétricos, tornam este hotel perfeito para aqueles que não resistem ao charme da capital francesa. Em referência às oficinas de artesãos que outrora se multiplicavam neste edifício e de forma a reforçar as referências à sua herança industrial, as peças de mobiliário *mid-century* são uma presença constante. De dia, a luz natural inunda os espaços interiores, enquanto de noite a iluminação discreta joga com as diferentes texturas e formas geométricas. Um hotel onde não faltam obras de arte contemporânea, adornos coloridos e arte gráfica, este é um espaço idealizado para quem aprecia *design* de qualidade.

ODE TO INDUSTRIAL DESIGN

Just a few steps from the Champs-Élysées, the Hôtel du Ministère, designed by designer and interior architect François Champsaur in 2011, has seen its usable space expanded by 18 more rooms, in addition to the original 24 rooms, which stand out for their industrial and graphic style. In a thrilling result, the project has preserved its warm and cosy atmosphere, joined by contemporary decoration. Two adjacent buildings have been connected to the original hotel, linked by the Honesty Bar, where guests can enjoy an environment reminiscent of Mondrian's graphic universe. The rooms, boasting large stained glass windows offering panoramic views over the city, varying volumes and asymmetric effects, make this hotel the perfect place for anyone unable to resist the charms of the French capital. Highlighting the workshops of craftsmen who once inhabited this building and in order to underline its industrial heritage, mid-century furniture pieces are a constant presence. By day, natural light floods the interior spaces, while the discreet lighting at night plays with the different textures and geometric shapes. A hotel, not lacking in works of contemporary art, colourful adornments and graphic art, this is a space designed for those who appreciate quality design.

talking to:

OITOEMPONTO

T ANDREIA FILIPA FERREIRA I © OITOEMPONTO; 2-5 JÉRÔME GALLAND; 6 FRANCISCO ALMEIDA DIAS

"Somos uma marca que usa e abusa do artesanato português"

Com uma visão moderna da decoração, combinando os tons brilhantes com as cores mais sóbrias, a Oitoemponto é uma marca portuguesa que prima pelos projetos marcadamente luxuosos, a pensar no segmento alto do mercado. Com o talento de Artur Miranda e o *savoir-faire* de Jacques Bec a conduzir as rédeas de uma marca que privilegia a capacidade artesanal portuguesa, a Oitoemponto tem vindo a quebrar as barreiras dos códigos estabelecidos e a demarcar-se pelas criações originais, seja a nível de *design* de interiores, seja em termos de arquitetura. Com sucessos além-fronteiras, a marca tem agora sob sua alçada o projeto de requalificação do edifício que dará origem, em 2017, ao hotel Monumental Palace, na baixa do Porto.

"We are a brand that uses and abuses Portuguese art and crafts"

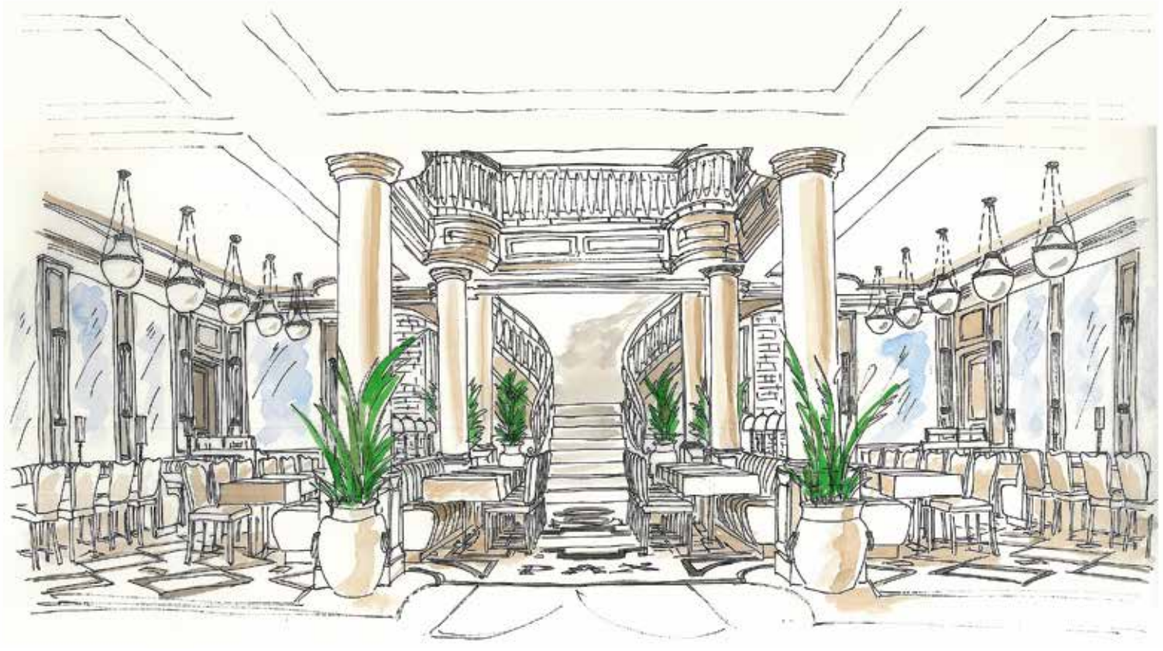
With its modern vision of decoration, combining brighter shades with more subdued colours, Oitoemponto is a Portuguese brand that stands out for strikingly luxurious projects, aimed at the high end of the market. With Artur Miranda's talent and the *savoir-faire* of Jacques Bec as the driving forces of a brand favouring Portugal's abilty for craftsmanship, Oitoemponto has torn down the barriers of the established codes and set itself apart with its original creations, whether in terms of interior design or in architecture. The internationally successful brand has now landed the renovation project for the Monumental Palace hotel, in the centre of Oporto, scheduled for completion in 2017.

Glamour vintage, exuberância, modernidade. São estes os adjetivos caracterizadores da Oitoemponto?
Em primeiro lugar, somos uma marca que usa e abusa do artesanato português, levando excelentes produtos para um contexto internacional. Desde muito cedo que a Oitoemponto se decidiu, sem qualquer tipo de problemas, a trabalhar para um nicho de mercado - o mais alto possível -, e essa opção dá oportunidades de emprego a centenas de portugueses todos os meses. Depois, nós gostamos de História, do passado, de conforto, de luxo! Costumamos dizer que só não gostamos mesmo de flores de plástico, porque é um contrassenso. De resto, tudo é válido. Gostamos de adivinhar as tendências. Não temos a pretensão de dizer que somos *trends makers*, mas a verdade é que andamos pelo mundo, sentimos as evoluções e as influências das pessoas sob os projetos. Não diríamos que temos um estilo caracterizador porque achamos que um estilo muito marcado é algo que passa com o tempo. Somos mais ecléticos que isso.

Tendo em conta que a Oitoemponto é formada por uma dupla, o Artur e o Jacques, como é que coordenam o processo criativo? Há dificuldades?
Não há dificuldade nenhuma pela simples razão de que o nosso processo criativo é feito numa luta incessante, numa 'batalha campal' todos os dias (*risos*). Se um de nós diz que algo é preto, o outro diz que é branco, mas, no final, não será preto nem branco, será um cinzento, vermelho ou amarelo que sairá desse confronto. Colocamos os dois pontos de vista em cima da mesa e daí surge algo bem conciso e forte.

Desde 2007 que a Oitoemponto combina os projetos de decoração com a arquitetura. Enveredar também para projetos de arquitetura apresentou-se como um rumo natural para a marca?
Sim, porque no minuto em que decidimos trabalhar para um mercado topo de gama, apercebemo-nos que os nossos clientes queriam ter casas que, no seu exterior, fossem fantásticas. Mas a nossa preocupação é a pessoa. A primeira coisa que a pessoa vai viver é o interior da casa, não o exterior. Então, para projetarmos o exterior, temos de perceber as vivências das pessoas. Se são muitos ou poucos habitantes, se gostam ou não de ver televisão, por exemplo. Há uma data de condicionantes que fazem com que a casa tenha de ser articulada a partir do interior. O exterior, para nós, torna-se uma casca. Uma casca para uma vivência.

A Oitoemponto fica então responsável por todas as fases dos projetos?
Nós hoje em dia entregamos projetos completos. Costumamos dizer que começamos em campos de milho e acabamos com salada de milho à mesa,



[ARTUR MIRANDA E JACQUES BEC]

servida numa fantástica mesa, com uma boa cadeira e um excelente prato. O processo é transversal. A arquitetura segue a lógica de evolução da nossa marca, já que os nossos clientes viram em nós uma certa apetência. Neste aspeto, contamos com a ajuda de uma série de arquitetos que trabalham connosco e assinam sob a nossa marca.

"Temos uma grande paixão pela modernidade, mas temos horror ao modernismo"

Falando de projetos, é impossível não nos focarmos na atuação da Oitoemponto no hotel Monumental Palace, na baixa do Porto. Qual é a linha de pensamento para este projeto?
O Monumental Palace, a nível de arquitetura base, está a cargo da Rodapé, mas nós entramos, como se diz lá fora, como diretores criativos. Tentamos encontrar uma lógica para um edifício dos anos 30, uma lógica que siga a ideia do cliente, que é fazer um hotel de luxo que se demarque dos restantes edifícios clássicos existentes na cidade do Porto. Mas, mesmo com detalhes clássicos, não queremos que o projeto seja demasiadamente clássico tradicional, só com cadeiras Luís XV e Luís XVI. Queremos algo mais. No edifício encontramos imensos detalhes dos anos 30 e achamos legítimo aproveitá-los, mantendo o equilíbrio entre o passado e o presente. Vamos ter de adaptar, tentando criar algo mais contemporâneo e, acima de tudo, confortável.

Acreditam que a reabilitação das estruturas, mais do que a própria criação, será então a arquitetura do futuro?
Achamos que temos de cuidar do passado, porque não existe futuro sem passado. Temos uma grande paixão pela modernidade, mas temos horror ao modernismo (*risos*). São duas palavras parecidas, mas situações muito diferentes. A modernidade é feita com total conhecimento do passado, aceitando, reciclando, revigorando e continuando a viver. E o modernismo é feito com o chamado 'está a dar' – e nós odiamos! Porque esse 'está a dar', daqui por quinze minutos, já não está. Os nossos valores são mais fortes. Somos apaixonados por história da arquitetura, da arte, etc. e todos esses valores entram na nossa criação.

Vintage glamour, exuberance, modernity. Are these the words that best describe Oitoemponto?
First and foremost, we are a brand that uses and abuses Portuguese arts and crafts, taking excellent products to an international context. Oitoemponto decided from the very outset, without any kind of problem, to work for a niche market - the highest possible - and this offers job opportunities to hundreds of Portuguese people every month. Then, we like history, the past, comfort, luxury! We often say that we only thing we don't really like is plastic flowers, because they make no sense. As for the rest, everything is acceptable. We like to foresee the trends. We don't want to say that we are trendsetters, but the truth is that as we make our way through the world, we feel how things evolve and people's influences on projects. We wouldn't say that we have a highly characterised style because we think that a very particular style is something that passes with time. We are more eclectic than that.

Considering that Oitoemponto is made up of two people, Artur and Jacques, how do you coordinate the creative process? Are there any difficulties?
There are no difficulties at all, for the simple reason that our creative process comes about through a constant fight, a 'field battle' every day (*laughs*). If one of us says something is black, the other says it is white, but, in the end, it will be neither black nor white; it will be grey, red or yellow that results from this confrontation. We put our two points of view on the table and this leads to something very concise and strong.

Oitoemponto has been combining interior design projects with architecture since 2007. Was embarking on architectural projects too, the natural route for the brand to follow?
Yes, because the minute we decided to work for a high-end market, we realised that our clients wanted to have houses that were fantastic on the outside. But our concern is the person. The main

thing that the person will experience, is the inside the house, not the outside. So for us to design the outside, we have to understand how the people live there. If there are a lot, or few inhabitant; whether they like watching television or not, for example. There are a lot of conditioning factors that make require for the house to be developed from the inside. The exterior, for us, becomes the shell. A shell for experiencing life.

Is Oitoemponto responsible for every phase of the projects, then?
We deliver complete projects now. We tend to say that we begin with fields of corn and end up with sweet corn salad, served up on a fantastic table, with fine chair and a stunning plate. The process is transversal. The architecture follows the evolution approach of our brand, as our clients have seen a certain appetite in us. In this regard, we rely on the help of a number of architects who work with us and design for our brand.

Speaking of projects, it is impossible for us not to mention Oitoemponto's work on the Monumental Palace, in the centre of Oporto. What is the line of thought for this project?
The Monumental Palace, in terms of core architecture, is being undertaken by Rodapé, but we are involved, as they say abroad, as creative directors. We are trying to find an approach for a building from the 1930s, an approach that follows the client's idea, which is to make a luxury hotel that stands out from other classic buildings found in the city of Oporto. But, even with classic details, we do not want the project to be too traditionally classic, only with Louis XV and Louis XVI chairs. We want something more. We have found many details from the 1930s in the building and we think it is legitimate to make the most of them, while keeping the balance between past and present. We will have to adapt, trying to create something more contemporary and, above all else, comfortable.

"We are highly passionate about modernity, but we are horrified by modernism"

Do you believe that renovating buildings, rather than creating them, will be the future of architecture?
We think we have to look after the past, because there is no future without the past. We are highly passionate about modernity, but we are horrified by modernism (*laughs*). They are two similar words, but mean very different things. Modernity is made with full knowledge of the past, accepting, recycling, reinvigorating and continuing to live. And modernism is done with the so-called 'what's in' - and we hate it! Because this 'what's in' won't be here for longer than fifteen minutes. Our values are stronger. We are passionate about the history of architecture, art, etc. and all these values enter into our creation.

OPINIÃO / OPINION

Inês Félix
DIRETORA CRIATIVA DA GAVINHO – ARQUITETURA E INTERIORES
CREATIVE DIRECTOR AT GAVINHO – ARQUITETURA E INTERIORES

As tendências de Bem-Estar no Design

Os anos mais recentes têm-se revelado excitantes no que diz respeito à crescente preocupação com o bem-estar, sendo já certo que a revolução no estilo de vida veio para ficar. Começa a ser visível a necessidade de o ver aplicado em todas as áreas da nossa vida.
Sempre defendemos, como ponto de partida para o desenho dos nossos espaços, o foco no indivíduo utilizador, e como toda a sua orgânica irá conviver com a sua casa ou os espaços que compõem o seu dia-a-dia.
Essa vivência desenvolve-se hoje no sentido de ser um todo em que têm de ser considerados novos elementos que completem a experiência vivencial, refletindo a diversidade de modos de estar e criando um círculo de bem-estar.

O desenho de arquitetura do futuro, com especial destaque no desenho de interiores, pensa em espaços que se centram na vivência, no toque, no cheiro, e na visualização como uma experiência de quarta dimensão, onde o tempo é introduzido como elemento compositivo do espaço.
Hoje devem desenhar-se espaços que inspirem, que encorajem o conforto, desintoxiquem, que façam uma reconexão com a natureza através das suas texturas e materiais, privilegiando a sustentabilidade, os produtos duráveis e bem feitos, e onde possamos muitas vezes ver referências ao passado e ao futuro numa atitude de reforço da identidade.

Wellness trends in Design

Recent years have proved exciting with respect to the growing interest in wellness, and it looks as though this lifestyle revolution is here to stay. The need for it to be applied to all areas of our life is started to become evident.
When it comes to designing our spaces, we have always stressed the importance of focusing on the individual user, and how all of this person's organic being will interact with his or her home or the spaces that make up their day-to-day life.
Today this experience is developing in the sense of being a whole in which new elements that complete the living experience, reflecting the diversity of ways of being and creating a circle of well being, must be considered.
Architectural design of the future, with special emphasis on interior design, concerns spaces that focus on experience, on touch, smell, and on visualisation as an experience of the fourth dimension, where time is introduced as a compositional element of the space.
Today spaces should be designed to inspire, to encourage comfort, to detoxify, to establish a reconnection with nature through their textures and materials, favouring sustainability, durable and well made products, and where we can often see references to the past and to the future in an attitude of reinforcing identity.

BoBo

A disparidade proporcional das árvores Baobá, típicas da ilha de Madagáscar, serviu de inspiração para a conceção desta mesa pouco convencional. *BoBo* é uma mesa de apoio, da autoria do estúdio RKNL, que, tal como as árvores africanas, tem um 'tronco' grande em comparação com os frágeis 'galhos', o que desafia as leis naturais da proporção. As três plataformas que incorporam a mesa foram projetadas para que nelas se possa pousar um livro, o comando da televisão ou o telemóvel. A mesa *BoBo* é fabricada de uma forma artesanal, com atenção para o detalhe, o que faz com que cada exemplar seja único. O tronco principal é concebido em madeira de carvalho maciço e está disponível em duas combinações de cor.

The design of this unconventional table was inspired by the proportional disparity of baobab trees, typical to the island of Madagascar. *BoBo* is a side table, designed by RKNL studio, which like the African trees has a thick 'trunk' when compared to its fragile 'branches', defying the natural laws of proportion. The three platforms incorporated into the table have been designed to allow you to place a book, the TV remote control or a mobile phone on them. The *BoBo* table is handcrafted, with attention to detail, which makes each table one of a kind. The main trunk is made of solid oak and it is available in two colour combinations.

Crack

Numa época em que se multiplicam os conselhos de poupança, Sylvain Aebischer, um *designer* suíço radicado em Paris, concebeu a *Crack*, uma caixa de desenho minimalista que funciona como mealheiro. Em forma de cubo, *Crack* tem no topo uma ranhura natural, feita pelas forças da natureza na madeira de carvalho, por onde se pode inserir moedas. Na hora de recuperar o produto das poupanças, a única solução é partir a caixa para assim recuperar os trocos amealhados. Cada *Crack* é um exemplar único e está devidamente numerado.

At a time in which there is an explosion of advice out there on how to save money, Sylvain Aebischer, a Swiss designer who has settled in Paris, has designed *Crack*, a box boasting minimalist design, which works as a piggy bank. In the form of a cube, *Crack* features a natural groove or 'crack' on its top, which the force of nature has created in the oak wood, into which you can insert coins. When it comes to reap the fruits of your savings, the only way to get to your coins is to break the box open. Each *Crack* is one of a kind and duly numbered.

Diamond XXL

Peças de decoração com grande importância na definição dos espaços que compõem, as soluções contemporâneas no ramo da iluminação têm-se tornado cada vez mais ousadas. *Diamond XXL*, candeeiros de teto de grandes dimensões desenhados por Sylvie Meuffels e Jasper van Grootel, são uma sequela da coleção *Diamonds* da JSPR, uma marca de *design* de interiores e mobiliário com sede em Eindhoven, na Holanda. Esta versão maior, mais brilhante e mais impressionante destes *sui generis* candeeiros permite marcar um espaço com uma declaração de ousadia, cuja presença não passará despercebida. Remetendo para o formato de um diamante, que fica bem patente até pelo nome desta coleção, esta peça de *design* é feita a partir de barras de aço e dispõe de um cabo de aço inoxidável revestido com um tecido negro.

As decorative pieces of great importance in defining the spaces they adorn, contemporary solutions in the lighting industry have become increasingly bold. *Diamond XXL*, large format ceiling lamps designed by Sylvie Meuffels and Jasper van Grootel, are a sequel within the *Diamonds* collection by JSPR, an interior design and furniture brand based in Eindhoven, in the Netherlands. This larger, brighter and more impressive version of these highly original lamps allows you to mark your space with a bold statement, the presence of which will not go unnoticed. Recalling the shape of a diamond, which is clear to see not least in the name of this collection, this design piece is made from steel bars and features a stainless steel cable coated with black fabric.

Wave City

Inspirado pelo filme *Inception*, o *designer* cipriota Stelios Mousarris concebeu uma mesa cuja base ilustra um horizonte contorcido de uma cidade repleta de arranha-céus, numa perspetiva que parece remeter para o surrealismo. O apoio da mesa *Wave City*, altamente conceptual, inclui madeira, aço e tecnologia de impressão 3D e pretende ilustrar o tecido urbano de uma cidade que se eleva no ar e se dobra sobre si mesma numa curva única, contínua. Se, na parte de dentro, esta mesa impressiona pelo detalhe dos contornos dos edifícios da cidade que a recheia, por fora contrasta pela simplicidade e pela curva bem definida. Uma mesa altamente sofisticada que pode perfeitamente ser considerada uma obra de arte. *Wave City* é uma edição limitada.

Inspired by the film *Inception*, Cypriot designer Stelios Mousarris has designed a table the base of which reveals a contorted cityscape full of skyscrapers, in a perspective that seems to refer to surrealism. The highly conceptual coffee table *Wave City*, made using wood, steel and 3D printed technology, is intended to illustrate the urban fabric of a city rising into the air and folding in on itself in a single, continuous curve. While this table impresses with the detailed outlines of the city's buildings on its underside, the outside contrasts this with its simplicity and well-defined curve. A highly sophisticated table that may well be considered a work of art. *Wave City* is a limited edition.

As melhores criações na cozinha são feitas à mão - inclusive os nossos fornos.

GAGGENAU

A diferença é Gaggenau.

GAGGENAU

Amonita

Uma peça *made in* Portugal, da autoria do *designer* Hugo Ribeiro, o nome deste candeeiro remete para o fóssil marinho do mesmo período dos dinossauros, o qual há exemplares em Portugal, e o desenho em espiral deixa bem patente essa inspiração. *Amonita* é uma peça elegante em metal, cuja iluminação em fita de LEDs cria um ambiente único e requintado e que permite adaptar a peça em diferentes espaços, enquadrando-se tanto em ambiente de escritório como em ambiente doméstico, num quarto ou sala de estar. Disponível em dois tamanhos e em diversas cores (preto, vermelho, dourado e cor de alumínio), este é um objeto que, paralelamente à sua funcionalidade, tem um efeito decorador.

Made in Portugal, the name of this lamp, designed by Hugo Ribeiro, refers to the ammonite, a marine fossil from the same period as the dinosaurs, examples of which can be found in Portugal, with its spiral design clearly revealing its inspiration. *Amonita* is an elegant piece made from metal, the LED tape lighting of which creates a unique and refined atmosphere and which adapts to different spaces, suiting both an office and home environment, in a bedroom or living room. Available in two sizes and several colours (black, red, gold and aluminium), this is an object that, in addition to its functionality, is highly decorative.

Tortuga

A marca espanhola Sancal e o estúdio valenciano Nadadora uniram-se sob o desafio de criar uma cadeira que tivesse como objetivo parar o tempo e que se tornasse um objeto de desejo pelo qual se anseia ao final de um dia longo e que fosse ideal para recuperar energias. Assim nasceu a *Tortuga* (palavra espanhola para tartaruga), um objeto que pretende atuar como uma verdadeira recompensa na hora de chegar a casa e descansar após a azáfama de mais um dia. Quente, confortável e macia, a cadeira *Tortuga* pretende apelar ao passo lento que tão bem caracteriza estes animais, num objeto de *design* que convida ao relaxamento e ao deleite.

Spanish brand Sancal and Valencian design studio Nadadora have joined forces in the challenge to create a chair with the purpose of stopping time and which becomes an object of desire, you would long to return to at the end of a hard day, ideal to recharge your batteries. This is how *Tortuga* (the Spanish word for tortoise) came about, an object designed to provide you with a well-earned reward when you walk back through the door and have a rest after the trials of another day. Warm, comfortable and soft, the *Tortuga* chair invites you to slow down your pace just like a tortoise, in a design object compelling you to relax and enjoy.

Stallo

Os Italianos Design é um projeto composto por três jovens italianos sediados em Portugal e cujo trabalho resulta de uma cuidada reflexão sobre os hábitos das pessoas e da reutilização de produtos de utilização única. Com o projeto *Stallo*, estes três jovens criaram pedestais concebidos com recurso a garrafas de vidro usadas, cortadas e limpas. A base, em cerâmica vidrada, e a parte superior estão conectadas com apoio a pequenos selos de silicone, o que permitem a remoção do suporte superior para lavagem, tornando também possível combinar diferentes bases e partes superiores.

Os Italianos Design is a project of three young Italians based in Portugal, whose work results from a careful reflection on people's habits and reusing disposable products. With *Stallo*, the three youngsters have created unique glasses, using cut and cleaned used glass bottles. The pedestal base, made from glazed ceramic, and the upper part are firmly connected with the help of rubber seal, which allow for the removal of the upper part for cleaning, while also allowing you to combine different bases and tops.

Temahome

A Temahome é uma marca portuguesa de mobiliário contemporâneo, sediada em Tomar, e que desenvolve uma vasta coleção de produtos em linha com as tendências atuais e com a exigência dos mais diversos mercados. A comemorar o 35.º aniversário, a marca que é uma das maiores empresas de exportação de *design* nacional (exporta para mais de 40 países), repensou a sua estratégia de comunicação. Apresentada na *IMM* de Colónia, esta nova estratégia pretende dar a conhecer a sua origem e valorizar a história e essência da Temahome, estando o novo catálogo da marca em consonância com estes novos preceitos.

Based in Tomar, Temahome is a Portuguese contemporary furniture brand that develops a wide collection of products in line with current trends and the demands of many different markets. Celebrating its 35th anniversary, the brand, which is one of the biggest national design export companies (exporting to more than 40 countries), has redesigned its communication strategy. Presented at *IMM Cologne*, this new strategy aims to highlight the brand's origins known and to value Temahome's history and essence, with these new precepts reflected in the brand's new catalogue.

Ellum

Altamente eficiente, *Ellum* é um candeeiro alimentado por uma bateria que pode ser colocado em qualquer local de uma parede, ligando-se automaticamente quando é necessário. Equipado com dois sensores, quando deteta movimentos no escuro, *Ellum* aciona os LEDs, iluminando imediatamente a divisão. Extremamente funcional, esta solução da Feltmark elimina os segundos de busca por um interruptor numa divisão às escuras, proporcionando um acréscimo de segurança. Uma interessante combinação entre tradição e tecnologia, *Ellum* é totalmente produzido pelo estúdio de Los Angeles e está disponível em dois tamanhos, em madeira de carvalho ou nogueira.

Powered by a battery, *Ellum* is a highly efficient lamp that can be put up anywhere on a wall, switching on automatically when necessary. Equipped with two sensors, *Ellum* activates its LEDs when it detects movements in the dark, immediately lighting up the room. This extremely functional solution from Feltmark removes those seconds searching for a switch in a dark room, providing increased security. An interesting combination of tradition and technology, *Ellum* is entirely produced by the Los Angeles based studio and is available in two sizes, in oak or walnut wood.

Levit8

À primeira vista pode parecer uma mera pasta ou caderno, mas rapidamente o *Levit8* se transforma num prático suporte para o computador portátil. Inspirando-se na arte milenar de dobrar papel, Andriana Justine, Letitia Lim e Poh Huiqing, estudantes de Design Industrial na Universidade Nacional de Singapura, importaram o conceito do *origami* para criar um suporte que pode ser aberto e fechado com um simples movimento giratório. Mais fino e leve do que um *Macbook Air*, o *Levit8* é extremamente portátil e fácil de guardar, sendo a solução ideal para garantir uma postura correta àqueles que necessitam ou preferem trabalhar de pé.

At first glance it may seem to be a simple folder or notebook, but *Levit8* quickly turns into a practical support for a laptop. Inspired by the ancient art of paper folding, Andriana Justine, Letitia Lim and Poh Huiqing, Industrial Design students from the National University of Singapore, borrowed from the concept of origami to create a support that can be opened and closed with a simple twist. Thinner and lighter than a *Macbook Air*, *Levit8* is extremely portable and easy to store, making it the ideal solution for ensuring a correct posture for those who need or prefer to work standing.

Epona

Os brinquedos dos mais novos nem sempre são apelativos esteticamente, o que faz com que sejam invariavelmente guardados num armário ou no quarto mais recôndito da casa. Com a *Epona* não mais fará sentido a preocupação de guardar o brinquedo que a criança lá de casa usa para se divertir. Este divertido cavalo de baloiço é concebido a partir de cobre reciclado, pele de coelho e madeira de carvalho, e é elegante, divertido e funcional. O brinquedo da Warehouse, uma marca canadiana de *design*, pode perfeitamente assumir-se como um funcional elemento de decoração numa sala de estar de estilo contemporâneo.

Children's toys are not always aesthetically appealing, which invariably means they are stored away in a wardrobe or hidden away in a distant bedroom. With *Epona* you will no longer have to worry about keeping your child from playing with their toy whenever they feel like it. This fun rocking horse is made from recycled copper, rabbit fur and oak and it is as elegant, as it is fun and functional. The toy made by Warehouse, a Canadian design brand, could perfectly serve as a functional decorative element in a contemporary style living room.

Otaku

Otaku é uma banheira inspirada nas técnicas tradicionais de construção de barcos asiáticos. Este projeto, da autoria do *designer* israelita Tal Engel, pretende fazer uma íntima conexão entre a vela e a hora do banho, com base nos princípios paradoxais do *inside-out*, uma teoria que pretende interligar objetos funcionalmente opostos. Na banheira *Otaku* celebram-se os contrastes entre a função da banheira e dos barcos à vela, já que o interior de um se torna o exterior do outro: a face exterior do barco, em contacto com a água, tornou-se a face interior da banheira, repleta de água.

Otaku is a bathtub inspired by the traditional building techniques of Asian boats. This project by Israeli designer Tal Engel, intends to create a close connection between sailing and bath time, based on the paradoxical principles of inside-out, a theory that aims to link objects of opposing functionality. The *Otaku* tub unites the contrast between the function of the tub and sail boats, with the inside of one becoming the outside of the other: in contact with the water the outside of the boat has become the inside of the tub filled with water.

FRANKIE

Frankie Manning, um dos criadores do estilo de dança Lindy Hop, e que habitualmente aparecia em público usando suspensórios, serviu de inspiração à dupla Färg & Blanche para conceber uma coleção de cadeiras e assentos peculiares. Esta linha, denominada *FRANKIE* em honra do dançarino e coreógrafo norte-americano, tem o seu enfoque nas costas do assento, seguras por listas que sugerem suspensórios clássicos e que lhes parece querer transmitir um caráter quase humano. Estas cadeiras, desenvolvidas para integrar ambientes corporativos ou comerciais, têm um ar saudosista da *swing-era* e, simultaneamente, parecem querer invocar a leveza e a alegria do estilo Lindy Hop. As cadeiras *FRANKIE* são facilmente empilháveis e estão disponíveis em diferentes modelos e cores.

Frankie Manning, one of the creators of the Lindy Hop dance style, who usually appeared in public wearing braces, has served as inspiration for duo Färg & Blanche when designing a collection of peculiar chairs and seats. The range, called *FRANKIE* in honour of the American dancer and choreographer, focuses on the seats' backs, which feature straps reminiscent of classic braces, giving them an almost human character. These chairs, designed to fit into corporate or commercial spaces, have a nostalgic air of the swing era about them, while simultaneously beseeching the lightness and joy of the Lindy Hop style. *FRANKIE* chairs are easily stackable and available in different designs and colours.

Tape Dispenser

Desinteressantes e visualmente pouco apelativos. Assim parecem ser sempre os acessórios de escritório. Mas, um pouco por todo o mundo, jovens *designers* têm trabalhado para alterar esta realidade, apresentando propostas com *designs* interessantes, que transformam estes objetos em peças quase decorativas. Seguindo esta tendência, mais do que um mero objeto funcional, o *Tape Dispenser* é quase um artigo de exposição, que chama a atenção dos mais distraídos. Colhendo referências nas 'pistolas' de fita utilizadas para selar embalagens e caixas, os criativos do M-S-D-S Studio, com sede em Toronto, dotaram o *Tape Dispenser* de um formato inovador, que lhe permite ser utilizado enquanto apoiado na secretária ou na mão, para maior mobilidade.

Uninteresting and visually unappealing. That's how most office accessories could be described. But, all over the world, young designers have been working to change this situation, presenting proposals with interesting designs that transform these objects into almost decorative items.
In line with this trend, more than a mere functional object, the *Tape Dispenser* is almost an exhibition item, attracting the attention of the least observant. Taking its cue from packing tape guns, the creative minds at M-S-D-S Studio, based in Toronto, have endowed the *Tape Dispenser* with an innovative format, which allows it to be used whether resting on your desk or held in your hand, for greater mobility.

Druciak Map

Com o objetivo de ter visíveis memórias como fotografias, bilhetes e outras recordações, os quadros de cortiça há muito são uma presença habitual nos quartos dos mais jovens. No entanto, esses quadros começam a ser substituídos por um sem número de soluções criativas que têm inundado o mercado. Uma dessas soluções é o *Druciak Map*, da marca polaca aleDRUCIAK, que tem a forma de um mapa-mundo e nele se pode afixar todo o tipo de memórias. Concebido em aço preto, *Druciak Map* é um produto de conceção artesanal, pelo que o seu tamanho e forma podem variar ligeiramente de exemplar para exemplar.

Cork pin boards have long been a fixture in youngsters' rooms for displaying memories such as photographs, tickets and other memorabilia. These boards, however, are beginning to be replaced by a variety of creative solutions that have flooded the market. One of them is the *Druciak Map*, by Polish brand aleDRUCIAK, which comes in the form of a world map, and can hold all kinds of memories. Designed in black steel, the *Druciak Map* is a handcrafted product, whereby its size and shape may vary slightly in each unit.

Wooden Hammock

Utilizadas um pouco por todo o mundo, as camas de rede são um sinónimo universal de relaxamento. Acrescentando um *twist* contemporâneo a este objeto, Adam Cornish apresenta uma alternativa de madeira às convencionais versões feitas em tecido.
Desmentindo a aparência enganadoramente desconfortável, o *Wooden Hammock* é flexível e confortável, devido à aplicação de uma vértebra de borracha, que permite que os segmentos de madeira se movam, imitando os movimentos da coluna.
Embora o protótipo original seja feito de madeira, o *Wooden Hammock* foi projetado para ser produzido a partir de uma vasta gama de materiais, incluindo bambu.

Used all over the world, hammocks are universally synonymous with relaxation. Giving a contemporary twist to this object, Adam Cornish presents a wooden alternative to the conventional versions made of fabric.
Disproving its deceptively uncomfortable appearance, *Wooden Hammock* is flexible and comfortable due to its rubber vertebra, which allows the wooden segments to move, imitating the movements of the spine. Although the original prototype is made of wood, *Wooden Hammock* has been designed to be made from a wide range of materials, including bamboo.

Goat Story

Diz a lenda que foram as cabras de um pastor dos territórios a que hoje chamamos Etiópia que descobriram o café. *Goat Story* é um curioso objeto que pretende homenagear a descoberta do café e a lenda que lhe está associada, pelo que a forma deste produto remete para um chifre. Uma produção da Desnahemisfera, em cooperação com a Equa, este recipiente para café traz um suporte de couro que permite manter o 'chifre' de pé sobre um balcão ou uma mesa de trabalho. *Goat Story* é capaz de manter o café quente durante duas horas, pelo que este poderá ser um auxílio importante para os dias de trabalho que se anteveem mais longos.

Legend has it that herdsman's goats originally discovered coffee in the territories we now call Ethiopia. *Goat Story* is a curious object that aims to pay tribute to the discovery of coffee and the legend associated with it, which is why the product's shape is reminiscent of a horn. Produced by Desnahemisfera, in cooperation with Equa, this coffee mug comes with a leather holder, which transforms into a stand that keeps the 'horn' upright on a counter or a desk. *Goat Story* can keep coffee hot for up to two hours, making it an important aid on work days that look like they are going to be long ones.

Innovus Essence

As soluções desenvolvidas pela Innovus, a marca de decorativos da Sonae Indústria, podem ser aplicadas tanto na decoração como no mobiliário, oferecendo aos profissionais da arquitetura e *design* opções virtualmente ilimitadas na criação de ambientes. Dentro dessa lógica, a gama *Essence* é um produto que se inspira nas origens da madeira, até porque o objetivo da marca passa por representar a beleza da madeira o mais fielmente possível. Estão disponíveis duas texturas distintas - *Rustic* e *Authentic* -, que se enquadram em múltiplas aplicações.

The solutions developed by Innovus, Sonae Indústria's décor brand, can be applied both in decoration and furniture, offering professionals working in architecture and design virtually limitless options when creating environments. Within this approach, the *Essence* range is a product inspired by the origins of wood, not least because the aim of the brand is to represent the beauty of wood as accurately as possible. The range is available in two different textures - *Rustic* and *Authentic* -, which fit into multiple applications.

Poem

Poem é um cadeirão para sentar, relaxar e deixar-se levar por umas horas de leitura, e tem assinatura da marca Brühl. Com a sua forma, suavemente arredondada, os apoios de braço podem ser forrados a tecido ou couro, mas é quando deixados a nu, com a madeira visível, que este cadeirão ganha uma personalidade única. *Poem* traz também um pequeno banco arredondado de apoio, com base giratória, que poderá servir como mesa de apoio, como segundo assento ou para descansar as pernas. Uma peça sofisticada e que não renega a sua capacidade funcional, direcionada para o conforto.

Poem by Brühl is a chair for sitting, relaxing and hanging lose for a few hours of reading. Gently rounded in shape, its armrests can be upholstered with fabric or leather, but when left bare, the visible wood gives this chair a unique personality. *Poem* comes with a small round stool on a rotating base, which can be used as a coffee table, a second seat or for resting your legs on. A sophisticated piece that does not neglect its functional capacity, aimed at comfort.

talking about:

BYFLY

T JOÃO AFONSO RIBEIRO CARLOS RAMOS

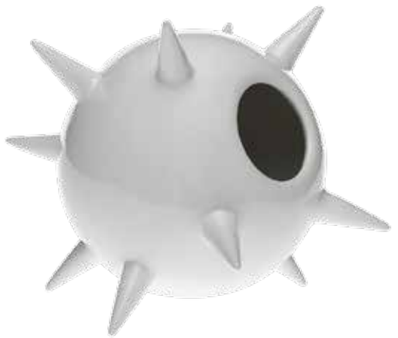
Cerâmica de luxo: de Portugal para o mundo

Design contemporâneo e irreverente, detalhes de luxo e cerâmica portuguesa foram os ingredientes que deram o mote para a criação da ByFly. A marca portuguesa surge por via de um desafio lançado por Carlos Domingues, CEO da António Rosa – Cerâmicas, a Joana Virgolino e Cristina Domingues, duas *designers* que abraçaram este desafio e deitaram mãos à obra. Assim, é em 2013 que a ByFly surge, como resposta ao desafio proposto pelo CEO da empresa portuguesa de cerâmicas, e começa a lançar para o mercado da decoração um conceito marcadamente inovador, com base em produtos altamente diferenciados. Hoje, as coleções da ByFly são cada vez mais reconhecidas pelo branco puro, que é um dos elementos comuns à maioria das peças. A ausência de cor é uma característica fulcral para que se evidencie e faça reluzir a beleza da cerâmica,

dando vida a elegantes peças de decoração e conceptualizando produções de arte e *design*, que têm tido uma excelente aceitação por parte de um *target* bem delineado. "As nossas peças são dirigidas a jovens de espírito, curiosos, que gostem de viajar, de apreciar a arte e a cultura", sublinha Cristina Domingues, uma das *designers* e mentora do projeto ByFly.

Mais do que a cerâmica que as compõem, enquanto material, as coleções ByFly pretendem traduzir um conceito muito próprio, transformando o barro em peças que estão a conquistar o mundo, numa marca nacional cujo sucesso tem chegado muito além-fronteiras. Para além do mercado nacional, a ByFly pode ser encontrada em mercados tão heterogéneos como Espanha, Reino Unido, Israel, Suíça, Taiwan, Áustria e até Mongólia, ainda que os mercados de maior expressão sejam a Alemanha, a França e a Itália. De Portugal para o mundo, Joana e Cristina exportam peças que desafiam as tradicionais técnicas de criação e que exigem extremo rigor aos níveis da modulação, acabamento e decoração. "Ter formas pontiagudas, de grandes dimensões e com relevos extremamente minuciosos são pormenores quase impraticáveis na cerâmica", explica Joana Virgolino.

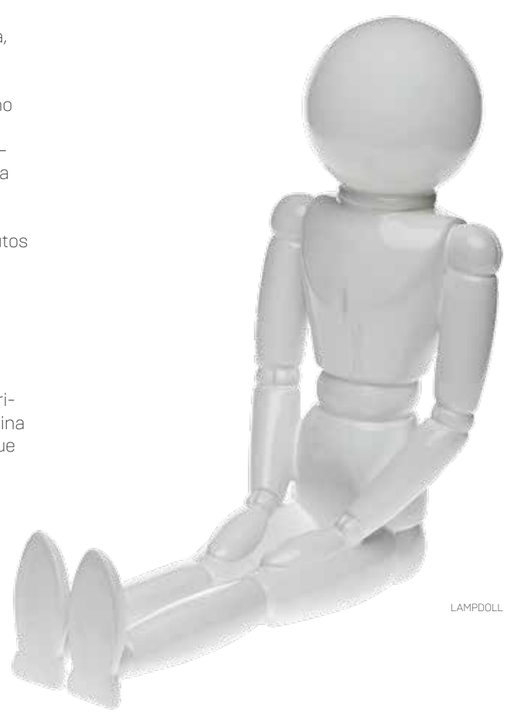
Há uma simbologia inerente a cada peça, que as autoras do conceito denominam de "universos simbólicos que são subtis". A subtileza intrínseca ao conceito faz com que as peças contem a sua própria história, através de pormenores, formas e jogos de luz. "Cada peça é mais do que cerâmica. São um conceito de arte e *design* trabalhado por gente sensível, que transforma um simples pedaço de barro numa peça Byfly", diz Cristina Domingues. Depois, claro, está sempre presente



"As nossas peças são dirigidas a jovens de espírito, curiosos, que gostem de viajar, de apreciar a arte e a cultura"

em diversos casos, permite que adaptem a posição das peças ao seu gosto pessoal". Um bom exemplo disto, até porque é um dos *best-sellers* da marca, é a *Lampdoll*, uma boneca que traduz o esforço da dupla em desafiar a técnica da cerâmica e em serem arrojadas. Na verdade, com a ByFly, vemos a transformação de um conceito tradicional em produtos *trendy* e, até, intemporais. Não renegam as influências tradicionais, que tomam como ponto de partida para ir mais além. Nas peças ByFly, vemos referências ao construtivismo, à conceção arquitetónica, passando pela moda, pelo imaginário infantil, pela cultura ocidental e pelas qualidades ímpares da luz branca que banha a costa atlântica portuguesa. Inspiram-se "no mundo", como sublinha Cristina, antes de Joana explicar em que se baseia a próxima ligação ao construtivismo: "assim como nós desafiamos as técnicas da cerâmica, o construtivismo desafia as técnicas da arquitetura", explica. Inspiram-se num alargado leque de influências que se estende ao que as rodeia, nos sentimentos, na forma de detalhes, cores e texturas: "a nossa marca é fruto de uma intensa pesquisa e experimentação", assegura Cristina.

o conceito *made in Portugal*. "Somos portugueses com orgulho nas nossas origens e, através da nossa capacidade inovadora e empreendedora, aliamos a criatividade à qualidade e promovemos o *design* e a imagem do produto", revela Joana Virgolino, com um sentimento de orgulho patriótico bem vincado. As peças são fabricadas em Alcobaça, no edifício da António Rosa – Cerâmicas, e é no mesmo espaço que funciona também o *showroom* e o escritório da marca. A ByFly transporta a história de Portugal e da cerâmica portuguesa para o globo, com produtos de forte identidade e com uma história subjacente que é contada a partir de cada coleção. "Cada peça Byfly é sim um pedaço da história de Portugal, de Alcobaça, e tem associada a tradição da arte milenar de trabalhar o barro", conta Joana. As peças são maioritariamente decorativas, ainda que a algumas lhes seja atribuída uma função, o que, de acordo com Cristina Domingues, "se traduz numa mais-valia", já que permite "satisfazer os desejos dos clientes e,



LAMPDOLL

Luxury ceramics: from Portugal to the world

Contemporary and irreverent design, luxury details and Portuguese ceramics were the ingredients that set the tone for ByFly. Rising to a challenge set by Carlos Domingues, CEO at António Rosa – Cerâmicas, designers Joana Virgolino and Cristina Domingues set to work, embracing this challenge and thus ByFly was born in 2013, launching a distinctly innovative concept based on highly differentiated products for the decoration market. Today, the ByFly collections are increasingly recognised for their pure white, which is a common element to most of its pieces. The absence of colour is a key feature, as it brings out and makes the beauty of ceramics shine, breathing life into elegant decorative pieces and conceptualising art and design productions, which have been very well received in the well-defined target market. "Our pieces are aimed at the young at heart, who are curious, who like to travel, to enjoy art and culture", says Cristina Domingues, one of the designers and mentors of the ByFly project. Beyond the ceramics that compose them, as a material, the ByFly collections aim to translate a very particular concept, transforming clay into pieces that are conquering the world, in a national brand enjoying success way beyond Portugal's borders. Apart from the local market, ByFly can be found in as varying markets as Spain, UK, Israel, Switzerland, Taiwan, Austria and even Mongolia, although the biggest markets are Germany, France and Italy. From Portugal, Joana and Cristina export pieces to the world that challenge traditional creation techniques, requiring extreme accuracy with regard to modulation, finishing and decoration. "Having pointed shapes, in large sizes and with extremely detailed reliefs are details that are almost unworkable in ceramics", explains Joana Virgolino. There is a symbolism inherent to each piece, which the authors of the concept call "symbolic universes that are subtle". The intrinsic subtlety of the concept leads to the pieces telling their own story through detail, shapes and the play of light. "Each piece is more than ceramic. It is a concept of art and design made by sensitive people, who turn a simple piece of clay into a Byfly piece", says Cristina Domingues. Then, of course, there is the always present concept of the pieces being made in Portugal. "We are Portuguese and take pride in

"Our pieces are aimed at the young at heart, who are curious, who like to travel, to enjoy art and culture"

our origins and we combine creativity and promote quality design and the product image through our innovative and entrepreneurial ability", says Joana Virgolino, with a highly pronounced feeling of patriotic pride. The pieces are manufactured in Alcobaça, in the premises of António Rosa - Cerâmicas, and the same space also serves as the brand's showroom and office.
ByFly carries the history of Portugal and Portuguese ceramics out into the world, with products featuring a strong identity and an underlying story, told by each collection. "Each Byfly piece is a piece of the history of Portugal, of Alcobaça, and is linked to the tradition of the ancient art of working with clay", says Joana. The pieces are mostly decorative, even if some of them also have a function, which, according to Cristina Domingues, "gives them added value", seeing as they enable "the satisfaction of customers' requirements and, in several cases, allow them to adjust the position of the pieces to their personal taste". A good example of this, because it is one of the brand's best-selling pieces, is the *Lampdoll*, a doll that reflects the duo's efforts to challenge techniques in ceramics and to be bold. In fact, in ByFly we see the transformation of a traditional concept into trendy and even timeless products. They do not renounce traditional influences, which they take as their starting point for their developments. ByFly pieces reveal references to constructivism, to architectural design, to fashion, to childish imagination, to Western culture and to the unique qualities of the white light bathing Portugal's Atlantic coast. They draw their inspiration from "the world", as Cristina stresses, before Joana explains what the close connection to constructivism is based on: "just as we challenge the techniques of ceramics, constructivism challenges the techniques of architecture". They draw their inspiration from a wide range of influences that extends to what surrounds them, the feelings, the form of details, colours and textures: "our brand is the result of intensive research and experimentation", Cristina assures us.

OPINIÃO / OPINION

Eduardo Aires

DIRETOR ARTÍSTICO DA WHITE STUDIO • PROFESSOR AUXILIAR DO DEPARTAMENTO DE DESIGN DE COMUNICAÇÃO DA FBAUP
ARTISTIC DIRECTOR AT WHITE STUDIO • ASSISTANT PROFESSOR OF THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION DESIGN AT THE FACULTY OF FINE ARTS OF THE UNIVERSITY OF OPORTO

A identidade visual do Porto: um desafio e uma proposta

O desafio lançado pela Câmara Municipal do Porto em 2014 é um problema clássico do *design* de comunicação: o de saber como uma representação visual, singular e definida como um símbolo gráfico, pode significar uma realidade complexa e multiforme, como é uma cidade.
O meu ponto de partida para responder aos desafios do *design* é sempre o desenho. Pelo desenho, o que é imaterial, invisível, toma forma. O desenho é uma expressão do pensamento, a partir da qual sintetizo o real. Perante o *briefing* da Câmara do Porto, que pedia um programa de imagem para a cidade, o primeiro impulso foi também o de desenhar.
Contudo, a essência da cidade parecia não ser redutível a uma forma visual. Nenhum edifício icónico, nenhum marco natural, nenhuma via histórica, se ajustavam à representação da cidade do Porto. Por isso, optámos por usar apenas tipografia para a representar graficamente.
Mas a tipografia parecia ser insuficiente. O Porto é uma cidade com carácter, que nenhuma palavra parece agarrar. Adjetivá-lo, caracterizá-lo, seria sempre um excesso, uma traição à sua essência nobre e austera. Por isso, o ponto.
Identificada e definida a imagem da cidade -"Porto, ponto"-, era agora preciso trazer o máximo da sua riqueza e diversidade para completar a identidade visual. Queríamos que todos e cada um dos habitantes do Porto se identificasse com o programa visual para a cidade.
Ao caminhar pelas ruas, verificamos que os azulejos que cobrem os edifícios antigos, mais do que cumprir uma tarefa estética, contam histórias. Nos azulejos azuis da cidade encontramos narrativas de factos e lendas que fazem parte da essência da cidade. Foi essa a nossa inspiração para a criação das malhas de ícones que caracterizam a identidade visual da cidade do Porto.

Oporto's visual identity: a challenge and a proposal

In 2014, Oporto City Council set a challenge, posing a classic problem of communication design: knowing how to create a representation that is visual, singular and defined as a graphic symbol that can signify a complex and multiform reality, such as a city can be. My starting point to respond to design challenges is always drawing. By drawing, that what is immaterial, invisible, takes shape. Drawing is an expression of thought, through which the real is synthesized. Faced with Oporto City Council's brief, which requested an image programme for the city, my first impulse was to start drawing.
However, the essence of the city seemed not to be reducible to a visual form. No iconic building, no natural landmark, no historical thoroughfare, seemed to fit as the representation of the city of Oporto. We therefore decided to only use typography to represent it graphically. But typography seemed not to be enough.
Oporto is a city with character, which no word seems to capture. Putting a label on it, characterising it would always be excessive, a betrayal of its noble and austere essence. Hence, the full stop.
Having identified and defined the image of the city – *"Porto, ponto"* or "Oporto, full stop" -, we now needed to bring as much of its wealth and diversity to complete the visual identity. We wanted each and every one of Oporto's inhabitants to identify with the visual programme for the city. When walking through the streets, we noticed that the tiles that cover the old buildings, more than fulfilling an aesthetic task, tell stories. In the city's blue tiles we found narratives of facts and legends that are part of the city's essence. This was our inspiration for the creation of the meshes of icons that characterise the visual identity of the city of Oporto.

The One Backpack

A marca The One, dos ucranianos Ivan Zhurba e Mariya Vergezova, lançou uma linha futurista de mochilas. Ainda que lhe tenha sido atribuído a denominação *The One*, esta mochila é na verdade composta por duas partes bem distintas: um casco exterior, bastante resistente e à prova de água, e um interior macio, desenhado para proteger os pertences. Mais do que o seu visual apelativo, esta mochila pretende ser um hino à personalização, já que a casca exterior pode ser alterada. A *The One Backpack* é concebida em couro de origem italiana e traz bolsos internos específicos para guardar computador e telemóvel.

Ivan Zhurba and Mariya Vergezova's Ukrainian brand 'The One' has launched a futuristic range of backpacks. Although it has been given the name *The One*, this backpack is actually composed of two quite distinct parts: a highly resistant and waterproof outer shell and a soft interior, designed to protect the user's belongings. More than just pleasing on the eye, this backpack aimed to be an ode to customisation, seeing as the outer shell can be changed. *The One Backpack* is made of Italian leather and features internal pockets especially created to store laptop and mobile phone.

Luís Carvalho

As propostas de Luís Carvalho para a coleção primavera-verão 2016 ficam marcadas por uma paleta de cores composta pelo branco, preto e cinzento, ainda que seja o azul a cor predominante, nas suas várias tonalidades. Formas orgânicas resultam em tecidos e cortes fluidos, com texturas influenciadas nos plissados e noutras matérias-primas, que são responsáveis pelo contraste entre as peças destinadas ao público masculino e feminino. As flores são a base da coleção, exploradas de várias formas e em vários materiais, influenciando as formas, cortes e motivos estampados nas propostas de Luís Carvalho para este verão.

With blue in its various shades being the predominant colour of Luís Carvalho's spring-summer 2016 collection, its colour palette also features white, black and grey. Organic shapes result in flowing materials and cuts, with textures influenced by pleats and other materials, which are responsible for the contrast between the pieces designed for men and women. Flowers, explored in various ways and in a choice of materials, form the basis of the collection, influencing the shapes, cuts and motifs printed on Luís Carvalho's creations for this summer.

Alysi

Alysi é uma marca com raízes em Roma e, por isso mesmo, possui uma estética tipicamente italiana. As peças primam por uma mescla de tecidos e estilos com um toque de irreverência cujo resultado reflete coleções coloridas, espirituosas e, sobretudo, atuais. A marca aposta em tecidos de alta qualidade *made in Italy*, o que lhe conferem um contraponto de elegância. Esta é uma marca jovem, contemporânea e descontraída, que pretende assumir o seu lado mais refinado e imprimir sofisticação à trivialidade do quotidiano.

Alysi is a brand that originated in Rome and therefore boasts typically Italian aesthetics. The items it produces are distinguished by a blend of fabrics and styles with a touch of irreverence, the result of which reflects colourful, spirited and, above all, current collections. The brand uses high quality fabrics made in Italy, giving the products an elegant counterpoint. This is a young, contemporary and relaxed brand, which aims to take on its most refined side and to place sophistication into the triviality of everyday life.

G-Star Raw

A sempre irreverente marca holandesa G-Star Raw lançou as propostas para a primavera-verão 2016, onde as gangas têm grande predominância. Direcionada para o público feminino, esta coleção apresenta peças de vestuário bastante criativas e diferenciadoras, num estilo monocromático, jovem e fresco. Uma coleção pensada para um *look* descontraído e cosmopolita, de uma marca que tem, cada vez mais, conquistado o seu espaço.

Known for its constant irreverence, Dutch brand G-Star Raw has launched its suggestions for spring-summer 2016, in which denim plays a dominant role. Aimed at female buyers, this collection features very creative and distinctive clothes, in a monochrome, young and fresh style. A collection designed for a relaxed, cosmopolitan look, by a brand that is increasingly making a mark for itself.

Ana Paula Allen

A portuguesa Ana Paula Allen apresentou as coleções *ARCH* e *CORAL TRIBAL* na última edição da feira internacional de joalharia *Bijorhca*, em Paris. As coleções desta joalheira contemporânea incluem colares, brincos, pulseiras e anéis e têm forte inspiração na natureza, na arquitetura, nas formas, nos volumes, estruturas e texturas.

Portuguese jewellery designer Ana Paula Allen has presented her *ARCH* and *CORAL TRIBAL* collections at the latest edition of the *Bijorhca* International Fine, Fashion Jewellery and Watches Show, in Paris. The collections of this contemporary jewellery maker include necklaces, earrings, bracelets and rings, strongly inspired by nature, by architecture, shapes, volumes, structures and textures.

Fendi

Na nova linha de óculos de sol da Fendi ficam bem patentes os formatos geométricos sofisticados, bem como as ousadas combinações de cores. Peças elegantes que acentuam o *design* distintivo da marca, com formatos redondos e sextavados, cada exemplar foi concebido com o propósito de ser uma obra de arte e de contribuir para divulgar o trabalho artístico da marca, num equilíbrio entre tradição e inovação.

The bold and call-out features of Fendi's latest sunglasses range are sophisticated geometric shapes and daring colour combinations. Elegant pieces that accentuate the brand's distinctive design, with round and hexagonal shapes, each pair has been designed to be a work of art and to contribute towards promoting the artistic work of the brand, in a balance between tradition and innovation.

Metrika

Metrika é uma marca criada pela *designer* russa Galina Drozd, em setembro de 2015. A coleção *Art Metro* é inspirada nas estações do metropolitano de Moscovo, que a criadora considera ser "o mais belo metropolitano do mundo". Inspirada nos mosaicos e nos vitrais das estações de metro moscovitas, os padrões coloridos foram repassados para as peças, concebidas em neopreno e cetim. A coleção inclui, entre outros artigos, sapatos, *leggings*, vestidos, calções, blusas e saias. A faixa de cores da coleção inclui branco marfim, azul, roxo e dourados, cores que dão vida a uma coleção que tanto se adapta a ambientes casuais como a ocasiões mais especiais.

Metrika is a brand created by Russian designer Galina Drozd in September 2015. The *Art Metro* collection is inspired by Moscow's underground stations, which the creator believes to be "the most beautiful underground in the world". Inspired by the Moscow underground station's mosaics and stained glass windows, the colourful patterns have been transferred to the pieces, made of neoprene and satin. Among other items, the collection includes shoes, leggings, dresses, shorts, blouses and skirts. The colour range includes ivory white, blue, purple and gold, colours that breathe life into a collection that adapts to both casual environments and to more special occasions.

Energie

A marca italiana Energie apresentou a coleção *Clash of Vibes*, concebida para a primavera-verão de 2016. A coleção assenta no impulso de criar a divergência e de fomentar expressões irreverentes de criatividade, pretendendo refletir a vida quotidiana através de factos contemporâneos e respondendo ao desejo de autodeterminação individual. A coleção é dividida em três temas: *Urban Tale*, que representa o lado mais discreto da coleção, *Summer Trail*, a linha mais casual, e *Sport Luxe*, que inclui propostas mais desportivas e direcionadas aos momentos de lazer.

Italian brand Energie has presented its *Clash of Vibes* collection, designed for spring-summer 2016. The collection is based on the impulse to create divergence and nurture irreverent expressions of creativity, intending to reflect everyday life through contemporary facts and responding to the desire for individual self-determination. The collection is divided into three themes: *Urban Tale*, which represents the more discreet side of the collection, *Summer Trail*, the more casual range, and *Sport Luxe*, which includes more sporty suggestions, more aimed at moments of leisure.

Louis Vuitton

A coleção de acessórios para homem da Louis Vuitton pretende celebrar as semelhanças de estilo global, ao invés de salientar as diferenças. Assim, a mais recente coleção de acessórios da famosa marca francesa inspira-se na língua multicultural da moda, com uma linha que inclui malas, calçado, cintos, pulseiras, carteiras, botões de punho ou até porta-chaves.

The intention behind Louis Vuitton's collection of accessories for men is to celebrate the global similarities in style, rather than highlighting their differences. As such, the latest accessories collection from the famous French brand draws its inspiration from the multicultural language of fashion, with a range that includes bags, shoes, belts, bracelets, wallets, cufflinks and even key rings.

Converse

As sapatilhas *One Star Hairy Suede* da mítica Converse representam a grande aposta da marca americana para as estações quentes de 2016. Uma linha de sapatilhas direcionada para o *lifestyle* e com um foco em materiais de alta qualidade, as *One Star Hairy Suede* são desenvolvidas em camurça felpuda durável e estão disponíveis em diversas cores.

The *One Star Hairy Suede* sneakers from the legendary Converse are the American brand's major gamble for 2016's warm seasons. A range of sneakers aimed at casual living, and focussing on high quality materials, *One Star Hairy Suede* sneakers are made of durable hairy suede and are available in several colours.

Mod Tablet

Criada com o objetivo de acomodar, de forma organizada, todos os pequenos acessórios de utilização diária, a *Mod Tablet* é uma prática bolsa personalizável, concebida para satisfazer as necessidades de uma ampla gama de estilos de vida e atividades profissionais. Dentro, graças às várias inserções modulares, poder-se-á acomodar um *tablet*, telemóvel, canetas, óculos, cartões, dinheiro, blocos de notas, cabos, ou outros pequenos acessórios do dia-a-dia. A empresa que concebe esta prática bolsa orienta as suas conceções para produtos que suprimam necessidades dos clientes e os ajudem na organização pessoal.

Created to accommodate all those little accessories of daily use in an organised way, *Mod Tablet* is a practical customisable bag, designed to satisfy the needs of a wide range of lifestyles and professional activities. Thanks to the various modular inserts, inside it can accommodate a tablet, mobile phone, pens, glasses, cards, money, notepads, cables, or other small accessories used in everyday life. The company behind this practical bag designs products aimed at meeting customer needs and helping them with their personal organisation.

QUANTO MAIS GANHAREMOS DOS NOSSOS CLIENTES?
+ DE 65.000 CASOS DE SUCESSO

ESTAS FOTOGRAFIAS SÃO IMAGENS REAIS DE CLIENTES DA CLÍNICA DO TEMPO®

LÍDER MUNDIAL EM "LIPOASPIRAÇÃO" NÃO-INVASIVA

clinicadotempo®
DR. HUMBERTO BARBOSA
DR. TOMÁS BARBOSA

LIPOSHAPER® A 1ª "LIPOASPIRAÇÃO" NÃO-INVASIVA
SEM CORTES, SEM ANESTESIA, SEM TEMPO DE RECUPERAÇÃO
MARQUE JÁ A SUA CONSULTA - FACILIDADES DE PAGAMENTO
CALL CENTER INTERNACIONAL (+351) 21 458 85 00
info@clinicadotempo.pt • www.clinicadotempo.com
PAREDE • LISBOA • PORTO • LUANDA • MAPUTO

PROCURE-NOS NO facebook Like FACEBOOK.com/clinicadotempo

Augustin Teboul

Trazendo uma silhueta escura e forte à figura feminina, a Augustin Teboul é uma marca de roupas e acessórios exclusivos fundada em 2011 pela alemã Annelie Augustin e pela francesa Odély Teboul, destacadas como artistas emergentes e várias vezes galardoadas com prémios internacionais. Com desenhos sofisticados e uma atenção ao detalhe que coloca a marca entre as características do pronto-a-vestir e a alta-costura, as coleções da Augustin Teboul conjugam a excentricidade com a sobriedade.

Bringing a dark and powerful silhouette to the female figure, Augustin Teboul is a brand for clothing and unique accessories that was founded in 2011 by German Annelie Augustin and French Odély Teboul, hailed as emerging artists and several times awarded with international prizes. With sophisticated designs and attention to detail that place the brand somewhere between ready-to-wear and haute couture, the collections from Augustin Teboul combine eccentricity with sobriety.

ALDO

Como que gritando ao mundo que a inspiração está em toda a parte, a coleção de primavera-verão da ALDO promete ser uma das mais coloridas e irreverentes da marca. Seguindo tendências que se aproximam dos tons vibrantes, como o amarelo néon, o azul-turquesa e o vermelho alaranjado, a marca exibe modelos com atilhos, alpercatas e mules. Quanto aos acessórios, as carteiras revelam-se em formato envelope e as mochilas apresentam-se com detalhes em dourado.

As if shouting to the world that inspiration is everywhere, ALDO's spring-summer collection promises to be one of the brand's most colourful and irreverent to date. Following trends that match the vibrant hues, such as neon yellow, turquoise and orange red, the brand offers models with laces, espadrilles and mules. As for the accessories, the handbags come in an envelope format and the backpacks feature golden details.

Diadora

Numa representação da excelência da marca, a linha *Diadora Heritage* tem selo *Made in Italy* e conta com algumas características distintivas que garantem o sucesso da Diadora, como tratamentos exclusivos, materiais ricos e qualidade artesanal. Numa coleção *Make it bright*, como uma chamada à descoberta de um novo modo de viver a vida, o desporto e o estilo, a Diadora quis carimbar a forma luminosa de fazer as coisas, usando cores e materiais 'luminosos' e antecipando tendências.

Representing the brand's excellence, *Diadora Heritage* bears the Made in Italy seal and has some of the distinctive features that ensure Diadora's success, such as exclusive treatments, fine materials and quality craftsmanship. With its *Make it bright* collection, inciting the discovery of a new way of living life, sport and style, Diadora aims to promote the bright way of doing things, using colours and 'bright' materials, while anticipating trends.

Ana Pina

Dando o seu nome à marca, Ana Pina é uma arquiteta do Porto que descobriu os encantos da joalharia contemporânea. Combinando a imprevisibilidade e o movimento do traço com os conceitos da geometria que traz da sua formação, Ana Pina cria peças que aliam as técnicas tradicionais de joalharia a conceitos contemporâneos de *design*, num jogo de contrastes e texturas, relações geométricas e assimetrias. A coleção *Modular*, inspirada na repetição e variação de elementos arquitetónicos, é um dos exemplos da integração da geometria, estrutura e equilíbrio nas suas joias.

Lending her name to the brand, Ana Pina is an architect from Oporto, who has discovered the charms of contemporary jewellery. Combining the unpredictability and the movement of design with the concepts of geometry from her professional education, Ana Pina creates pieces that combine traditional jewellery making techniques with contemporary design concepts, in an interplay of contrasts and textures, geometric relationships and asymmetries. Inspired by the repetition and variation of architectural elements, the *Modular* collection is one of the examples for the integration of geometry, structure and balance in her jewellery.

Hublot

"Um relógio que não tem nada a esconder e tudo para mostrar", é assim que a Hublot descreve o modelo *Big Bang Unico Sapphire*, um cronógrafo automático que, através de uma caixa transparente, revela toda a alma do relógio. Numa série limitada a 500 peças elaboradas em cristal de safira, este modelo da Hublot traz a transparência absoluta e as performances do movimento *Unico* da marca, perpetuadas num *design* de estilo minimalista e leve.

"A watch that has nothing to hide and everything to show" is how Hublot describes its *Big Bang Unico Sapphire* model, an automatic chronograph, which reveals its soul through a transparent case. In a limited edition of 500 pieces featuring sapphire crystal, this model by Hublot brings absolute transparency and the performance of the brand's *Unico* movement, perpetuated in a minimalist and lightweight design.

Sisley

Propondo cores como o rosa pastel ou o vermelho para elas e o amarelo limão ou tons coloniais para eles, a Sisley apresenta uma coleção primavera-verão marcada por uma nova ideia de estilo: sensualidade e ironia, que podem ser encontradas tanto na praia como na cidade. Revelando um espírito selvagem e aventureiro, a Sisley combina tecidos prestigiados e aplicações rebuscadas, como a renda e o croché, sem esquecer os tradicionais tons azuis e de ganga.

Suggesting colours such as pastel pink or red for her, and lemon yellow or colonial hues for him, Sisley presents a spring-summer collection marked by a new idea of style: sensuality and irony, which can be found as much on the beach as in the city. Revealing a wild and adventurous spirit, Sisley combines prestigious fabrics and elaborate applications, such as lace and crochet, without neglecting the traditional blue and denim tones.

Tanya Heath

Com todo o *glamour* parisiense, Tanya Heath quis tornar um sapato tão bonito quanto funcional. E conseguiu. Na vanguarda da moda e da inovação, a luxuosa marca cria calçado e acessórios transformáveis e adaptáveis, a pensar nas mulheres modernas que querem o conforto a seus pés. Com três coleções distintas, os sapatos multialtura com saltos removíveis permitem à mulher estar graciosa em qualquer contexto, do escritório ao evento do fim de semana. Possibilitando a escolha entre saltos de várias alturas, cores, estilos e acabamentos, a marca imprime em cada modelo o incomparável *savoir-faire* francês.

Bursting with Parisian glamour, Tanya Heath aimed to make a shoe that is as beautiful as it is functional. And she did so. At the forefront of fashion and innovation, the luxury brand creates transformable and adaptable footwear and accessories, with the modern women in mind, who want comfort at their feet. With three different collections, the multi-height shoes with removable heels allow woman to be graceful in any context, from the office to the weekend event. Offering a choice of heels in various heights, as well as different colours, styles and finishes, the brand brings unique French *savoir-faire* to every model.

Marita Moreno

De tipicidade portuguesa, a Marita Moreno é uma marca de roupa e acessórios, com *design* contemporâneo, que recorre ao talento artesão nacional e utiliza matérias-primas como a lã, o linho, o algodão, a seda, a cortiça e o couro. Utilizando a textura e a cor como elementos fundamentais num *design* simples e geométrico, a coleção primavera-verão da marca inclui quatro linhas distintas. A linha *Sculpture*, por exemplo, da qual faz parte o conjunto *Deacon*, é composta por sapatos e bolsas e apresenta tecidos com detalhes em couro, linho branco e cores brilhantes e intensas, inspirada no padrão típico da calçada portuguesa.

Portuguese in identity, Marita Moreno is a clothing and accessories brand, with contemporary design, which uses to the talent of local craftsmanship, using raw materials such as wool, linen, cotton, silk, cork and leather. With texture and colour as the fundamental elements in a simple, geometric design, the brand's spring-summer collection includes four different ranges. The *Sculpture* range, for example, which includes the *Deacon* set, is made up of shoes and bags, presenting fabrics with leather details, white linen and bright, intense colours, inspired by the typical pattern of Portuguese cobblestones.

OPINIÃO / *OPINION*

Tomás Barbosa

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

NUTRICIONISTA CLÍNICA DO TEMPO
NUTRITIONIST CLÍNICA DO TEMPO

Acidente Vascular Cerebral: não seja o próximo

As doenças cardiovasculares são as responsáveis por cerca de 40% das mortes em Portugal, acima da média europeia e mundial, tendo a sua principal origem no excesso de gordura corporal. Uma dessas doenças, o Acidente Vascular Cerebral (AVC), tem de ser referido com o mesmo tom pela sua importância. Falamos da doença que mais mata em Portugal e que mais incapacita, como demonstram os 30% de portugueses que acabam por falecer até um ano após o acidente e os cerca de 20% que ficam necessitados de cuidados institucionais temporários ou permanentes.
Por estes motivos, há um dia mundial que alerta para o AVC, a dia 29 de outubro, e, em Portugal, o 31 de março chama a atenção para os números deste flagelo, sendo este o dia nacional do doente com AVC.
A Nutrição, na sua componente clínica, é uma ciência vocacionada para a prevenção, dedicando-se ao estudo das diversas patologias com objetivo de as prevenir. O AVC é um dos exemplos mais práticos dessa necessidade, já que estamos a falar da doença que mais mata, mas também uma das que mais pode ser prevenida. Por isso, se ainda não sofre desta patologia, depende de si evitá-la. Na equação dos fatores de risco da doença, há dois que não os pode alterar, são eles o sexo e a idade, sendo que o risco é maior em homens e principalmente após os 55 anos. Os restantes fatores são comportamentais e portanto modificáveis, são eles o tabagismo, a atividade física, o álcool e a alimentação. Por conseguinte, quem fuma, quem não pratica exercício, quem bebe álcool em excesso e quem não faz uma alimentação saudável, tem mais risco de ter um AVC.
Eis a razão pela qual não pode isolar fatores e os deve enquadrar com um estilo de vida saudável. Alimentar-se bem através de uma alimentação saudável que implica a redução de gorduras, de sal e de açúcares não é suficiente apesar de altamente benéfico para esta e outras doenças. Só com uma intervenção completa e uma mudança de hábitos poderá fazer decrescer os números da mortalidade e aumentar a longevidade.

Stroke: don't be the next sufferer

Cardiovascular diseases are responsible for about 40% of deaths in Portugal, above the European and world average, its main cause linked to excess body fat. One of these diseases, the cerebrovascular accident (CVA), better known as stroke, has to be included in this important discussion. We are talking about the disease that kills the most in Portugal and which most incapacitates, as shown by the 30% of Portuguese that end up dying within a year of a stroke and the 20%, or so, who are left requiring temporary or permanent institutional healthcare.
For these reasons there is a world stroke day, to highlight the disease, on October 29, and in Portugal, March 31, as the country's national stroke patient day, draws attention to the reach of this affliction.
Nutrition, in its clinical component, is a science geared to prevention, dedicated to the study of various diseases with the aim of preventing them. The stroke is one of the most practical examples of this need, given that we are talking about a disease that kills the most, but also one of those that can be prevented. As such, if you don't yet suffer from this condition, it's down to you to avoid it.
When working out the risk factors of the disease, there are two that cannot be changed – sex and age, with the risk higher in men and mainly above the age of 55 years. The other factors are behavioural and therefore can be changed. These include smoking, physical activity, alcohol and diet. As a consequence, anyone who smokes, who does not exercise, who drinks alcohol in excess and does not eat healthily, is at a higher risk of having a stroke.
That's why you can't isolate factors and should include them in a healthy lifestyle. Eating well through a healthy diet involving reducing fat, salt and sugar is not enough, despite being highly beneficial with respect to this and other diseases. Only with a full intervention and changing habits will mortality numbers be able to be reduced and longevity increased.

talking to:

PHILIPPE DELHOTAL

HERMÈS

T ESTELA ATAÍDE LA MONTRE HERMÈS

“A relação da Hermès com o tempo é muito forte”

Desde cedo a vida de Philippe Delhotal parecia encaminhá-lo para um futuro no universo da relojoaria. Nascido em 1962, o criativo francês era adolescente quando o avô lhe deu um relógio antigo, que prontamente desmontou, personalizou e voltou a montar. A ligação ao universo destes objetos de luxo ficou imediatamente soldada e, até hoje, Philippe Delhotal já passou pelas grandes marcas francesas e suíças de relojoaria - Vacheron-Constantin, Piaget, Jaeger-LeCoultre e Patek Philippe. Em 2009, Delhotal assumiu o cargo de diretor de estilo e criação da La Montre Hermès, de onde saem os relógios da famosa *maison* francesa, para a qual prevê que 2016 seja um ano de consolidação, após vários anos de novos lançamentos e reorganização das coleções.

“The relationship between Hermès and time is very strong”

From early on, the life of Philippe Delhotal seemed to point to a future in the world of watchmaking. Born in 1962, the French designer was a teenager when his grandfather gave him an antique watch, which he promptly took apart, customised and reassembled. His connection to the world of these luxury objects was established on the spot and to date Philippe Delhotal has worked with many of the major French and Swiss watchmaking brands - Vacheron-Constantin, Piaget, Jaeger-LeCoultre and Patek Philippe. In 2009, Delhotal took on the role of style and creative director at La Montre Hermès, which produces the watches of the famous French maison, and for which he predicts that 2016 will be a year of consolidation, after several years of new releases and reorganising collections.

Trabalhou com várias marcas de diferentes fabricantes de relógios antes de vir para a Hermès. A abordagem é diferente, tendo em consideração que a Hermès engloba 12 *métiers*?
A principal diferença é que, dentro da Hermès e graças à riqueza da oferta, temos diversas oportunidades de criatividade e uma vasta diversidade onde podemos ir buscar inspiração.

O *savoir-faire* de todos estes *métiers* compensa uma história e uma herança mais breves na relojoaria comparando, por exemplo, com a Patek Philippe?
A relação da Hermès com o tempo é muito forte. Os primeiros relógios datam do início dos anos 20, quando colaborámos com fabricantes de relógios suíços de renome. Em todos os artigos que cria, a Hermès tem por objetivo apresentar artigos da mais alta qualidade, que refletem uma estratégia a longo prazo, implicando, portanto, naturalmente o fabrico de relógios topo de gama que incorporem todos os valores da Casa.

Os *métiers* surpreenderam-no?
Sim, sempre através das suas especificidades, da forte componente artesanal e das singularidades dos seus artigos. Na Hermès tudo se resume a concretizar os sonhos dos seus clientes através de artigos bem trabalhados e de alta qualidade.

Qual o traço comum entre todos os artigos da Hermès?
São todos sobre excelência, qualidade, criatividade e singularidade. Em termos de criação, somos todos inspirados pelo novo tema inspiracional de cada ano dentro da Casa, que nos é transmitido pela Direção Artística em Paris. O tema do ano traz inspiração ao processo criativo e às novidades.

A Hermès aplica técnicas únicas nos seus relógios. Os detalhes únicos são a assinatura da marca?
O toque único em peças excecionais é dado principalmente pelo *design* do mostrador, como por exemplo, no novo *Slim d’Hermès Millefleurs du Mexique*, cujo *design* vem de um lenço Hermès.

Mais do que simples relógios, os relógios da Hermès são peças artesanais?
Um relógio Hermès é mais do que um relógio, é um objeto idêntico a outras criações dentro da Casa, que acompanham os clientes ao longo da vida.

Pode explicar-nos o processo de criação de um relógio na Hermès?
Tudo começa com uma discussão alimentada pela curiosidade, seguindo-se o trabalho de *design* e os esboços e, posteriormente, as diversas versões e protótipos.

Graças aos 12 *métiers* da Hermès, tem acesso a muito *savoir-faire*, tal como o fabrico de artigos em couro, cristal, etc. Isso influencia a sua criatividade?
Absolutamente. Dentro da Casa existe uma riqueza criativa impressionante que pode beneficiar cada *métier*, quer através do *design*, da técnica, ou da componente artesanal. Todos os diretores artísticos se reúnem frequentemente para explorar novas oportunidades e debater os assuntos em conjunto.

Que outras coisas podem estimular a sua criatividade?
Entusiasmo!

"Na Hermès tudo se resume a concretizar os sonhos dos seus clientes através de artigos bem trabalhados e de alta qualidade"

Tem algum material ou técnica favoritos?
O couro é um material fantástico para trabalhar, graças à riqueza da oferta que existe dentro da Casa e às diversas possibilidades que oferece em termos de desenvolvimento e técnica.

Qual o material mais "incomum" que utilizou num relógio Hermès e que pensou que nunca iria utilizar?
Há dois anos que o cristal tem sido um material muito interessante de trabalhar. Especialmente, porque é uma linha artesanal interna e foi um grande desafio para *Les Cristalleries de St-Louis* e para nós no *La Montre Hermès*.

Como criativo, alguma vez teve que desistir de um *design* fabuloso porque não era exequível?
A técnica está ao serviço da poesia, portanto não. Desejamos que isso nunca aconteça. Até agora, encontrámos sempre soluções para alcançar os nossos objetivos em termos de criatividade.

O que é mais importante num relógio - o lado técnico ou o artístico?
Sem qualquer dúvida, o lado artístico. No entanto, o lado técnico serve para fazer o relógio da forma que pretendemos, como por exemplo aconteceu com o *Arceau Le Temps suspendu* ou o *Dressage L'heure masque*.

O que é que faz um grande relógio?
É sempre difícil prever a forma como um novo lançamento será recebido no mercado e o que faz o sucesso do mesmo. No entanto, o relógio deverá representar o ADN da marca, mantendo-se leal a ela quando fala aos seus clientes e os faz sonhar.

Quais as tendências que prevê para 2016, no que se refere a relógios? O que podemos esperar da Hermès?
Vejo um retorno ao essencial, com *designs* clássicos e intemporais. Na Hermès, vai ser um ano de consolidação, após vários anos de novos lançamentos e reorganização das coleções.

You worked with several different watch manufacture brands before coming to Hermès. Is the approach here different, considering that Hermès has 12 *métiers*?
The main difference is that within Hermès and thanks to the richness of its product range, we have various creative opportunities and a wide diversity to get inspired from.

Does the *savoir-faire* of all these *métiers* make up for the shorter history and heritage in watchmaking, compared to Patek Philippe, for instance?
The relationship between Hermès and time is very strong. The first timepieces date back to the early 1920s, when we cooperated with well-known Swiss watch manufacturers. In all the products it creates, Hermès aims to present objects of the highest quality, reflecting a long-term strategy. This naturally implies making high-end watches that embody all the values of the house.

Were you amazed by the *métiers*?
Yes, always through their specificities, the strong craftsmanship and the uniqueness of their products. Hermès is all about making its customers dream, with well-crafted and high-quality products.

What's the common thread running through Hermès products?
They are all about excellence, quality, creativity and singularity. In terms of creation, we are all inspired by the new inspirational theme within the house, which is announced every year by the Artistic Department in Paris. The yearly theme inspires creation and the new products we make.

Hermès applies very unique techniques to its watches. Is this the brand's signature; unique details?
The unique touch in exceptional pieces is mainly given by the design, which is revealed on the dial, for example, of the new *Slim d'Hermès Millefleurs du Mexique*, the design of which comes originally from an Hermès scarf.

More than timepieces, are Hermès watches artisan pieces?
An Hermès watch is more than a watch, it is an *objet*, just like the other creations within the house, which accompanies customers throughout their life.

Can you take us through the process of creating a timepiece at Hermès?
It starts with a brainstorming session, fuelled by curiosity. Then we work on the design, the sketches, followed by renderings and prototypes.

Thanks to Hermès' 12 *métiers* you have access to a lot of *savoir-faire*, such as leather, crystal making, etc. Does this influence your creativity?
Absolutely. There is an impressive creative wealth within the house, which can benefit every *métier*, either via the design, the technique or the craftsmanship. All the artistic directors frequently meet to explore new opportunities and to brainstorm together.

What else triggers your creativity?
Enthusiasm!

Do you have a favourite material or technique?
Leather is such a great material to work with thanks to the rich variety offered by the house and the many possibilities it offers in terms of development and technique.

What is the most "unusual" material you have used in an Hermès watch, which you never thought you would use?
Crystal was very interesting to work with two years ago. Especially as it is an in-house craft. It was a great challenge for Les Cristalleries de St-Louis and for us at La Montre Hermès.

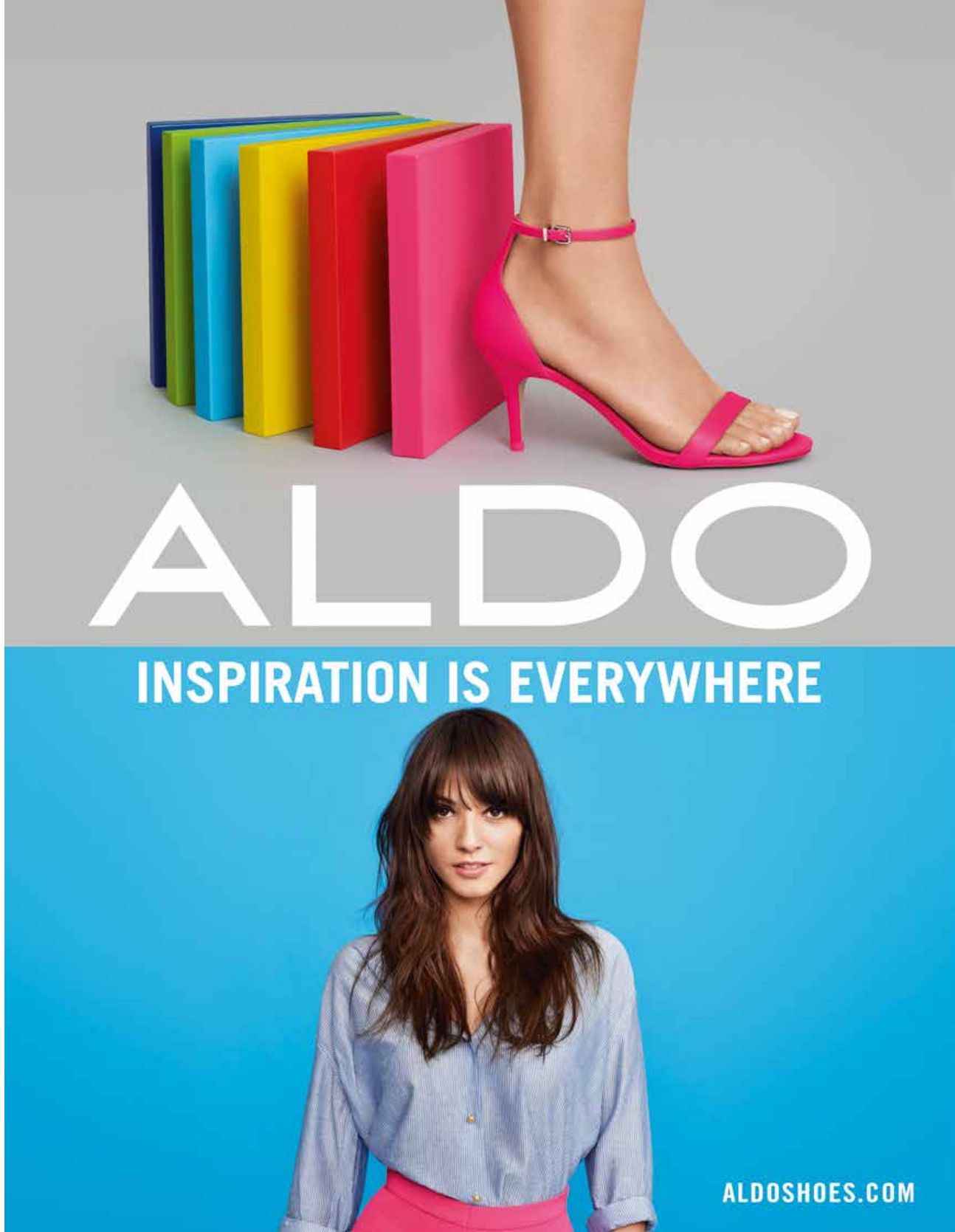
As a creative person, have you ever had to give up a great design because it wasn't doable?
Technique serves poetry, so no, we do not intend to. So far, we have always found solutions to achieve our creative objectives.

"Hermès is all about making its customers dream, with well-crafted and high-quality products"

What is more important in a timepiece – the technical or the artistic side?
Undoubtedly, the artistic side, but the technical element serves to ensure we can make it the way we really want to, as in, for example, the *Arceau Le Temps suspendu* or the *Dressage L'heure masque*.

What makes a great watch?
It is always difficult to predict how a new launch will be welcomed on the market and what would make it successful. However, the watch should express the DNA of the brand and stay true to it, while speaking to its customers and making them dream.

What trends do you predict for 2016, when it comes to watches? What can we expect from Hermès?
I see a return to the essentials with classical and timeless designs. Within Hermès, it will be a year of consolidation after several years of new launches and reorganising the collections.



pub

CLÍNICA DO TEMPO

Indicadores do seu estado de saúde

No que toca à nossa saúde, a vigilância é fundamental e prevenir nunca é demais. Pesar-se é a única forma de saber o seu peso mas, se ficar por aqui, pouco saberá de si.
Comece pelo mais fácil que é pesar-se. Depois, calcule o seu Índice de Massa Corporal (IMC), dividindo o seu peso (em quilogramas) pela altura ao quadrado (em metros). Se o resultado se situar entre os 18,5 e os 24,9, começa bem, tem um peso saudável. Contudo, é importante como se compõe o seu peso e, por isso, há outros indicadores que iremos confirmar. Se o seu peso for superior ao intervalo supracitado e não for músculo, terá de perder gordura e peso, pois está em risco de adquirir complicações metabólicas como hipertensão, colesterol alto, diabetes tipo 2, etc.
De seguida, e usando uma fita métrica, meça o seu perímetro abdominal. O ponto ideal de medição, pelo protocolo da Organização Mundial de Saúde (OMS), é o ponto intermédio da distância entre a última costela e a crista ilíaca (o osso que sente saliente quando aperta a zona lateral da anca). Segundo a OMS há já algum risco quando este é acima dos 94cm nos homens e 80cm nas mulheres e risco elevado para algumas complicações metabólicas, como por exemplo, doenças cardiovasculares, se for superior a 102cm nos homens e 88cm nas mulheres.
Por fim, complete estas duas informações com uma análise de composição corporal, por exemplo, recorrendo ao método da bio-impedância.
Desta forma, saberá como classificar o seu peso em função de parâmetros de saúde (IMC), saberá se tem gordura abdominal em excesso ou não (perímetro abdominal) e saberá com bastante exatidão quanta gordura tem no corpo (bio-impedância).
Nas consultas na Clínica do Tempo usamos estes três indicadores. Só assim podemos fazer o melhor diagnóstico possível para tratar o seu problema.

Indicators of your state of health

When it comes to your health, a watchful eye is fundamental and prevention is never too much. Weighing yourself is the only way to know how much you weigh but, if that's all you do, you'll know little about yourself.
Start with the easiest part – weigh yourself. Then calculate your Body Mass Index (BMI), dividing your weight (in kilograms) by your height squared (in metres). If the result is somewhere between 18.5 and 24.9, this is a good start – you have a healthy weight. However, it is important to know what your weight is composed of and, as such, there are other indicators that you need to confirm. If your BMI is above the above-mentioned figures, and the cause for this is not due to high muscle levels, you will have to lose weight, as you are at risk of developing metabolic complications, such as high blood pressure, high cholesterol, type 2 diabetes, etc.
The next step is to measure your waist circumference using a measuring tape. The ideal point at which to take the measurement, according to the World Health Organisation (WHO), is the middle point between the last rib and the iliac crest (the bone that sticks out when you squeeze the side area of the hip). According to the WHO you are at some risk when this measurement is above 94cm in men and 80cm in women. There is a high risk of some metabolic complications, such as cardiovascular diseases, for example, if the figure is above 102cm in men and 88cm in women.
Finally, complete these two sets of measurements with an analysis of your body's composition, for example, by using bioelectrical impedance analysis.
In this way you'll know how to classify your weight according to health parameters (BMI); you'll know if you have excess abdominal fat or not (waist circumference); and you'll know with great accuracy how much fat there is in your body (bioelectrical impedance).
In Clínica do Tempo consultations we use these three indicators. Only then can we make the best diagnosis possible for treating your problem.

TO MOVE

Rimac Concept One

T JOÃO AFONSO RIBEIRO RIMAC AUTOMOBILI

O SUPER DESPORTIVO ELÉTRICO DOS BALCÃS

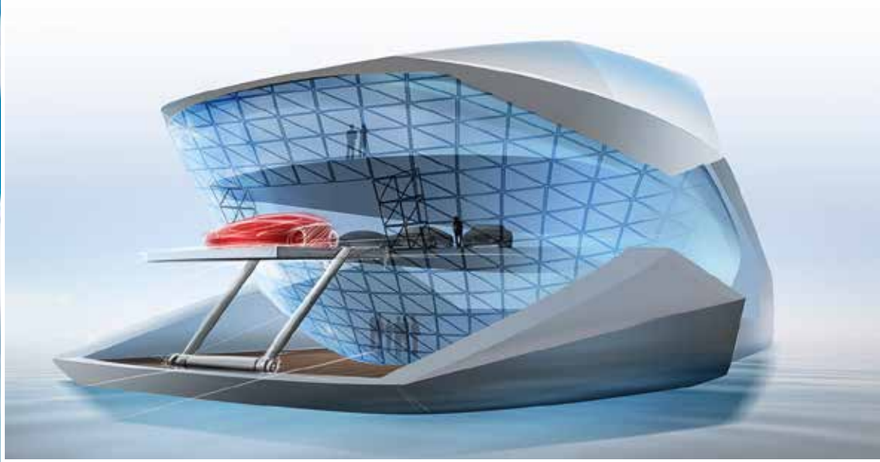
Para além das praias que se estendem pela magnífica costa Dalmácia, banhada pelo Adriático, a Croácia ganhou um novo motivo de interesse. Trata-se do *Concept One*, da marca croata Rimac Automobili, que foi apresentado *no Salão Automóvel de Genebra* e que terá, pelo menos para já, produção limitada a oito unidades. Mas o que é, afinal, *o Concept One*? Trata-se de um super desportivo elétrico com, imagine-se, 1088 cavalos de potência, o que o torna capaz de atingir 100 km/h em 2,6 segundos e 200 km/h nuns estonteantes 6,2 segundos. Numa *Autobahn*, caso as condições sejam propícias, pode-se alcançar a marca dos 300 km/h em apenas 14,2 segundos e, caso se continue a acelerar, o ponteiro do velocímetro apenas estagna sobre uns incríveis 355 km/h, aquela que é a velocidade máxima anunciada pela marca.
O *Concept One* atinge estas *performances* graças a quatro motores elétricos, um para cada roda, com quatro sistemas de transmissão próprios. Concebido em fibra de carbono e alumínio, com um *design* agressivo e um perfil aerodinâmico, este bólide incorpora ainda um sistema multimédia, painel *touchscreen*, internet 4G e outras tecnologias de ponta.

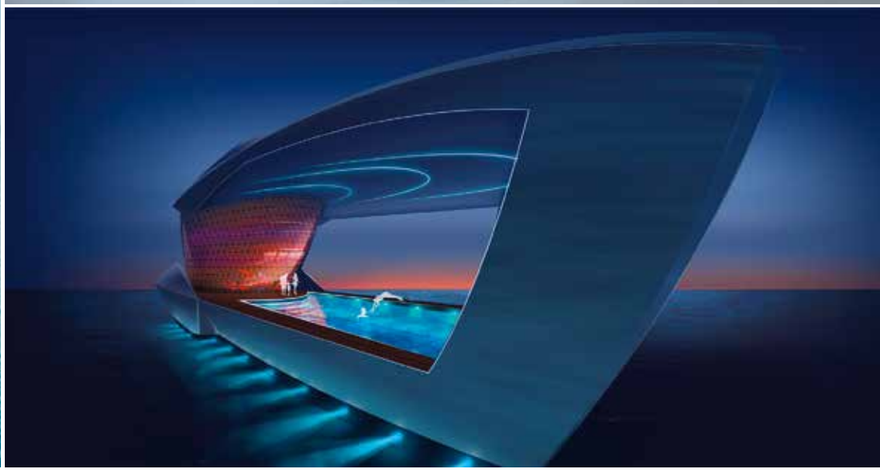
THE ELECTRIC SUPER SPORTS CAR FROM THE BALKANS

In addition to the beaches that stretch along the magnificent Dalmatian coastline, bathed by the waters of the Adriatic, Croatia has gained a new attraction. Its name is *Concept One*, from Croatian brand Rimac Automobili, which was unveiled at the Geneva Motor Show and which, at least for now, will only have a production of eight units.
But just what is the *Concept One*? It is an electric super sports car with, dare you imagine it, 1088 horsepower, which allows it to accelerate from zero to 100 km/h in 2.6 seconds and to 200 km/h in an amazing 6.2 seconds. On German motorways, if the conditions were right, it could accelerate up to 300 km/h in just 14.2 seconds and, in the event you continued to accelerate, the needle on the speedometer would only top out at an incredible 355 km/h, the top speed announced by the manufacturer. The *Concept One* achieves these performances thanks to its four electric motors, one for each wheel, and each with their own transmission system. Made in carbon fibre and aluminium, with an aggressive design and an aerodynamic profile, this car also features a multimedia system, touch screen, 4G Internet and other cutting edge technologies.

CF8

T ANDREIA FILIPA FERREIRA SEA LEVEL B.V.





COMUNIDADE FLUTUANTE

Prevendo um futuro onde seja possível viajar de maneira mais rápida, com as distâncias resumidas a poucas horas ou minutos, a Sea Level esboçou um modelo de iate progressivo e desportista que pretende ser uma inovação nas deslocações marítimas. De 80 metros, este *concept* pode ser descrito como uma comunidade flutuante, capaz de transportar confortavelmente a família e... a coleção de carros do proprietário (CF é uma referência a Carros e Família). Com linhas fortes, invocando o *design* dos carros desportivos, este iate tem características aerodinâmicas e, ao contrário dos iates tradicionais, tem o casco e a superestrutura em vidro intimamente ligados. Aliás, é esse centro envidraçado que permite a entrada de luz natural para os espaços interiores e possibilita, quando o barco está atracado por exemplo, a visualização da coleção de carros pelos transeuntes – este *showroom* tem 100 m^2 de área e uma capacidade de acolher oito carros.
Quanto às especificações técnicas, este projeto com assinatura de Jeroen van der Knaap e Niels Ruiter pode alcançar os 18 nós de velocidade máxima, oferecendo grande estabilidade graças à sua largura extrema.

FLOATING COMMUNITY

Foreseeing a future in which it will be possible to travel more quickly, with distances reduced to a few hours or minutes, Sea Level has designed a progressive and sporty yacht model that aims to be an innovation in sea travel. 80 metres in length, this concept vessel can be described as a floating community, able to comfortably transport a family and... the car collection of the owner (CF is a reference to Cars and Family). With powerful lines, bringing to mind the design of sports cars, this yacht boasts aerodynamic features and, unlike traditional yachts, its hull and glass superstructure are closely connected. What's more, it is this glazed centre that allows the entry of natural light into the interior spaces and enables, when the boat is moored, for example, the cars to be seen by passersby – this showroom covers an area of 100 sqm and has room for up to eight cars.
As for technical specifications, this project, designed by Jeroen van der Knaap and Niels Ruiter, can reach a top speed of 18 knots, while offering great stability thanks to its extreme width.

Riversimple Rasa

T JOÃO AFONSO RIBEIRO RIVERSIMPLE

HIDROGÉNIO POR SUBSCRIÇÃO

O *Rasa*, um projeto da construtora galesa Riversimple, é um veículo movido a células de hidrogénio, que pretende ser uma alternativa aos tradicionais motores de combustão. Um veículo compacto, com capacidade para apenas dois passageiros e com a particularidade de ter portas 'asas de gaivota', este pequeno automóvel, que debita apenas 11 cavalos de potência, é capaz de percorrer 480 quilómetros com apenas 1,5 kg de hidrogénio. Não sendo dono de prestações ímpares, é ainda assim capaz de atingir 100 km/h de velocidade máxima, graças à distribuição da potência em quatro pequenos motores, um para cada roda. Com chegada ao mercado prevista para 2018, este veículo terá a particularidade de não estar disponível para compra, mas apenas para aluguer através de um sistema de subscrição mensal.

HYDROGEN BY SUBSCRIPTION

The *Rasa*, a project by Welsh manufacturer Riversimple, is a vehicle propelled by hydrogen cells, which aims to provide an alternative to traditional combustion engines. A compact vehicle, with room for just two passengers and with the special features of boasting 'gull wing' doors, this small motor vehicle, which delivers just 11 horsepower, is able to travel 480 kilometres on just 1.5 kg of hydrogen. Not able to offer incredible performance, it is nevertheless able to reach a top speed of 100 km/h, thanks to the distribution of power to four small motors, one for each wheel. With its launch on the market planned for 2018, this vehicle will be unique in that it is not available for purchase, and can only be hired, via a monthly subscription system.

Somerset Bike

T ANDREIA FILIPA FERREIRA KAISER CHANG

ELEGÂNCIA DOBRÁVEL

Quem disse que as bicicletas urbanas têm obrigatoriamente de ser estruturadas a partir de vários tubos retos, soldados em diferentes ângulos? Quebrando esse padrão, Kaiser Chang desenvolveu a Somerset, uma bicicleta dobrável que apresenta os círculos como imagem estética do produto. Com a possibilidade de ser dobrada e expandida conforme a necessidade, o quadro principal desta bicicleta protótipo utiliza um tubo em forma oval e deslizante, que garante o fácil transporte.

FOLDABLE ELEGANCE

Whoever said that urban bikes have to be made up of an array of straight tubes, welded together at various angles? Breaking this norm, Kaiser Chang has developed the Somerset, a foldable bike that boasts circles as the product's aesthetic image. Able to be folded and unfolded depending on your requirements, the main frame of this prototype bicycle uses an oval shaped and sliding tube, which ensures easy transport.

VALORIZE O SEU
PATRIMÓNIO,
INVISTA EM ARTE!

SALVADOR DALI
Woman of time, 1973
Bronze

“ Esta jovem mulher radiante carrega o símbolo mais famoso de Dalí... o relógio de bolso que remonta à construção humana da natureza do tempo. O artista permite que o relógio coloque a questão - é a beleza dependente do tempo ou é eterno? ”

ROYAL ESTATE
PRIVATE VILLAS
ART COLLECTION

Fiat 124 Spider

T JOÃO AFONSO RIBEIRO FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES

REEDIÇÃO ITALIANA DE INFLUÊNCIA NIPÓNICA

Cinco décadas após o lançamento do eterno *124 Spider*, a Fiat voltou a colocar no mercado uma reedição do icónico modelo desportivo. Resultado de uma parceria com a japonesa Mazda, a Fiat inspirou-se no *124 Spider* original, sem se aventurar demasiado no *design* retro. O novo modelo da Fiat partilha a mesma plataforma do *Mazda MX-5*, não obstante a marca italiana ter-se mantido fiel aos seus próprios motores ao equipar este novo *124 Spider* com o motor 1.4 litros *MultiAir Turbo* de quatro cilindros, com 140 cavalos de potência e transmissão de seis velocidades manual, que torna este desportivo capaz de atingir os 215 km/h. No interior, destaque para o sistema de *infotainment* (Fiat Connect 7.0) com ecrã de sete polegadas, naquela que é a maior diferença quando comparado com o interior do *MX-5* da Mazda.

ITALIAN REISSUE OF JAPANESE INFLUENCE

Five decades after the launch of the eternal *124 Spider*, Fiat has once again placed a remake of the iconic sports model on the market. Resulting from a partnership with Japan's Mazda, Fiat drew its inspiration from the original *124 Spider*, without venturing too far into retro design. The new model from Fiat shares the same platform as the *Mazda MX-5*, although the Italian manufacture has remained loyal to its engines, equipping this new *124 Spider* with a 1.4 litre, four-cylinder *MultiAir Turbo*, with 140 horsepower and six-speed manual transmission, which ensures this sports car can reach a top speed of 215 km/h. Inside, the interior is highlighted by the *infotainment* system (Fiat Connect 7.0) with its 7-inch screen, in what is the main difference when compared with the interior of the *MX-5* from Mazda.

Bugatti Niniette

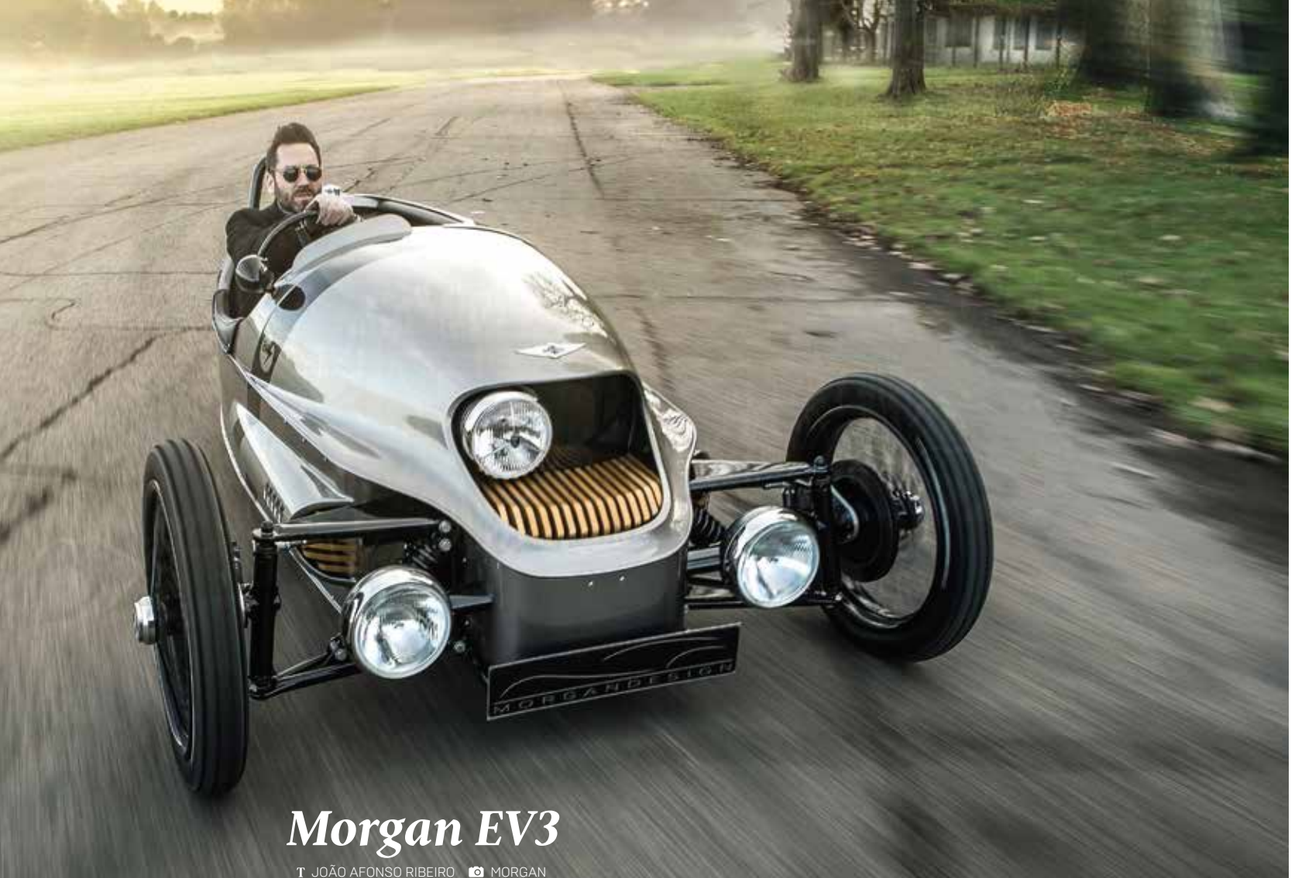
T ESTELA ATAÍDE © 2015 PALMER JOHNSON YACHTS

SUPERDESPORTIVO AQUÁTICO

Famosa pelos seus irresistíveis automóveis superdesportivos, a Bugatti lança-se agora ao mar numa parceria com a construtora de iates Palmer Johnson, que se concretiza na *Niniette*, uma série de três iates em fibra de carbono, que combinam o revolucionário formato de casco da série *SuperSport* (da Palmer Johnson) com elementos dos icónicos automóveis.
Com uma velocidade máxima de 38 nós, o *PJ63 Niniette*, o modelo central da nova série, tem cerca de 20 metros de comprimento e inclui espaços de convívio, acomodação de luxo para quatro convidados e cabine de tripulação. Já disponível para encomenda, juntamente com os modelos 'irmãos' – *PJ42 Niniette* (com cerca de 13 metros) e PJ88 *Niniette* (cerca de 27 metros) –, o novo *PJ63 Niniette* permite a personalização de diversos elementos dos interiores. O tempo previsto de produção é de cerca de 12 meses.

AQUATIC SUPER SPORTS

Famous for its irresistible super sports cars, Bugatti has now set its sights on the sea in a partnership with boat builder Palmer Johnson, which is materialised in *Niniette*, a series of three yachts in carbon fibre, which combine the revolutionary hull format of the *SuperSport* series (from Palmer Johnson) with elements from the iconic motor cars.
With a top speed of 38 knots, the *PJ63 Niniette*, the central model of the new series, measures some 20 metres in length and features areas for socialising, luxury accommodation for four guests and a crew cabin. Available to order now, together with its fellow models – the *PJ42 Niniette* (around 13 metres long) and the *PJ88 Niniette* (around 27 metres long) –, the new *PJ63 Niniette* allows the customisation of many elements in its interior. Production time is estimated at around 12 months.



Morgan EV3

T JOÃO AFONSO RIBEIRO MORGAN

CLASSICISMO LIGADO À CORRENTE

A fabricante britânica Morgan continua a surpreender, tendo apresentado em Genebra, pela primeira vez na história da marca, um modelo elétrico. Com um visual clássico e intemporal, mas repleto de novidades tecnológicas, a marca apresentou o *EV3*, o modelo elétrico baseado no *3 Wheeler*, o desportivo a gasolina da marca, dando um significativo passo em frente na história de uma das mais tradicionais marcas automóvel. Com uma autonomia de 241 km com a bateria de lítio completamente carregada, este triciclo elétrico de *design* retro e *old school* abriga uma abordagem tecnológica muito atual. A pensar nas emissões, o *EV3* traz um motor elétrico de 63 cavalos que leva o veículo aos 100 km/h em apenas nove segundos e que tem nos 145 km/h a sua velocidade máxima. No exterior, os três faróis dianteiros dispostos em triângulo relembram a tradição da marca, remetendo para os carros de competição dos anos 1920 e 1930. Pela primeira vez, a Morgan concebeu um chassis de carbono combinado com painéis de alumínio, conquistando desta forma uma substancial redução de peso. Não obstante a marca ainda não ter divulgado preços, a Morgan anunciou que o preço final será semelhante ao do *3 Wheeler* e que a fase de produção deverá ter início no final de 2016.

CLASSICISM PLUGGED IN

British manufacturer Morgan continues to amaze, having unveiled in Geneva, for the first time in the make's history, an electric model. With its classic and timeless look, but packed with technological innovations, the brand presented its *EV3*, the electric model based on the *3 Wheeler*, Morgan's petrol engine version, making an important step forward in the history of one of the most traditional automotive brands. With a range of 241 km with a fully charged lithium battery, this retro and old school design three wheeler boasts a very up to date technological approach. With emissions in mind, the *EV3* features a 63 horsepower electric motor with takes the vehicle to 100 km/h in just nine seconds and ensures it a top speed of 145 km/h. On the exterior, the three front lights arranged in a triangle bring to mind the brand's tradition, reminiscent of the competition cars of the 1920s and 1930s. For the first time, Morgan has designed a carbon chassis combined with aluminium panels, thus achieving a major reduction in weight. Although the brand is yet to reveal prices, Morgan has announced that the final price will be similar to the *3 Wheeler* and that production should begin at the end of 2016.

SipaBoards

T ANDREIA FILIPA FERREIRA UROS PODLOGAR

INTELIGÊNCIA INSUFLÁVEL

Com um *design* elegante e inteligente, as pranchas de Stand Up Paddle da SipaBoards são perfeitas para praticantes de qualquer idade e nível de habilidade. Insufláveis e equipadas com um mecanismo que automaticamente as enche, estas pranchas contam com um propulsor elétrico que auxilia o praticante a remar e a superar as correntes ou os ventos mais difíceis. Graças às suas características insufláveis, as pranchas da SipaBoards são fáceis de armazenar e de transportar, tornando a escolha do melhor *spot* na única preocupação do praticante. Recentemente, a marca tem apresentado novas linhas de produtos, que contam igualmente com as vantagens das pranchas insufláveis, mas sem a integração do motor auxiliar.

INFLATABLE INTELLIGENCE

With their elegant and intelligent design, the Stand Up Paddle boards from SipaBoards are perfect for paddlers of any age and skill level. Inflatable and fitted with a self inflating mechanism, these boards also feature electric propulsion, which helps the paddler to overcome more troublesome currents or winds. Thanks to their blow-up nature, the SipaBoards boards are easy to store and to transport, making choosing the right spot for a paddle the only concern for their owner. The brand has recently presented new product ranges, which also feature the advantages of the inflatable boards, but without an auxiliary motor.

Lotus

T JOÃO AFONSO RIBEIRO LOTUS

A NOVA FLOR DA LOTUS

O *design* pode parecer familiar, dado que novo *Exige Sport 350* mais não é do que uma evolução do *Exige S*. Este novo modelo da Lotus traz porém uma estrutura de alumínio extraleve e um corpo mais aerodinâmico e musculado, o que se traduz numa diminuição de peso na ordem dos 51 kg, quando comparado com o modelo que o antecede. O *Exige Sport 350* faz-se ouvir pelo roncar de um V6 de 3.5 litros *supercharged*, que gera qualquer coisa como 350 cavalos, cujo *kick* de aceleração deixará certamente o condutor colado ao banco. Este pequeno e leve super desportivo faz o ponteiro ir dos 0 aos 100 km/h em apenas 3,9 segundos (no caso da caixa de velocidades manual) e, quando levado aos limites, o ponteiro do velocímetro fixa-se sobre a marca dos 274 km/h. Caso se opte pela caixa automática de seis velocidades, com patilhas atrás do volante, perde-se algum do prazer de condução, mas ganha-se em aceleração (0 aos 100 km/h em 3,8 segundos). Outra das novidades deste modelo prende-se com as ranhuras na tampa traseira, que melhoram a refrigeração do motor. O *Exige Sport 350* poderá ser conduzido a partir de dinâmicas pré-determinadas por três modos de condução: *drive*, *sport* e *race*.

THE NEW FLOWER FROM LOTUS

The design may seem familiar, given that the new *Exige Sport 350* is nothing more than an evolution of the *Exige S*. This new model from Lotus does however include an ultra light aluminium structure and a more aerodynamic and muscular body, which results in a weight reduction of around 51 kg, when compared with the model that preceded it.
The *Exige Sport 350* makes itself heard through its roaring 3.5 litre supercharged V6, which delivers somewhere around 350 horsepower, with an acceleration kick certain to have its driver glued to the seat. This small and light super sports car sees the needle zoom from 0 to 100 km/h in just 3.9 seconds (in manual gearbox version) and, when taken to the limit, the speedometer hits the 274 km/h mark. If you go for the six-speed automatic gearbox version, with paddles behind the steering wheel, you lose a little of the driving pleasure, but gain in acceleration (0 to 100 km/h in 3.8 seconds). Another of the innovations in this model is the slots to the rear that improve engine cooling capabilities. The *Exige Sport 350* can be driven according to three pre-programmed driving modes: *drive, sport* and *race*.

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

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

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

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

DIGITAL VERSION COMPATIBLE WITH IOS AND
ANDROID AVAILABLE WORLDWIDE ON:

WWW.MAGZTER.COM

Siga-nos em / Follow us on:

PMmedia CORPORATE

PM MEDIA - COMUNICAÇÃO, S.A.
Centro Empresarial Lionesa | Rua da Lionesa, 446 Fracção G19 | 4465-671 Leça do Balio | Portugal | Telf Phone +351 229 069 530 | info@trends-mag.com

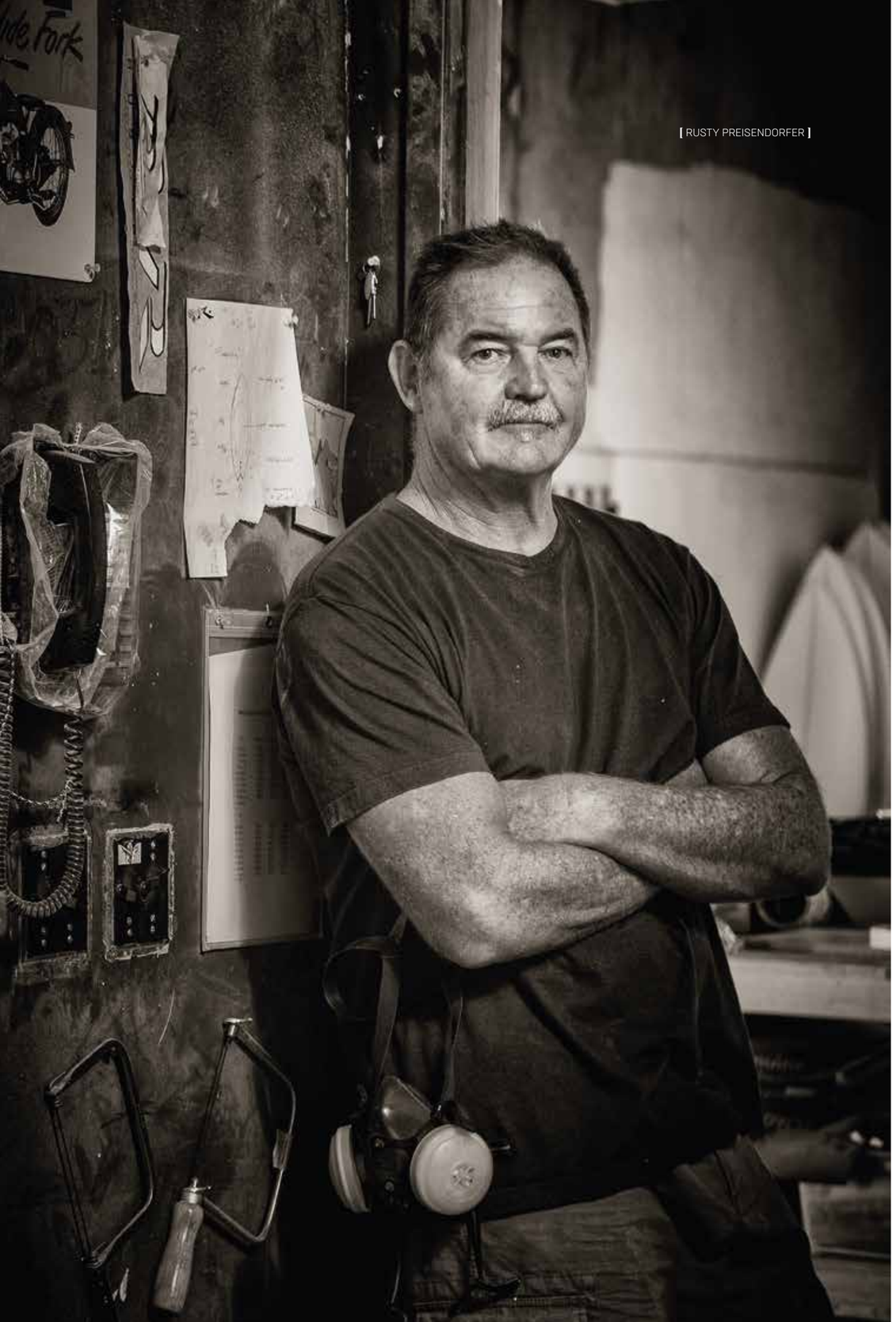
talking about:

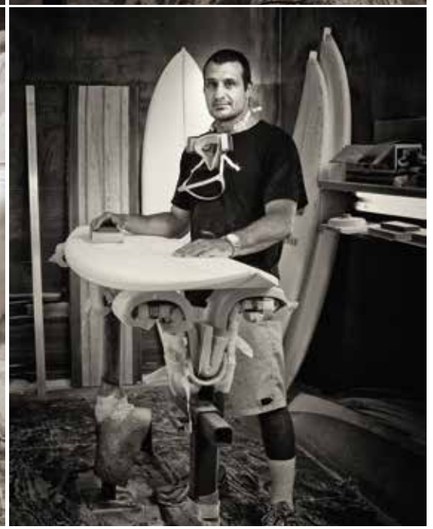
RUSTY SURFBOARDS

T ANDREIA FILIPA FERREIRA 1,7 ©RUSTY SURFBOARDS; 2,3,4,5,6 JOHN DURANT

R-dot, uma insígnia de ótima performance

Foi a rasgar as ondas que Rusty Preisendorfer descobriu um talento que fazia dele muito mais do que um surfista. Desde que se estreou nas manobras, em 1966, o norte-americano iniciou também uma carreira como *shaper*, modelando pranchas de *surf* que, ainda hoje, são sinónimo de qualidade e ótima performance. O R-dot (a letra R, seguida de um ponto, foi a insígnia escolhida para representar a marca) rapidamente se tornou um marco na linguagem mundial do *surf*, ultrapassando fronteiras geográficas e temporais. Reconhecidas por muitos como uma espécie de violino *Stradivarius* do *surf*, as pranchas personalizáveis da marca chegam a ser designadas de autênticas obras de arte.
De San Diego, na Califórnia, para o mundo, Rusty Preisendorfer dispensa apresentações no universo do *surf*. Eternizando o seu nome em cada prancha de *surf* que molda, Rusty é o rosto por detrás de uma marca que, desde a década de 1980, altura em que o logótipo R-dot chega ao mercado, é uma das principais escolhas dos profissionais que competem no circuito mundial. Com uma longa reputação no que diz respeito à construção artesanal de pranchas que garantam desempenhos de alta qualidade, Rusty encabeça uma equipa de *designers* que, através de muito talento e pesquisa, produzem artigos adaptados às exatas necessidades de cada surfista. Em conjunto, os *shapers* da Rusty Surfboards esforçam-se para refinar as formas das pranchas, incorporando um *design* personalizado e desportivo, ajustado aos padrões de funcionalidade que nunca são descurados. "Por vezes, encontro clientes que querem algo muito diferente. Tento, gentilmente, persuadi-los a optarem por algo mais funcional. Mas, no final de contas, é tudo diversão!", conta-nos Rusty Preisendorfer.
Por meio de muita diversão, Rusty vai gerindo uma das mais poderosas marcas do setor, combinando a sua faceta de artista com as preocupações mais técnicas, que envolvem as variáveis que permitem que o *design* auxilie os bons desempenhos. "Eu abraço o lado da arte e





"Eu encontro R-dots nos lugares mais estranhos do mundo, por isso, acho que a marca já se tornou um ícone há bastante tempo"

o lado da ciência", afirma Rusty. Talvez seja esta filosofia que esteja por detrás de tantos anos de sucesso, com a Rusty Surfboards a demarcar-se da concorrência graças à sua dedicação na procura por inovação. Mas quanto à receita do sucesso, Rusty tem uma palavra a dizer: "eu nunca deixei o meu ego se intrometer. Eu sabia quais eram as minhas forças e sempre contratei pessoas que fossem, felizmente, melhores do que eu", revela, sorridente.

Optando por materiais duráveis e resistentes, a Rusty desenvolve pranchas de *surf* de vários modelos, dos mais conservadores e intemporais aos mais extravagantes, e a pensar nos diferentes tipos de mares. Revolucionando o fabrico de pranchas a partir do momento em que tenta respeitar as preferências de cada surfista, a marca californiana tornou-se uma referência mundial. "Eu encontro R-dots nos lugares mais estranhos do mundo, por isso, acho que a marca já se tornou um ícone há bastante tempo", confidencia Rusty, que já perdeu a conta do número de pranchas que já passaram pelas suas mãos. "Durante as últimas três décadas construí inúmeras pranchas e deixei muita gente feliz... e é isso que me deixa a mim feliz!", simplifica o *shaper*.

R-dot, the icon of great performance

When cutting through the waves, Rusty Preisendorfer discovered a talent that made him much more than a surfer. Since showing his moves for the first time in 1966, the American also started a career as a shaper, shaping surfboards, which, even today, are synonymous with quality and optimal performance. The R-dot (the letter R, followed by a dot, was the logo chosen to represent the brand) quickly became a landmark in surfing language around the world, transcending geographical and time boundaries. Recognised by many as a kind of Stradivarius violin of surfing, the brand's customisable boards have even been referred to a true works of art.

"I see R-dots in the strangest places in the world, so I think that the brand became an icon quite a while ago"

From San Diego, in California, to the rest of the planet, Rusty Preisendorfer needs no introduction in the surfing world. Immortalising his name on every surfboard he shapes, Rusty is the face behind a brand, which has been one of the top choices of the professionals competing on the world circuit since the 1980s, when the R-dot logo first hit the market. With a long track record in crafting boards that ensure high quality performance, Rusty heads a team of designers, who, through a lot of talent and research, produce boards tailored to the exact requirements of each surfer. Together, the Rusty Surfboards shapers strive to refine the shapes of the boards, incorporating a personalised and sporty design, while never overlooking standards of functionality. "Sometimes, I meet customers who want something very different. I gently try to persuade them to go for something more functional. But, at the end of the day, it is all fun!" says Rusty Preisendorfer.
By dint of a lot of fun, Rusty is managing one of the most powerful brands in this sector, combining his artist facet with more technical issues, which involve the variables that allow design to aid good performance. "I embrace the art side and the science side", Rusty adds. It is possibly this philosophy that lies behind so many years of success, with Rusty Surfboards setting itself apart from the competition thanks to its dedicated quest for innovation. As for the recipe for success, Rusty has a word or two to say: "I didn´t let my ego get in the way. I knew what my strengths were and I have always hired people that were, hopefully, better at what they did then I was", he says, smiling.
Opting for durable and resistant materials, Rusty develops various models of surfboards, from the more conservative and timeless to the more extravagant, and designed for different types of seas. Revolutionising the production of boards from the moment in which it tries to respect the preferences of each surfer, the Californian brand has become a worldwide name. "I see R-dots in the strangest places in the world, so I think that the brand became an icon quite a while ago", confides Rusty, who has lost count of how many boards have passed through his hands. "During the last three decades, I have built a lot of boards and have made many people happy... and that's what makes me happy!" the shaper simplifies.

CIN
E TUDO MUDA

DE: A PRECISAR DE OBRAS

PARA: OBRA PRIMA DA NATUREZA

Durocin para protecção e decoração de soalhos em madeira.

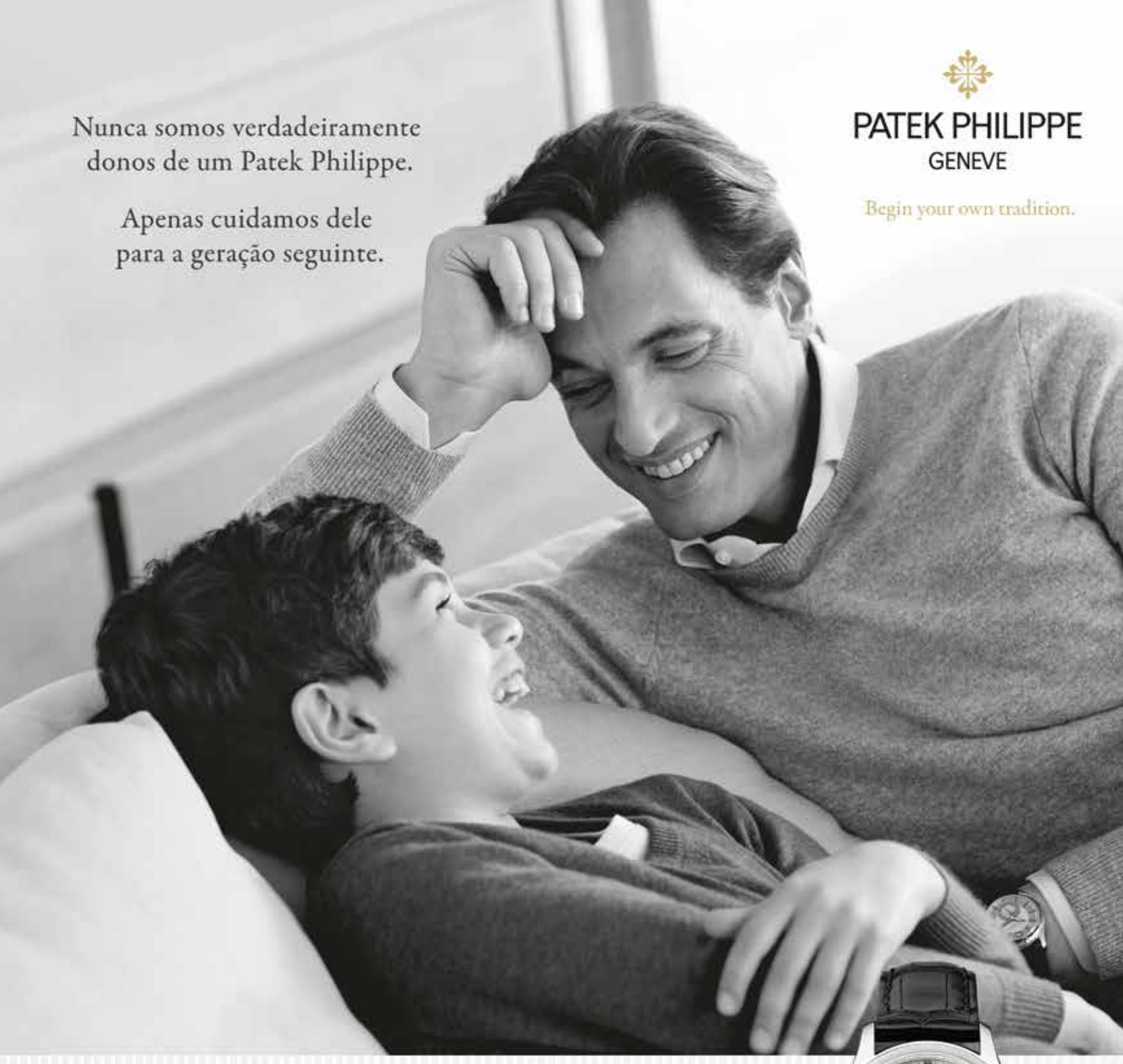
Durocin é a gama de vernizes da CIN especializada no tratamento de soalhos em madeira. Concebida com resinas de última geração e com uma nova fórmula amiga do ambiente, Durocin confere flexibilidade, dureza e grande resistência à madeira. Permite obter um acabamento naturalmente belo e com a elevada resistência que o soalho de um espaço muito movimentado requer. Conheça melhor as características desta gama no catálogo Durocin e comece os trabalhos numa das 70 lojas CIN ou em cin.pt

Nunca somos verdadeiramente
donos de um Patek Philippe.

Apenas cuidamos dele
para a geração seguinte.

PATEK PHILIPPE
GENEVE

Begin your own tradition.



Calendário Anual Ref. 5205G

DAVID ROSAS
time experts

Lisboa · Avenida da Liberdade 69A · T 213 243 870
Porto · Avenida da Boavista 1471 · T 226 061 060
www.davidrosas.com