

TRENDS[®]

KNOW THE DIFFERENCE



Architecture,
Miguel Câncio Martins

Interiors,
Joana e Marta Aranha

Trendsetter,
Paulo Mateus Pinto

In Style,
Marina Ruy Barbosa

To Move,
Lexus LC 500

SEMESTRAL • N.º 75 • €10,00



—HYLINE®—

BRINGING
THE OUTSIDE IN.





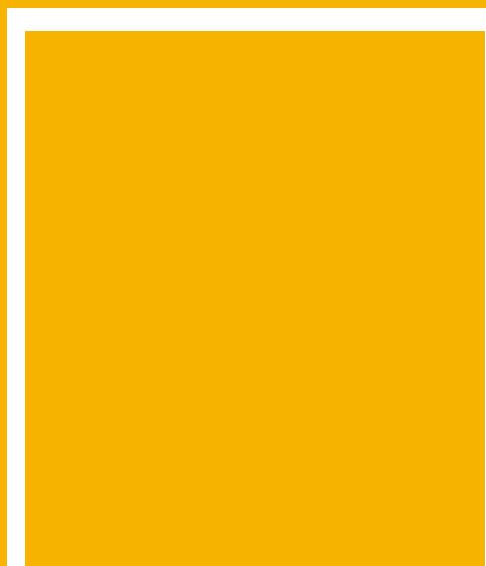
IT'S THE TIME



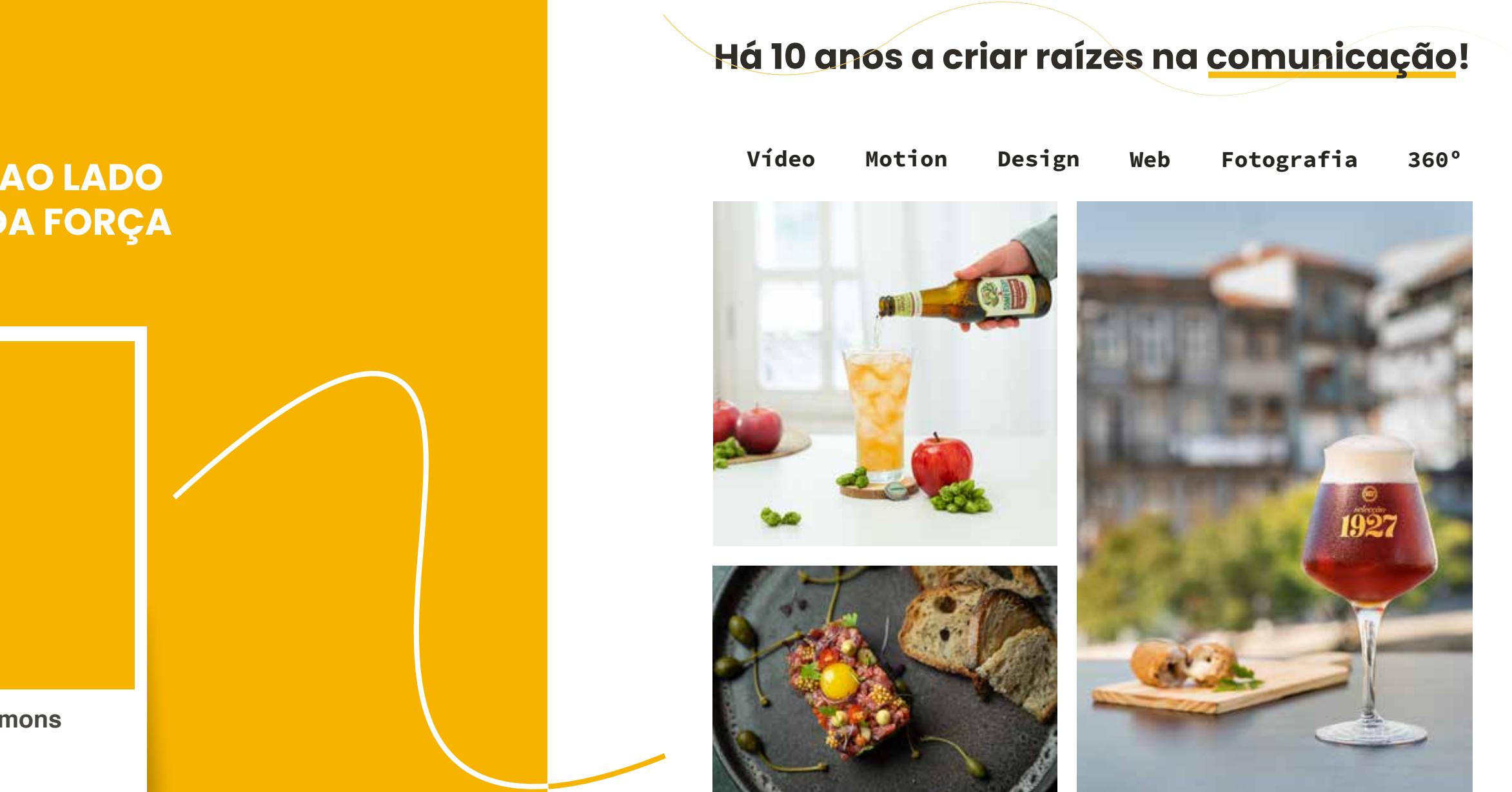
SEJA RESPONSÁVEL BEBA COM MODERAÇÃO. 18 ANOS.

Há 10 anos a criar raízes na comunicação!

JUNTA-TE AO LADO
AMARELO DA FORÇA



by Creative Lemons



Vídeo Motion Design Web Fotografia 360°

Juntos e mais 'verdes'

A sustentabilidade é o futuro. Atualmente fala-se muito disso. A verdade é que os recursos do planeta começam a esgotar-se e a necessidade de adotar um modelo ecológico e saudável tem vindo a ser uma preocupação do ser humano. Por isso, ter um estilo de vida sustentável é muito mais do que consumir de forma responsável. Nos projetos que apresentamos neste número da TRENDS tivemos o cuidado de selecionar temas que têm por base a ecologia. Mostramo-nos, desde logo, diversos trabalhos arquitetônicos e de interiores onde a responsabilidade ambiental é o centro das atenções. Falamos de moda; de casas passivas; de estabilidade e conforto que se pode obter com estratégias mais verdes; de marcas que apostaram em linhas 100% sustentáveis; de personalidades que compõem histórias marcantes, como é o caso do arquiteto Miguel Câncio Martins – com um percurso nacional e internacional notório –; da aclamada *designer* de interiores Joana e da sua filha Marta Aranha; do dinâmico Paulo Mateus Pinto, CEO da La Redoute em Portugal; e da estrela Marina Ruy Barbosa, atriz, modelo e empresária, que criou a marca Ginger, focada no respeito pela natureza. Todos eles, através dos seus projetos denotam uma sincera preocupação com a sustentabilidade e a responsabilidade social. Um esforço que só é possível se juntos, e com boas práticas ecológicas e conscientes, olharmos para o futuro com equilíbrio e tivermos em conta que o planeta merece todo o nosso cuidado e respeito. Posto isto, esperamos que apreciem as nossas páginas, onde o mundo é mais 'verde'. Boas leituras!

[MARIA CRUZ]

TRENDS

Propriedade/Editora:
PM Media, Lda.
www.pmmmediacorporate.com
Rua Dr. Américo Silva, 158
4480-166, Azurara, Vila do Conde
Porto, Portugal
T: (+351) 252 299 010
www.trends-mag.com
info@trends-mag.com

Fotografia de Capa:
©Direitos Reservados

Administração: Paulo Martins
Diretor: José Lopes
Coord. Editorial: Maria Cruz
Redação: Cristina Freire, Filomena Abreu,
Maria Cruz
Revisão: Ana Monteiro, PM media
Tradução: Algarvemedia
Design e Paginação: Marta Teixeira,
Pedro Fonseca,
Tratamento de Imagem: PM Media
Publicidade: Hélder Marques
RP: Ana Sofia Monteiro

N.º 75 JAN-JUN

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.

Together and 'greener'

Sustainability is the future. Much is being said about it these days. The fact is that the planet's resources are beginning to run out and the need to adopt an ecological and healthy model has become a growing concern for human beings. As such, having a sustainable lifestyle is much more than consuming responsibly. In the projects we present in this issue of TRENDS we took care to select themes featuring ecology. We bring you a variety of architectural and interior design works where environmental responsibility is the guiding principle. We talk about fashion; passive houses; stability and comfort that can be achieved through greener strategies; brands that commit to 100% sustainable ranges; personalities that have carved out striking stories, such as architect Miguel Câncio Martins – with a remarkable national and international career –; acclaimed interior designer Joana and her daughter Marta Aranha; dynamic Paulo Mateus Pinto, CEO of La Redoute in Portugal; and star Marina Ruy Barbosa, actress, model and businesswoman, who created the brand Ginger, focused on respect for nature. All of them, through their projects, reveal a sincere concern for sustainability and social responsibility. An effort that is only possible if together, and with good ecological and conscious practices, we look to the future with poise and bear in mind that the planet deserves all our care and respect. Having said this, we hope you enjoy our pages, where the world is 'greener'. Happy reading!



Urban Forest
SKETCH

26



Oikoa
INTERIORS

68



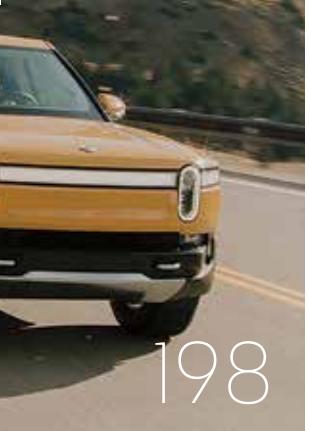
La Boule
TRENDSETTER

112



CyanoFabbrica
IN STYLE

158



Rivian
TO MOVE

198



MASERATI MC20 GANHA O DESIGN DE PRODUTO DO ANO

O MC20 recebeu o prémio de *Design de Produto do Ano 2021* do European Product Design Award. O novo supercarro desportivo da Maserati também foi homenageado com o *Top Design Winner* nas categorias Transporte/Auto/Truck/Mobile Home e foi ainda vencedor nas categorias Transporte/Outro Design de Transporte. O European Product Design Award é um concurso de *design* criado para reconhecer os esforços de talentosos *designers* de produtos internacionais. "A nossa missão era conceber um carro que seria lembrado no futuro como o modelo que lançou a Maserati New Era. E acho que alcançámos nosso objetivo com o MC20", referiu Klaus Busse, chefe de design da marca.

MASERATI MC20 WINS PRODUCT DESIGN OF THE YEAR

The MC20 has been named *2021 Product Design of the Year* award by the European Product Design Award. Maserati's new sports supercar was also honoured as *Top Design Winner* in the Transportation/Auto/Truck/Mobile Home categories and was also the winner in the Transportation/Other Transportation Design categories. The European Product Design Award is a design competition created to recognise the efforts of talented international product designers. "Our mission was to design a car that would be remembered in the future as the model that launched the Maserati New Era. And I think we achieved our goal with the MC20," said Klaus Busse, the brand's head of design.



IA AJUDA A DESCOBRIR PINTURA DE PABLO PICASSO

Uma pintura escondida, feita por Pablo Picasso, foi recentemente descoberta graças ao uso da Inteligência Artificial (IA), técnicas de processamento de imagem e impressão 3D. A empresa Oxia Palus, especializada no resgate de obras de artes perdidas, é a responsável pelo achado. O desenho estava escondido por baixo de outra produção do icônico pintor – *A Refeição do Cego*, de 1903. A obra, apelidada de *O Nu Solitário Agachado*, terá sido pintada num período em que Picasso lutava contra a pobreza. Não tendo dinheiro, especula-se que tenha usado a mesma tela para criar *A Refeição do Cego*.

AI HELPS DISCOVER PAINTING BY PABLO PICASSO

A hidden painting by Pablo Picasso was recently discovered thanks to the use of Artificial Intelligence (AI), image processing techniques and 3D printing. The company Oxia Palus, which specialises in the rescue of lost works of art, is responsible for the find. The painting was hidden beneath another work by the iconic painter – *The Blind Man's Meal*, of 1903. The work, dubbed *The Lonesome Crouching Nude*, would have been painted during a period when Picasso was struggling with poverty. Having no money, it is speculated that he used the same canvas to create *The Blind Man's Meal*.



RALPH LAUREN E SOIL HEALTH APOIAM INDÚSTRIA DO ALGODÃO RECUPERADO

A Ralph Lauren Corporate Foundation e o Soil Health Institute of North Carolina anunciaram uma subvenção especial para o lançamento do *U.S. Regenerative Cotton Fund*, uma iniciativa que reúne a indústria do vestuário e os agricultores. O fundo irá apoiar a produção sustentável de algodão a longo prazo nos Estados Unidos da América, com o objetivo de remover um milhão de toneladas de dióxido de carbono equivalente da atmosfera até 2026. Atualmente, o algodão é utilizado em mais de 80% dos materiais utilizados pela Ralph Lauren Corporation.

RALPH LAUREN AND SOIL HEALTH SUPPORT RECOVERED COTTON INDUSTRY

The Ralph Lauren Corporate Foundation and the Soil Health Institute of North Carolina have announced a special grant to launch the *U.S. Regenerative Cotton Fund*, an initiative that brings together the garment industry and farmers. The fund will support long-term sustainable cotton production in the United States, with the goal of removing one million tonnes of carbon dioxide from the atmosphere by 2026. Currently, cotton accounts for over 80% of the materials used by the Ralph Lauren Corporation.

O encontro entre a imaginação infinita e a inspiração ilimitada.



A diferença é Gaggenau.

90 cm de puro potencial. A placa com superfície total de indução chegou para quebrar as regras: as possibilidades são ilimitadas.

Cada peça Gaggenau é projetada, desde 1683, de forma distinta, com materiais de suprema qualidade e com elevados padrões de performance.

Para mais informações: gaggenau.com/pt

GAGGENAU

Portas de segurança Dierre

Produtos baseados na qualidade, na inovação e na tecnologia.

THIERRY MUGLER: COUTURISSIME EM PARIS

Thierry Mugler foi um dos líderes de um pequeno grupo de designers, com sede em Paris, conhecidos como "créateurs de mode". Altamente talentoso, revolucionou a moda francesa no início dos anos 70, abrindo caminho para que toda uma geração lançasse as suas próprias marcas. E é isto que está em retrospectiva na exposição *Thierry Mugler: Couturissime*, patente até 24 de abril, no Musée des Arts Décoratifs, em Paris. O ponto alto é o espantoso vestido *La Chimère* em escamas, penas e cristais, usado por Yasmin Le Bon. Vale a pena ir a Paris só para ver.

THIERRY MUGLER: COUTURISSIME IN PARIS

Thierry Mugler was one of the leaders of a small group of designers, based in Paris, known as "créateurs de mode". Highly talented, he revolutionised French fashion in the early 1970s, paving the way for a whole generation to launch their own brands. And this is what is on show in the retrospective exhibition *Thierry Mugler: Couturissime*, on show until the 24th of April, at the Musée des Arts Décoratifs, in Paris. The highlight is the stunning *La Chimère* dress in scales, feathers and crystals, worn by Yasmin Le Bon. It's worth going to Paris just to see it.



Destinam-se a proteger as pessoas, a casa e os valores que lhes são mais queridos. A grande variedade de modelos e acabamentos disponíveis permite um enquadramento em qualquer ambiente.

Descubra mais em: www.dierre.com, info@dierre.pt ou +351 232899100



ABBA E OS ESPETÁCULOS REVOLUCIONÁRIOS

A lendária banda ABBA está de regresso após um hiato de 40 anos. E partem do novo álbum, *Voyage*, em direção a um conjunto de espetáculos revolucionários, que vão acontecer em Londres, ao longo deste ano, com hologramas dos membros do grupo. Desde 1981 que o grupo de pop sueco não lançava novas canções. O anúncio do regresso foi festejado em todo o mundo. *Voyage*, composto por dez canções, é o resultado de um projeto no qual os ABBA trabalham há anos: um espetáculo com hologramas, cujos protagonistas vão controlar os movimentos dos seus avatares, que irão representá-los com a aparência de 1979.

ABBA AND THEIR REVOLUTIONARY SHOWS

After a 40-year hiatus legendary band ABBA is back. And they set off from their new album, *Voyage*, towards a series of revolutionary shows, taking place in London throughout this year, featuring holograms of the group members. The Swedish pop group had not released new songs since 1981. The announcement of their return was celebrated all over the world. *Voyage*, composed of ten songs, is the result of a project ABBA has been working on for years: a show with holograms, whose protagonists will control the movements of their avatars, which will represent them looking as they did in 1979.

ARTISTAS DO MUNDO NA NOVA GALERIA PORTUGUESA

Analora é a mais recente galeria de arte na Rua de São Bento, em Lisboa. O espaço reúne criações únicas, todas feitas à mão, de vários artistas internacionais, contando com peças de conceituados nomes como António Vasconcelos Lapa, Almerinda Gillet, Atelier MacQuiche, Fabienne Auzolle, Giacomo Alessi, Le Cabinet de Porcelaine e Yumé. Anne-Laure Pilet é o rosto da Analora. Após vários anos de viagens e descobertas, escolheu Portugal para viver e para dar vida a um projeto que esteve sempre presente no seu coração: apresentar artistas, artesãos e criadores que aprecia, que a sensibilizam e que criam peças únicas cheias de história.



TEMPERATURA DA TERRA FOI A SEXTA MAIS ALTA DE SEMPRE

Um levantamento feito pela agência espacial americana, NASA, e a Administração Oceânica e Atmosférica Nacional, concluiu que a temperatura da Terra em 2021 foi a sexta maior da história, sinalizando uma tendência de crescimento que tem vindo a acontecer, pelo menos, desde 2018 – e que deve ser ainda maior em 2022. O estudo das agências levou em consideração seis cálculos diferentes que posicionaram o ano de 2021 entre o quinto e sétimo lugares no ranking de temperaturas mais quentes já registadas da Terra. Em alguns cálculos, o ano passado ficou sozinho em sexto lugar.

ARTISTS OF THE WORLD IN NEW PORTUGUESE GALLERY

Analora is the latest art gallery on Rua de São Bento, in Lisbon. The space brings together unique creations, all handmade, from various international artists, with pieces by renowned names such as António Vasconcelos Lapa, Almerinda Gillet, Atelier MacQuiche, Fabienne Auzolle, Giacomo Alessi, Le Cabinet de Porcelaine and Yumé. Anne-Laure Pilet is the face of Analora. After several years of travels and discoveries, she has chosen Portugal to live and to give life to a project that has always been present in her heart: presenting artists, artisans and creators she values, who touch her and who create unique pieces full of history.

EARTH'S TEMPERATURE WAS THE SIXTH HIGHEST EVER

A survey by US space agency, NASA, and the National Oceanic and Atmospheric Administration found that the Earth's temperature in 2021 was the sixth highest in history, signalling an upward trend that has been going on since at least 2018 – and is expected to be even higher in 2022. The agency study took into account six different calculations that positioned 2021 between fifth and seventh place in the ranking of Earth's hottest temperatures ever recorded. In some calculations, last year stood alone in sixth place.



CAPACETE COREANO TRAZ CÂMARA INTEGRADA

A HJC, fabricante coreana de capacetes, lançou uma câmara integrada para estes acessórios. Embora possa não parecer grande coisa, é a primeira câmara desse tipo que oferece um encaixe perfeito em capacetes de motocicletas. A *HJC I0* elimina qualquer obstrução visual e não necessita de montagem específica ou de adesivos. Possui 512 gigabytes de armazenamento embutido, o que é mais do que suficiente para várias horas de gravações de vídeo HD. Além disso, pode tirar fotos e até mesmo fornecer streams ao vivo nas redes sociais.

KOREAN HELMET WITH INTEGRATED CAMERA

Korean helmet manufacturer HJC has launched an integrated camera for these accessories. While it may not sound like much, it is the first such camera that offers a perfect fit in motorbike helmets. The *HJC I0* eliminates any visual obstruction and requires no specific mounting or adhesives. It has 512 gigabytes of built-in storage, which is more than enough for several hours of HD video recordings. In addition, it can take photos and even provide live streams on social media.



MICHELIN APOSTA EM PNEUS SEM AR

Trocar os pneus do carro por causa de furos é um problema que pode desaparecer já em 2024. É que a Michelin planeia lançar pneus que não precisam de ar. Os *Uptis* – acrônimo em inglês para *Unique Puncture - Proof Tire System* (Sistema Único de Pneus à Prova de Furos) – foram desenvolvidos em parceria com a General Motors e passaram no teste. Em vez de ar, a banda de rodagem conecta-se à roda através de palhetas de plástico reforçadas com fibras de vidro, flexíveis o suficiente para se adaptarem a qualquer superfície. À prova de furos e amigos do ambiente, são feitos de materiais renováveis e podem ser produzidos em impressoras 3D.

MICHELIN INVESTS IN AIRLESS TYRES

Changing car tyres because of punctures is a problem that could disappear as early as 2024. Michelin is planning to launch tyres that don't need air. The *Uptis* – acronym for Unique Puncture-Proof Tire System – were developed in partnership with General Motors and have passed the test. Instead of air, the tread connects to the wheel through fibreglass-reinforced plastic vanes, flexible enough to adapt to any surface. Puncture-proof and environmentally friendly, they are made from renewable materials and can be produced on 3D printers.



MIT CRIA TECIDO QUE FUNCIONA COMO MÚSCULO

Um grupo de investigadores do MIT, da Universidade de Uppsala e do Instituto Real de Tecnologia da Suécia criou um tecido inteligente chamado *OmniFiber*, que deteta os movimentos do seu usuário e reage de várias formas, seja por meio de pressão, alongamento lateral ou vibração. O *OmniFiber* conta com um canal oco no centro, que pode ser preenchido por ar comprimido ou algum líquido e permite que o tecido se comporte como um músculo artificial, com movimentos que podem ser programados. O tecido poderá ser usado por atletas, artistas que precisem de controlar melhor a sua respiração ou por pacientes em recuperação de doenças respiratórias ou cirurgias.

MIT CREATS TISSUE THAT WORKS LIKE MUSCLE

A group of researchers from MIT, from Uppsala University and Sweden's Royal Institute of Technology have created a smart fabric called *OmniFiber*, which senses the movements of its wearer and reacts in various ways, whether through pressure, lateral stretching or vibration. The *OmniFiber* has a hollow channel in the centre, which can be filled with compressed air or a liquid and allows the fabric to behave like an artificial muscle, with programmable movements. The fabric could be used by athletes, artists who need to better control their breathing or by patients recovering from respiratory diseases or surgeries.



COLORAU DA TINTEX DESTACA-SE INTERNACIONALMENTE

O processo de tingimento natural *Colorau*, da empresa portuguesa Tintex, está a ser usado numa coleção de malhas de elevada qualidade com fios de algodão reciclado *Texloop*, resultado de uma parceria com a Circular Systems. O processo inovador substitui os corantes sintéticos por extratos naturais e combina-os com uma malha produzida em até 50% de algodão reciclado, esclareceram as marcas. O Banco Mundial estima que 17% a 20% das águas residuais industriais advêm do tingimento e acabamento de têxteis. Foram identificados cerca de 72 químicos tóxicos na água, 30 dos quais não podem ser removidos.

TINTEX'S COLORAU STANDS OUT INTERNATIONALLY

The *Colorau* natural dyeing process by Portuguese company Tintex is being used in a collection of high-quality knitwear made from *Texloop* recycled cotton yarns, the result of a partnership with Circular Systems. The innovative process replaces synthetic dyes with natural extracts and combines them with a knit produced from up to 50% recycled cotton, the brands clarified. The World Bank estimates that 17% to 20% of industrial wastewater comes from the dyeing and finishing of textiles. Some 72 toxic chemicals have been identified in the water, 30 of which cannot be removed.



COLDPLAY FAZEM TOUR MOVIDA A BATERIAS REUTILIZADAS BMW

Os Coldplay voltam este ano à estrada para a digressão mundial *Music of The Spheres* e vão fazê-lo com dois objetivos: dar grandes espetáculos e promover um espírito ecológico, elevando os padrões de sustentabilidade na indústria musical. Para isso, a digressão da banda britânica conta com uma solução energética inovadora. Toda a energia captada será armazenada num sistema desenvolvido pela BMW, que utiliza baterias recicláveis usadas nos modelos *BMW i3*. Recorde-se que estas foram as primeiras na indústria automóvel preparadas para serem reutilizadas sem necessidade de processamento adicional.

COLDPLAY GO ON TOUR POWERED BY USED BMW BATTERIES

Coldplay are back on the road this year for their *Music of The Spheres* world tour, doing it with two goals in mind: to put on huge shows and to promote a sense of ecological responsibility, raising sustainability standards within the music industry. To this end, the British band's employs an innovative energy solution. Any energy produced will be stored in a system developed by BMW, which uses recyclable batteries used in its *BMW i3* models. It should be noted that these were the first within the automotive industry made to be reused without needed any additional processing.

EMPRESAS SUL-COREANAS DISPUTAM-SE PELO APPLE CAR

O Apple Car, definitivamente um dos projetos mais ambiciosos da empresa da maçã, está alegadamente a provocar uma grande movimentação entre as empresas sul-coreanas no que diz respeito ao fornecimento de peças para o seu desenvolvimento. Supostamente, a Apple está na fase de procura de fornecedores de componentes para o seu veículo autónomo e, por isso, terá enviado uma equipa para a Coreia do Sul para se reunir com empresas, o que as levou a entrar em grande disputa entre elas para serem as selecionadas.

SOUTH KOREAN COMPANIES VIE FOR APPLE CAR

The Apple Car, definitely one of Apple's most ambitious projects, is reportedly causing quite a stir among South Korean companies when it comes to supplying parts for its development. Supposedly, Apple is in the phase of looking for component suppliers for its autonomous vehicle, so it has reportedly sent a team to South Korea to meet with companies, leading them to get into quite a furore as to who is to be selected.



TÁXI VOADOR COMEÇARÁ TESTES ESTE ANO

Stephen Fitzpatrick, presidente da Vertical Aerospace, afirmou que está perto de consolidar o seu plano de lançar um táxi voador com zero emissões de carbono, capaz de transportar quatro passageiros por uma distância de até cerca de 200 quilómetros, ainda esta década. A empresa conta com investidores como a American Airlines, a Avolon, a Honeywell, a Rolls-Royce e a Microsoft. Os voos da Vertical do aeroporto Heathrow até Londres levarão 15 minutos e custarão 50 libras (cerca de 58 euros) por passageiro. O táxi voador vai chamar-se VA-X4 e começará os voos de teste este ano.

FLYING TAXI TO START TESTS THIS YEAR

Stephen Fitzpatrick, president of Vertical Aerospace, said he is close to consolidating his plan to launch a zero-carbon flying taxi, capable of carrying four passengers for a distance of up to around 200 kilometres, within this decade. The company has investors such as American Airlines, Avolon, Honeywell, Rolls-Royce and Microsoft. Vertical's flights from Heathrow airport to London will take 15 minutes and cost £50 (about 58 Euros) per passenger. The flying taxi will be called VA-X4 and will begin test flights this year.





SKETCH



Under

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | IVAR KVAL

ENTRE MAR E TERRA

Localizado no ponto mais meridional da costa norueguesa, onde as tempestades marítimas do norte e do sul se encontram, está o Under, o primeiro restaurante subaquático da Europa. Aqui, as espécies marinhas florescem e contribuem para a abundância da biodiversidade local. O espaço projetado pelo atelier Snøhetta também funciona como um centro de pesquisa da vida marinha, prestando homenagem à fauna selvagem do mar e à costa rochosa do extremo sul da Noruega. Meia afundada no mar, a forma monolítica de 34 metros de comprimento do edifício quebra a superfície da água para descansar cinco metros abaixo do mar. A estrutura foi projetada para se integrar totalmente no ambiente marinho ao longo do tempo, pois a aspereza da concha de concreto funcionará como um recife artificial,

acolhendo lapas e algas para habitá-lo. Encostado à costa escarpada, a estrutura foi construída para resistir à pressão e ao choque das condições adversas do mar. Como um periscópio, a enorme janela do restaurante oferece uma vista do fundo do mar, permitindo apreciar a forma como ele muda ao longo das estações. O espaço acomoda 35-40 pessoas todas as noites. O foco da culinária é criar uma experiência gastronómica requintada baseada em produtos de origem local de alta qualidade, com ênfase especial na captura sustentável da vida selvagem. "Neste edifício poderá encontrar-se debaixo de água, sobre o fundo do mar, entre a terra e o mar. Isso vai oferecer-lhe novas perspetivas sobre o mundo", sugere o fundador e arquiteto da Snøhetta, Kjetil Trædal Thorsen.

BETWEEN LAND AND SEA

Located at the southernmost point of the Norwegian coast, where the northern and southern sea storms meet, is Under, Europe's first underwater restaurant. Here, marine species flourish and contribute to the abundance of the local biodiversity. Designed by Snøhetta studio the space also functions as a marine life research centre, paying homage to the wildlife of the sea and the rocky coastline of Norway's far south. Half sunk into the sea, the building's 34-metre-long monolithic form breaks the surface of the water to rest five metres below the sea. The structure was designed to fully integrate into the marine environment over time, with the roughness of the concrete shell acting as an artificial reef, welcoming limpets and algae to inhabit it. Set against the rugged coastline, the structure

has been built to withstand the pressure and impact of harsh sea conditions. Like an inverted periscope, the restaurant's huge window offers a view of the sea floor, allowing guests to appreciate the way it changes throughout the seasons. The space accommodates 35-40 people every night. The culinary focus is to create an exquisite dining experience based on high quality locally sourced produce, with a special emphasis on sustainable wildlife capture. "In this building you can find yourself underwater, on the seabed, between land and sea. This will offer you new perspectives on the world," suggests Snøhetta's founder and architect, Kjetil Trædal Thorsen.

WWW.SNOHETTA.COM





Urban Forest

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | BINYAN STUDIO

O EDIFÍCIO MAIS VERDE DA AUSTRÁLIA

Urban Forest será o prédio mais verde da Austrália, um edifício Carbono Neutro de 30 andares coberto por mil árvores e 20 mil plantas, projetado para a cidade de Brisbane, pelo *atelier* de arquitetura Koichi Takada. Com quase 400 apartamentos, um jardim na cobertura de dois andares e um parque público térreo, este edifício assemelha-se a um contemporâneo Jardim do Éden. A fachada viva da estrutura abrange 292% de cobertura do local, acen-tuando os milhares de árvores e plantas de mais de 250 espécies nativas. Através da elevação do pódio da torre, o rés do chão re-tribui para a comunidade na forma de parques circundantes. Um centro de informação será incluído no parque para os visitantes aprenderem sobre o projeto de construção e a biodiversidade. Os arquitetos da Koichi Takada projetaram o arranha-céus de forma escalonada, de modo que cada apartamento tenha sua varanda, o seu próprio Éden.

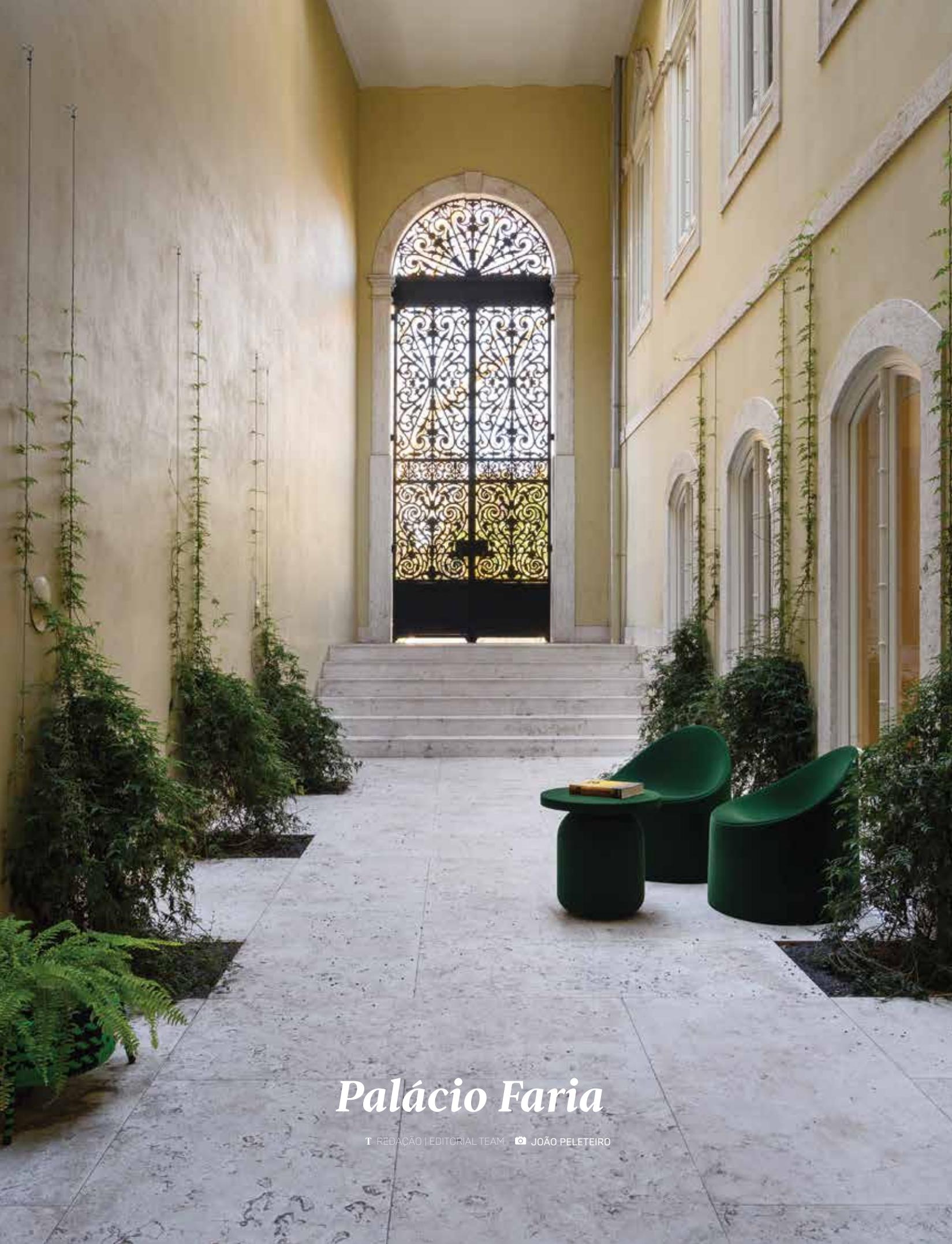
A sustentabilidade é um fator ativo alcançado através dos jardins verticais que proporcionam sombra natural, isolamento térmico e solar. Espaços públicos e privados para os residentes, como um jardim de bem-estar e uma piscina comum, têm o objetivo de in-cutir nos moradores um profundo senso de comunidade e enco-rajar uma interação social saudável, que é tipicamente ignorada nas residências em arranha-céus.

AUSTRALIA'S GREENEST BUILDING

Urban Forest will be Australia's greenest building, a 30-floor carbon neutral building covered by 1,000 trees and 20,000 plants, designed for the city of Brisbane by architecture studio Koichi Takada. With almost 400 apartments, a two-level rooftop garden and a public park on the ground level, this building resembles a contemporary Garden of Eden. The structure's living façade attains 292% of the site's coverage, accenting thousands of trees and plants from over 250 native species. Through raising the podium of the tower, the ground floor gives back to the community in the form of surrounding parks. There will be an information centre included in the park in order for visitors to learn about the construction project and biodiversity. Architects of Koichi Takada designed the skyscraper in a staggered arrangement so that each apartment has its own balcony, its own Eden. Sustainability is an active factor achieved through vertical gardens that provide natural shade, thermal and solar insulation. Public and private spaces for residents, such as a wellness garden and a communal swimming pool, are intended to instil a deep sense of community in the residents and encourage healthy social interaction that is typically ignored in high-rise residences.

WWW.KOICHTAKADA.COM





Palácio Faria

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | JOÃO PELETEIRO

HISTÓRIA, CONFORTO E SOFISTICAÇÃO

Com um posicionamento *premium*, o Palácio Faria foi pensado para ir ao encontro de um estilo de vida único num dos bairros mais nobres e emblemáticos da cidade de Lisboa, o Príncipe Real que, devido à sua localização, oferece vistas fantásticas sobre o Rio Tejo e um jardim centenário. Destaca-se pela imponência da sua fachada, no lado sul, que retrata bem o gosto faustoso da sua original proprietária, D. Maria Rosa de Faria, que o construiu no final do séc. XIX. Este é o primeiro projeto de reabilitação urbana integral de habitação concluído pela EastBanc Portugal, uma empresa de promoção e gestão imobiliária, especializada na aquisição, remodelação e gestão de ativos imobiliários, em particular na área da revitalização urbana, que há mais de 20 anos aposta nesta zona da capital.

HISTORY, COMFORT AND SOPHISTICATION

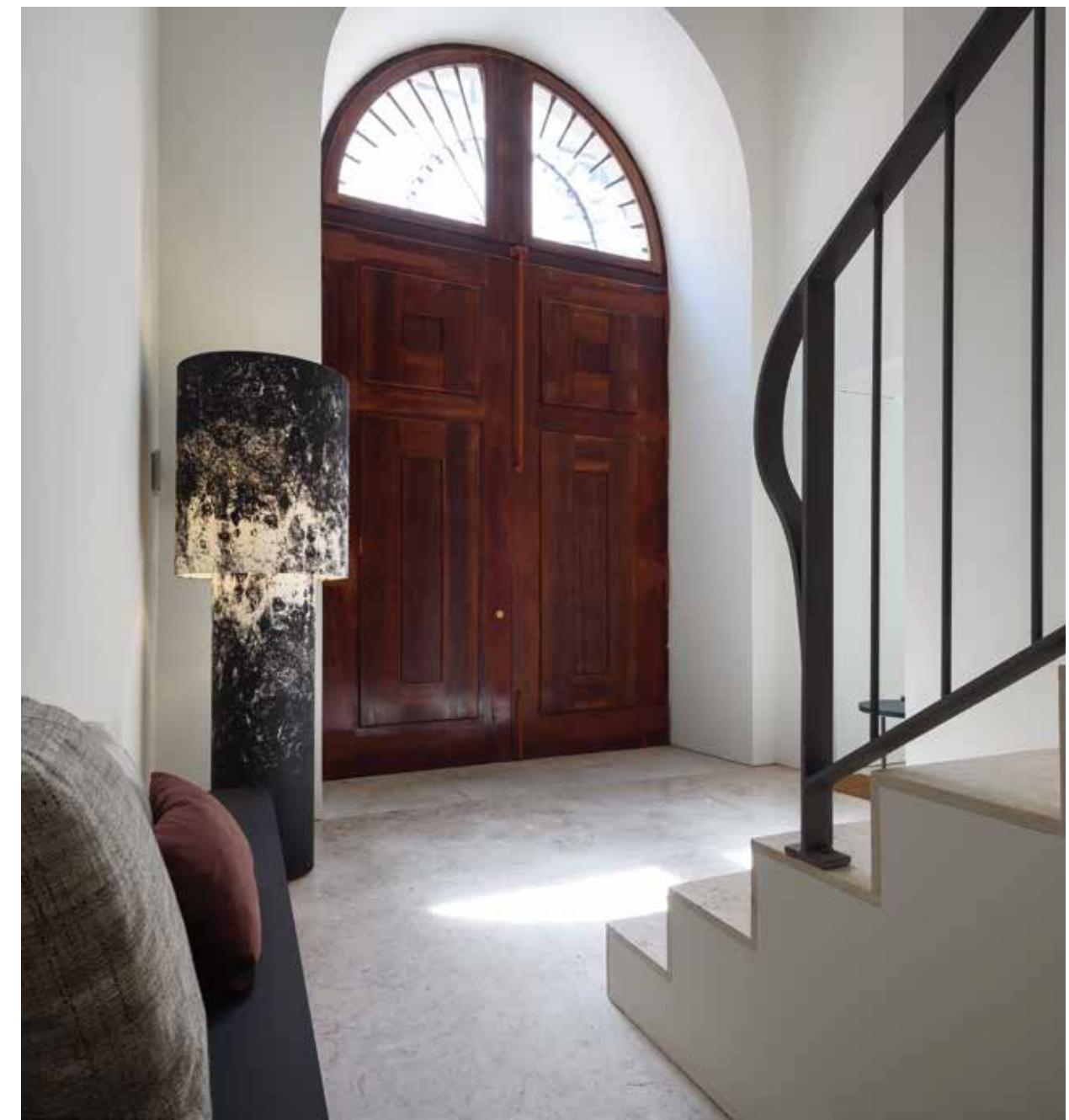
With a premium positioning, the Palácio Faria has been designed to attend to a unique lifestyle in Príncipe Real, one of Lisbon's noblest and most iconic neighbourhoods, which, due to its location, offers fantastic views over the Tagus's River and a century-old garden. It stands out for the grandeur of its façade, on the south side, which successfully portrays the lavish taste of its original owner, D. Maria Rosa de Faria, who built it at the end of the 19th century. This is the first full residential urban renovation project completed by EastBanc Portugal, a real estate development and management company, specialised in the acquisition, remodelling and management of real estate assets, particularly in the field of urban regeneration, which has been investing for over 20 years in this area of the capital.





Composto por seis apartamentos (T3 a T5+), com áreas entre 220 e 400 m² de área bruta, entrada a ser feita pelo Jardim do Príncipe Real, o empreendimento tem ainda uma garagem, com 14 lugares de estacionamento, varandas, terraços ou jardins. Os apartamentos conjugam, de forma harmoniosa, história, conforto, sofisticação e intemporalidade. Da autoria do arquiteto Eduardo Souto de Moura, este projeto focou-se em devolver ao edifício a sua dignidade original. De um valor arquitetónico elevado, a intervenção feita teve em atenção

Consisting of six apartments (3- to 5+1-bedroom), with gross areas between 220 and 400 sqm, the entrance through the Príncipe Real Garden, the development also has a garage with 14 parking spaces, as well as balconies, terraces or gardens. The apartments harmoniously combine history, comfort, sophistication and timelessness. Designed by architect Eduardo Souto de Moura, this project has focused on returning its original dignity to the building. Of high architectural value, the interventions made took into account the respect for the building's morphology and all the



o respeito pela morfologia do edifício e todas as características arquitetónicas do Palácio, o que constituiu um investimento significativo para conseguir cumprir ao máximo os elevados critérios de reabilitação. Talvez por isso, tenha sido o grande vencedor da categoria de melhor reabilitação residencial do Prémio Nacional de Reabilitação Urbana 2020, assim como nos Prémios Construir 2020. Nas palavras de Souto de Moura, "o Palácio Faria representa um elemento afetivo de um coletivo que é a cidade".

palace's architectural features, which meant a significant investment in order to achieve maximum respect for the high renovation criteria. This may be why it was the big winner in the best residential renovation category of the *Prémio Nacional de Reabilitação Urbana 2020* – the *National Award of Urban Renovation 2020* –, as well as at the *Prémios Construir 2020* construction awards. In the words of Souto de Moura, "the Palácio Faria represents an emotional element of a collective that is the city".

www.EASTBANC.PT



Moradia Mangualde

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

DISSIMULADA NA ENVOLVENTE

A Traçado Regulador, gabinete português dedicado ao desenvolvimento de projetos e à consultoria em arquitetura e engenharia, projetou uma moradia térrea em Viseu, que se pauta pela particularidade de poder ser utilizada como uma só casa ou como duas habitações autónomas. Pensada para um único piso e inserida num terreno com 3700 m² e com 525 m² de área bruta de construção, destaca-se pelos seus vãos enviraçados até ao teto, que permitem uma forte relação com o exterior, a partir do interior. Uma linguagem contemporânea com um criterioso jogo de transparências, cheios e vazios, luz e sombra, dá corpo a um vasto programa funcional com áreas generosas. Com classificação A+, o novo projeto é dotado de produção de energia fotovoltaica para autoconsumo e sistemas energéticos pensados para uma gestão racional. Todas as águas pluviais e drenadas no solo, em torno do edifício, são canalizadas para um depósito e aproveitadas na rega do jardim. Situada no concelho de Mangualde, a casa dissimula-se na envolvente, com o bónus de ter uma vista deslumbrante sobre a paisagem natural circundante.

HIDDEN IN THE SURROUNDINGS

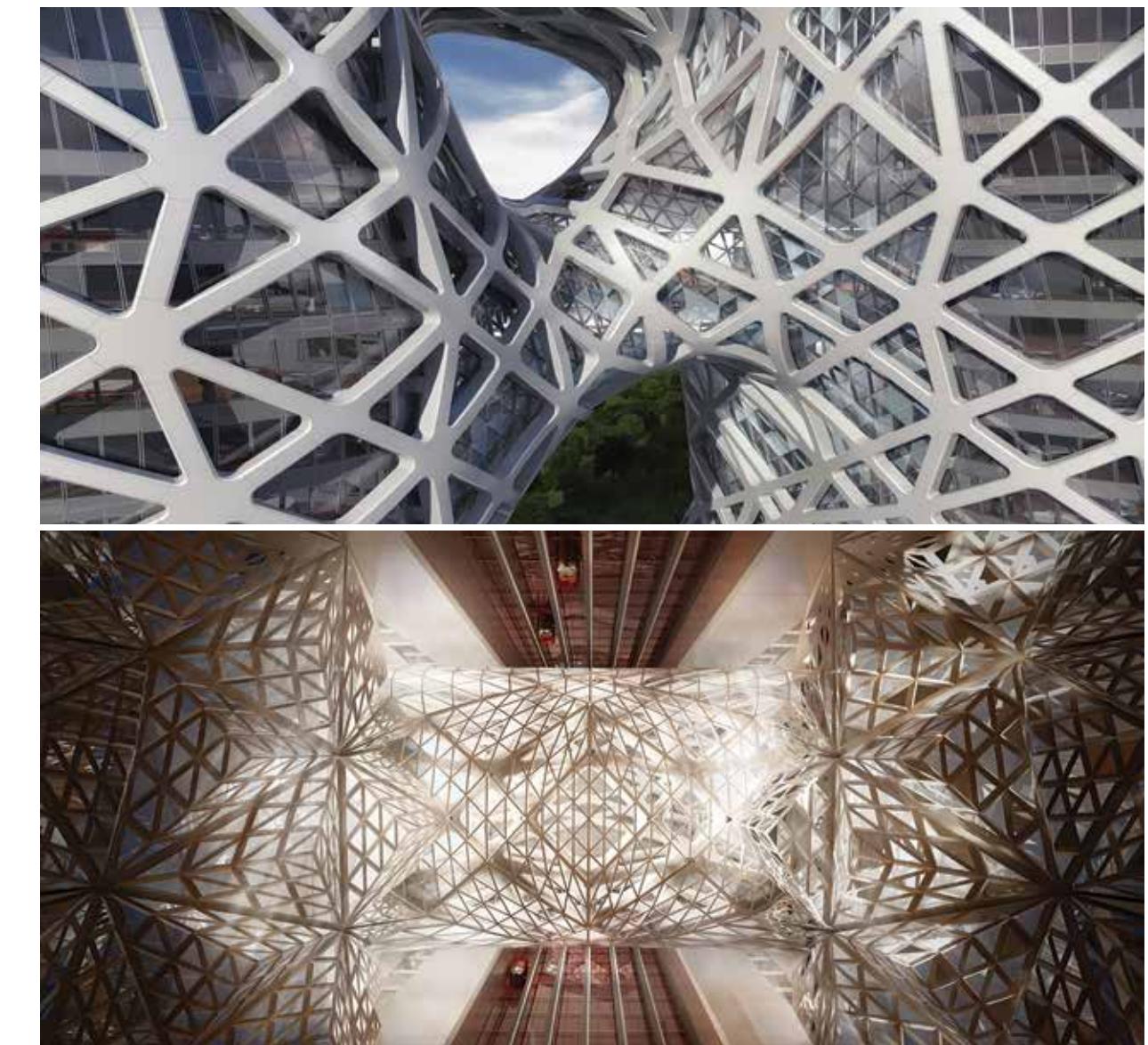
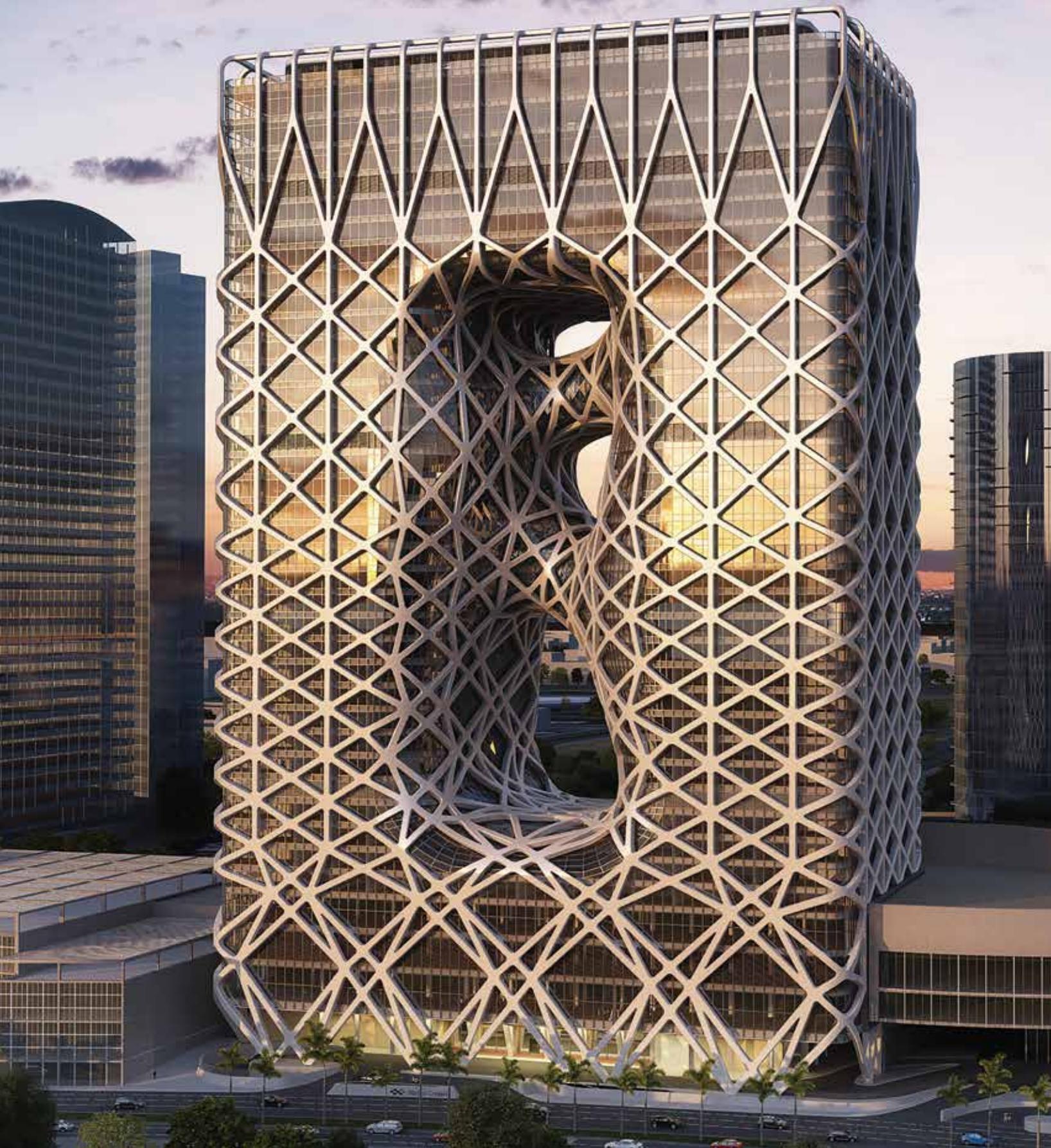
Portuguese architecture firm Traçado Regulador, dedicated to the development of projects and consulting in architecture and engineering, has designed a single-storey house in Viseu, which hinges on the trait that it can be used as a single house or as two autonomous dwellings. Designed as a single storey building and set on a plot with 3,700 sqm, with 525 sqm of gross construction area, the house stands out for its glazed floor to ceiling openings, which enable a powerful relationship with the outside, from the inside. A contemporary language, with a careful interplay of transparency, solids and voids, light and shadow, gives substance to a vast functional programme with generous areas. With an A+ rating, the new project is equipped with off-grid photovoltaic energy production and energy systems designed for rational management. All rainwater and drainage water from the ground around the building is channelled to a tank and used for watering the garden. Located in the municipality of Mangualde, the house blends into its surroundings, with the bonus of having a breath-taking view over the surrounding natural landscape.

WWW.TRACADO.PT



City of Dreams Hotel Tower

T FILOMENA ABREU © ZAHA HADID ARCHITECTS



FUTURISTA E FASCINANTE

É um dos mais fantásticos projetos dos aclamados Zaha Hadid Architects. O City of Dreams Hotel Tower é a quinta torre do complexo City of Dreams em Cotai, Macau, e segue a linha futurista dos seus mentores, encaixando como uma luva no conhecido *resort* de jogos e entretenimento asiático. Com 40 andares e uma área bruta de 150 mil metros quadrados, a torre abriga aproximadamente 780 quartos, suítes e vilas com vista para o céu. A engenharia brilhante e a fachada estrutural criaram uma oportunidade, de, literalmente, colocar um buraco na torre e, em seguida, conectar as duas partes com pontes aéreas.

FUTURISTIC AND FASCINATING

One of the most fantastic designs to come out of acclaimed Zaha Hadid Architects, the City of Dreams Hotel Tower is the fifth tower in the City of Dreams complex in Cotai, Macau, and follows the futuristic line of its mentors, fitting like a glove into the well-known Asian gaming and entertainment resort. With 40 floors and a gross floor area of 150,000 square metres, the tower houses approximately 780 rooms, suites and villas with sky views. The brilliant engineering and structural façade created an opportunity to literally punch a hole in the tower and then connect the two parts with sky bridges.

WWW.ZAHA-HADID.COM



Silver Pine

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | SERGEY ANANIEV

PARA VERÕES QUENTES E INVERNOS RUSSOS

O estúdio sul-africano SAOTA concluiu o seu primeiro projeto na Rússia ao entregar o Silver Pine, uma residência luxuosa em Moscovo. Desenhada em colaboração com a ARRCC, a Max Kasymov e a OKHA, o projeto responde à sua configuração incomum dentro de um manto de pinheiros, numa ilha no rio Moskva.

O conceito de *design* gira em torno de contrastes. A elevação voltada para a rua é pesada e protetora, sobressaindo o caráter arquitetônico monólítico de Moscovo, enquanto fornece abrigo contra verões quentes e invernos frios, que podem variar 70 graus entre as estações, convidando os residentes a entrar com um brilho aconchegante e deslumbrando com interiores opulentos.

Em contraste com a pesada fachada está o alçado posterior do jardim, que é leve e moderno e até parece estender-se na paisagem. Os vidros do chão ao teto trazem luz natural durante todo o ano, enquanto os terraços e varandas generosas facilitam a vida ao ar livre durante os meses mais quentes.

Assim, o caráter público da casa proporciona uma interpretação contemporânea do caráter arquitetônico da cidade.

A experiência geral sugere que a SAOTA mediou uma nova relação entre a arquitetura doméstica russa e a sua paisagem e clima.

FOR WARM SUMMERS AND RUSSIAN WINTERS

South African studio SAOTA has completed its first project in Russia by handing over Silver Pine, a luxury residence in Moscow, designed in collaboration with ARRCC, Max Kasymov and OKHA, the project responds to its unusual setting within a swathe of pine trees on an island on the Moskva River.

The design concept revolves around contrasts. The street-facing elevation is heavy and protective, underscoring Moscow's monolithic architectural character, while providing shelter from hot summers and cold winters that can vary 70 degrees between seasons, inviting residents indoors with a cosy glow and dazzling opulent interiors. The rear elevation of the garden, which is

light and modern, works in contrast to the heavy façade, and even seems to extend into the landscape. Floor-to-ceiling glazing brings in natural light all year round, while generous terraces and balconies facilitate outdoor living during the warmer months.

As such, the public character of the house provides a contemporary interpretation of the city's architectural character.

The overall experience suggests that SAOTA has facilitated a new relationship between Russian domestic architecture and its landscape and climate.

www.saota.com



Beloëil Aquatics Centre

T FILOMENA ABREU © DAVID BOYER PHOTOGRAPHER

DECLARAÇÃO PODEROSA COM RECURSOS MODESTOS

A arquitetura e o *design* de interiores do escritório Lemay para um moderno centro aquático na cidade de Beloeil, em Montreal [Canadá], provaram que um projeto criterioso pode elevar obras com orçamentos modestos a integrar-se perfeitamente nas suas paisagens. O conceito baseia-se na fusão de duas geometrias distintas e complementares: uma caixa de vidro translúcida e luminosa sobre uma base sólida preta. Combinando opacidade e transparência, personifica o contraste entre as terras agrícolas e a claridade do céu que caracteriza a região. Uma resposta arquitetónica forte, mas sensível.

POWERFUL STATEMENT WITH MODEST RESOURCES

The architecture and interior design developed by design practice Lemay for a modern aquatic centre in the city of Beloeil, in Montreal [Canada], go to prove that careful design can elevate works with modest budgets to fit perfectly into their landscape. The concept is based on the fusion of two distinct and complementary geometries: a translucent and bright glass box on a solid black base. Combining opacity and transparency, it embodies the contrast between farmland and the clarity of the sky that characterises the region. A powerful yet sensitive architectural response.

WWW.LEMAY.COM





Casa Azul

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

ELEVAR A SUSTENTABILIDADE A OUTRO NÍVEL

Este projeto envolveu a renovação de uma casa típica algarvia e também a sua extensão para a transformar numa moradia familiar contemporânea. Mas não foi uma reforma comum. Os mais de 5.230 m² de terreno ao redor da casa são povoados com antigas oliveiras, amendoeiras e laranjeiras, e mantê-las era imprescindível. Por isso, todo o desenho começou a gravitar em torno delas, garantindo que nenhuma precisaria de ser movida, nem cortada, já que seriam um importante contributo para o desempenho energético da casa. Depois, começou a pensar-se na forma do novo

RAISING SUSTAINABILITY TO ANOTHER LEVEL

This project involved renovating a traditional Algarve house and at the same time extending it to turn it into a contemporary family villa. But this was no ordinary renovation. The more than 5,230 square metres of land around the house are dotted with ancient olive, almond and orange trees, and keeping them was a must. So, the entire design began to gravitate around them, ensuring that none of them would need to be moved, or cut down, as they would make an important contribution to the house's energy performance. Then it was time to think about the form of the new building, which came about from bioclimatic

edifício, que surgiu a partir de levantamentos bioclimáticos e topográficos. A fachada norte foi fechada, para impedir a entrada de ventos frios, e toda a casa se abriu em leque para o sul, com vista para o mar, absorvendo a luz solar. O respeito pela natureza e a preocupação pela eficiência energética também estiveram na base da escolha dos materiais. Por isso, o projeto do *atelier CORE-Architects* usou elementos de construção naturais, como madeira e telhado verde, ajudando o edifício a misturar-se com o ambiente e reduzindo o impacto químico e a pegada de carbono. Os mesmos materiais da casa

and topographic surveys. The north façade was closed to prevent the entry of cold winds, and the whole house was opened up to the south, overlooking the sea and absorbing the sunlight. Respect for nature and concern for energy efficiency also underpinned the choice of materials. As such, the project by *CORE-Architects* studio used natural building elements, such as wood and a green roof, helping the building blend in with the environment and reducing the chemical impact and carbon footprint. The same ones from the original house (such as natural stone, wood, clay and red bricks) connected the two

La Redoute
FOR BUSINESS

original (como a pedra natural, madeira, barro e tijolos de burro) conectaram as duas linguagens arquitetônicas opostas, a de uma casa misturada com a natureza e a da nova, com um *design* futurista. Curiosamente, todos eles acabam por funcionar como um regulador climático. Através destes e de muitos outros aspectos percebe-se que os princípios PASSIVHAUS foram aplicados nesta moradia, resultando numa casa ecológica, confortável e com elevada eficiência energética.

opposing architectural languages, that of a house blended with nature and the new one with a futuristic design. Interestingly enough they all end up functioning as a climate regulator. Through these and many other aspects one can see that the PASSIVHAUS principles have been applied in this house, resulting in an ecological, comfortable and energy efficient house.

WWW.CORE-ARCHITECTS.COM



Sustentabilidade não é uma *moda*...
É um *modo* de vida!



**AM
PM**

Artigos à venda em laredoute.pt
A AM.PM é uma marca La Redoute



Consulte-nos para orçamentos personalizados para profissionais.

Descubra a nossa política de sustentabilidade e responsabilidade social.



House On Hillside

■ FILOMENA ABREU © BRUCE DAMONTE PHOTOGRAPHY

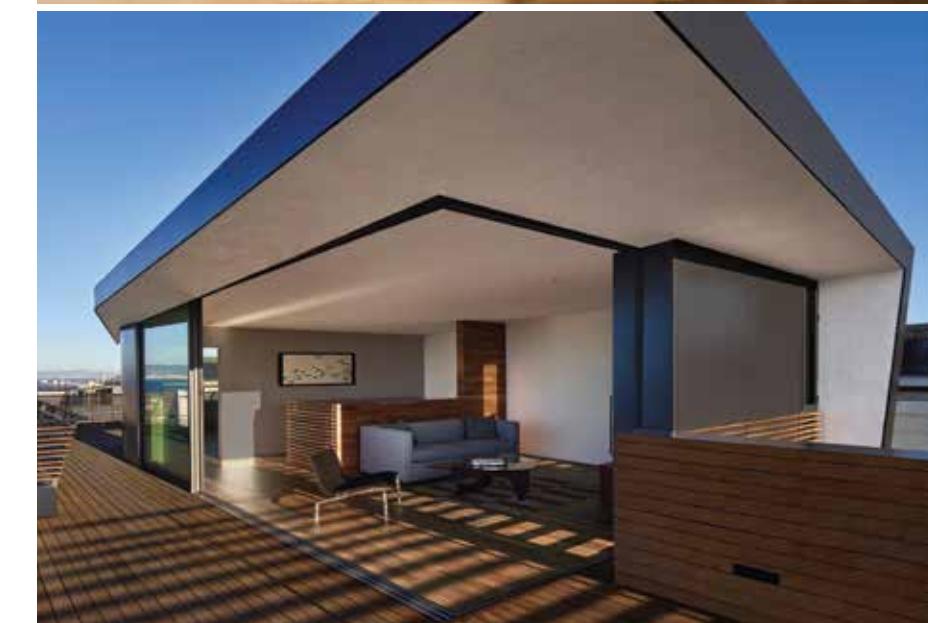
VISTAS E ABUNDÂNCIA DE LUZ

No alto da encosta norte da Colina Potrero, em São Francisco, na Califórnia, foi projetado, pelo escritório Terry & Terry Architecture, um edifício que permite a abundância de luz natural e vistas soberbas sobre a cidade e a baía. O local é um lote estreito típico da zona. Já o conceito de *design* é único. A planta da sala flutua acima do nível de entrada do térreo, com volumes de vidro que fluem para fora e ao redor da coluna principal de concreto. Os espaços comuns, incluindo a cozinha e a sala de jantar, estendem-se para o *deck* posterior virado a poente, ligando-os ao jardim através de uma escada exterior.

VIEWS AND AN ABUNDANCE OF LIGHT

High on the northern slope of Potrero Hill, in San Francisco, California, a building that allows an abundance of natural light and superb views over the city and the bay has been designed by Terry & Terry Architecture. The site is a narrow plot, typical of the area. The design concept alone is unique. The living room floorplan floats above the ground floor entrance level, with glass volumes flowing outwards and around the main concrete column. The communal spaces, including the kitchen and dining room, extend onto the rear west-facing deck, connecting them to the garden via an external staircase.

WWW.TERRYANDTERRYARCHITECTURE.COM



Mitchell Family House

T FILOMENA ABREU M MAXIME BROUILLET; ADRIEN WILLIAMS





UMA INOVADORA RESIDÊNCIA PARA ESTUDANTES

O escritório de arquitetura ARCHITEM Wolff Shapiro Kuskowski projetou uma residência inovadora para jovens estudantes na Bishop's College School [BCS], perto de Sherbrooke, no Quêbec. O novo prédio, chamado Mitchell Family House, tem vista para o campus de 100 anos, nas margens do Rio St. Francis. O BCS é um internato particular para 270 alunos de 37 países. A sustentabilidade foi um tema central do projeto. Por isso, possui sistemas mecânicos altamente eficientes e janelas de vidros triplos, bem como painéis de parede pré-fabricados isolados no exterior. A residência está conectada ao sistema geotérmico central do campus para as necessidades de aquecimento e arrefecimento do edifício. Foi dada especial atenção à gestão da água no local, devido ao telhado íngreme do edifício. À medida que atinge o solo, a água da chuva é canalizada para duas bacias de retenção para evitar que alcance as áreas de floresta natural. O escoamento superficial também é transportado para as bacias para proteger a margem do Rio St. Francis da erosão. O local passou ainda por um processo de "renaturalização", com a reintrodução de árvores nativas, samambaias e arbustos, para se confundir com o ambiente natural.

AN INNOVATIVE STUDENT RESIDENCE

ARCHITEM architecture firm Wolff Shapiro Kuskowski has designed an innovative residence for school students at Bishop's College School [BCS], near Sherbrooke, Quebec. The new building, called Mitchell Family House, overlooks the 100-year-old campus on the banks of the St. Francis River. BCS is a private boarding school for 270 students from 37 countries. Sustainability was a central theme of the project. It therefore features highly efficient mechanical systems and triple-glazed windows, as well as prefabricated insulated wall panels on the outside. The residence is connected to the campus' central geothermal system for the building's heating and cooling needs. Special attention has been paid to water management on the site thanks to the building's steep roof. As it reaches the ground, rainwater is channelled into two retention basins to prevent it from reaching the natural forest areas. Surface runoff is also conveyed into the basins to protect the bank of the St. Francis River from erosion. The site has also undergone a "re-naturalisation" process, with the reintroduction of native trees, ferns and shrubs to blend in with the natural environment.

WWW.ARCHITEM.CA



Steelform

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | IVO TAVARES STUDIO



UNIDADE FABRIL COM NOVA CARA

O projeto assinado pelo Atelier d'Arquitectura J. A. Lopes da Costa consistiu na ampliação da unidade fabril existente em São Roque, para poente e sul, com a construção de um novo pavilhão e de um edifício administrativo. A área acompanha o novo arruamento proposto dando origem a um edifício curvo em betão, marcado por perfis verticais em alumínio. O corredor a nascente faz a articulação com a zona administrativa do edifício existente. Com uma forte componente plástica, numa associação à indústria dos moldes, procurou, através da sua linguagem, transmitir um conceito de contemporaneidade, associando, ao mesmo tempo, a marca da empresa.

FACTORY WITH A NEW LOOK

The project developed by Atelier d'Arquitectura J. A. Lopes da Costa consists in extending the existing factory in São Roque, to the west and south, with the construction of a new pavilion and an administrative building. The area follows the proposed new street layout, giving rise to a curved concrete building, marked by vertical aluminium profiles. The corridor to the east creates the connection with the administrative area of the existing building. With a powerful plastic component, in an association with the mould manufacturing industry, it strives, through its language, to transmit a concept of contemporaneity, while at the same time associating the company's brand.

WWW.LOPESDACOSTA.PT





José Carlos Nunes de Oliveira

ARQUITETO E FUNDADOR DA NOARQ
ARCHITECT AND FOUNDER OF NOARQ

O
OPINIÃO / OPINION

A insustentabilidade da leveza do ser

Irá durar muitos anos o aprumo da obra incompleta que é a construção do mundo. O projeto é antigo, tem boas ideias, mas cheio de disfunções e desequilíbrios, de tão ambicioso que é. De momento, é urgente a correção do projeto de estabilidade desta marquise em balanço a que chamamos mundo moderno. O desequilíbrio estrutural está a provocar o desastre ecológico.

Talvez nunca, ao longo da história humana, tenhamos estado conciliados com a vida, contrariamente à pacífica narrativa de algum ambientalismo populista que propõe, quase simplesmente, um regresso às origens. Quais origens? Que momento da história fixamos? Em que milénio fomos sustentáveis? Antes ou depois da escrita? E se fomos, foi à custa de quê? Recordem-se as pinturas rupestres para percebermos quantas espécies exterminamos. Se, na Idade Média, o carbono não era um problema, era a falta de cuidados de saúde. As pestes quase dizimaram a população europeia. A história humana é também a história da guerra, da miséria, da ignorância e da falta de direitos humanos.

The unsustainability of the lightness of being

It will take many years to put together the incomplete work that is the construction of the world. The project is old, it has good ideas, but it is full of dysfunctions and imbalances, because it is so ambitious. At the moment, it is urgent to correct the stability design of this cantilevered marquee that we call the modern world. The structural imbalance is causing ecological disaster.

Perhaps we have never been reconciled with life in the course of human history, contrary to the peaceful narrative of some populist environmentalism that proposes, almost simply, a return to origins. What origins? What moment in history do we set? In what millennium were we sustainable? Before or after writing? And if we were, what was the price?

Think of the cave paintings to understand how many species we exterminated. If carbon was not a problem in the Middle Ages, then lack of health care was. Plagues nearly decimated the European population. Human history is also the history of war, of misery, of ignorance and of the lack of human rights. The process of the

processo de colonização da América assolou as civilizações originais. A ganância subjugou milhões à seca e a pobreza extrema em África... Agora, mais do que nunca, reclama-se por todo o mundo, o planeta está em risco. Errado!

Quem está em risco é a espécie humana, como de resto estão as formas de vida que (apenas) conhecemos! Assim sendo, e admitindo que não conseguimos reparar a construção do mundo, com a urgência necessária para manter o equilíbrio ecológico da vida na Terra, tal qual a fixamos como ideal (talvez um dos erros em que assenta a proposição do problema, porque o sistema é dinâmico e, portanto, variável) e sem diminuirmos a qualidade de vida que atingimos, é dever de cada um rever hábitos na sua vida pessoal e profissional. O problema da sustentabilidade não poderá ser resolvido à custa da exclusão e/ou redução a fórmulas simples. A complexíssima construção do mundo só será possível acelerando o desenvolvimento humano, a ciência e a tecnologia, sem esquecer as lições da História.

NAUTICAMPO

16 | 20 FEV.
2022

SALÃO INTERNACIONAL
DE NAVEGAÇÃO DE RECREIO,
DESPORTO AVENTURA,
CARAVANISMO E PISCINAS.

FIL - Parque das Nações



ORGANIZAÇÃO



MEMBRO



nauticampo.fil.pt
[#salaonauticampo](#)

talking to:

MIGUEL CÂNCIO MARTINS

T FILOMENA ABREU | 1, 3 NUNO ALMENDRA; 2, 4 - 6 DIREITOS RESERVADOS
| RIGHTS RESERVED



“Se cada um fizer uma parte, isso terá impacto no clima”

O menino atento, curioso, que gostava de desenhar casas e cidades, é hoje um dos arquitetos e designers de interiores mais reconhecidos do seu tempo, a nível nacional e internacional. Miguel Câncio Martins soube sempre casar exigência consigo próprio com respeito pelos clientes e pela envolvente dos seus projetos. O homem que idealizou o aclamado Hotel Quinta da Comporta ainda não pôs de lado o sonho de ser o maestro que vai guiar uma das regiões mais atrativas do país pelo caminho da sustentabilidade e do respeito pela população e pelo ambiente. Enquanto luta por isso, não desiste de fazer tudo o que está ao seu alcance para melhorar o mundo com os seus projetos. Seja um bar, um hotel, um casino, uma casa. Com ele, tem uma equipa que rema na mesma direção. Além de extremamente afável, Miguel Câncio Martins não padece de falta de humildade. Reconhece-se um grande homem, quando os seus olhos brilham no momento de regressar ao instante em que tudo começou.

“If everyone were to do their bit, this will have an impact on the climate”

The attentive, curious boy, who liked drawing houses and cities, is today one of the best-known recognised architects and interior designers of his time, nationally and internationally. Miguel Câncio Martins has always known how to blend his own very high standards with respect for his clients and the environment of his projects. The man who designed the acclaimed Hotel Quinta da Comporta has still not given up his dream of being the maestro who will lead one of the most attractive regions in the country down the path of sustainability and respect for the population and the environment. While he strives for this, he sticks rigidly to doing everything in his power to improve the world with his projects. Be it a bar, a hotel, a casino, a house. With him, his team, all rowing in the same direction. In addition to being extremely easy-going, Miguel Câncio Martins is not short on humility. You can tell he's a great man when his eyes light up when he returns to the moment it all began.

Sempre soube que queria ser arquiteto ou designer de interiores? Quando e como é que isso se começa a desenhar na sua vida?
Acho que começou quando eu era criança. O meu pai era arquiteto, mas deixou de exercer bastante cedo. E, ao princípio, eu dizia, que também queria ser. A verdade é que gostava bastante de desenhar, sempre desenhei cidades e casas e, por isso, sempre gostei de arquitetura e sempre tive um bom sentido de observação, além de ser muito curioso. Portanto, achei que a minha vocação era essa. Depois, queria participar e deixar a minha pegadazinha neste mundo. E, realmente, este é um trabalho onde se realizam coisas. É um grande estímulo quando se consegue realizar bem os projetos, é como ter uma recompensa, fica-se feliz. Fica-se orgulhoso.

Estudou em Bruxelas e começou por trabalhar em Paris. Como é que estas experiências acontecem?

É uma daquelas coisas com que se resmunga em criança, mas depois, quando se tem esta formação e esta bagagem, fica-se contente. Comecei por estudar na escola alemã em Lisboa até que fui, com 15 anos, para Paris, porque o meu pai foi trabalhar para a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE). Ficámos lá seis anos. Posteriormente, rumamos a Bruxelas, porque ele começou a trabalhar na adesão de Portugal à Comunidade Europeia. E como acompanhei os meus pais, acabei por estudar Arquitetura em Bruxelas. Quando acabei o curso, decidi regressar a Paris para iniciar a minha carreira, porque era onde eu tinha mais ligações, mais contactos, e onde eu gostava de viver. Voltei sozinho e fiquei lá sete largos anos a trabalhar. Tive a sorte de me darem logo um bar para fazer, e foi um sucesso. A seguir, foi uma bola de neve – quando alguém tem sucesso numa coisa, chamam-no logo para outra e para outra e para outra. De um momento para o outro, dei-me de estar sozinho a trabalhar na sala de jantar de casa e passei a ter um escritório, duas ou três pessoas a trabalhar comigo, uma assistente... Foi tudo relativamente rápido.

E a dada altura, acaba por querer voltar a Portugal. O que aconteceu?

Eu já estava a fazer vários projetos importantes em Portugal. Em 2015, havia muitas oportunidades em Portugal e como achei que a minha vida precisava de uma mudança, mudei. Na altura, tinha 14 pessoas a trabalhar comigo, um escritório, os projetos caíram uns atrás dos outros, mas não era bem isso que eu queria. Queria era fazer mais projetos pessoais, sobretudo o Hotel da

Quinta da Comporta. Já tinha falado em tempos (nos anos 90) com a família Espírito Santo para lhes dizer que queria construir ali um hotel (aquele era deles), mas, na altura, não foi para a frente. Mais tarde, com a crise surgiu uma oportunidade de comprar o terreno e finalmente realizar este hotel dos meus sonhos. Já pensava naquilo há 25 anos.

“O que eu gostaria mesmo de dirigir é aquela zona da Comporta”

E a partir de Portugal, continua essa vertente de ser um arquiteto internacional. Se hoje conseguisse colocar no pódio os seus projetos, quais seriam os três que mais lhe encheram a alma?

Fiz vários que me agradaram. Mas na vida, quando nos pedem para escolher três, escolhemos três (risos). O Buddha bar, em Paris, é de certeza o projeto mais emblemático, e mudou bastante coisas no setor da restauração e da decoração. Portanto, tenho muito orgulho no sucesso deste projeto (de 1996), que continua a ser uma referência ao fim destes anos todos. Por isso, é o projeto número um. O número dois é o Hotel Quinta da Comporta, em Portugal, porque foi um projeto em que tratámos de tudo, desde a arquitetura à decoração, passando pelo paisagismo. Estive envolvido em tudo e ainda estou. E agora, para além da arquitetura/decoração, jardinagem ou manutenção, estou envolvido na organização e na própria gestão do hotel. É um hotel bastante emblemático e está a ter bastante impacto a nível internacional. Estou orgulhoso porque começa a ter o seu lugar entre os melhores hotéis internacionais. O terceiro projeto eu diria que é o Raffles Bar & Billiard num emblemático hotel colonial em Singapura. Na altura fiz o Bar & Billiard num local onde, ao que parece, os caçadores tinham morto um tigre, expondo-o em cima da mesa do bilhar. Gostei muito de ter feito parte deste projeto histórico.

Se tivesse de se autocaracterizar enquanto arquiteto, que palavra usaria?

Chato?! (risos) Exigente, acho que seria a mais adequada. Exigente com os outros, mas exigente comigo também, porque primeiro temos de ser exigentes connosco próprios para depois o podermos ser com os outros.

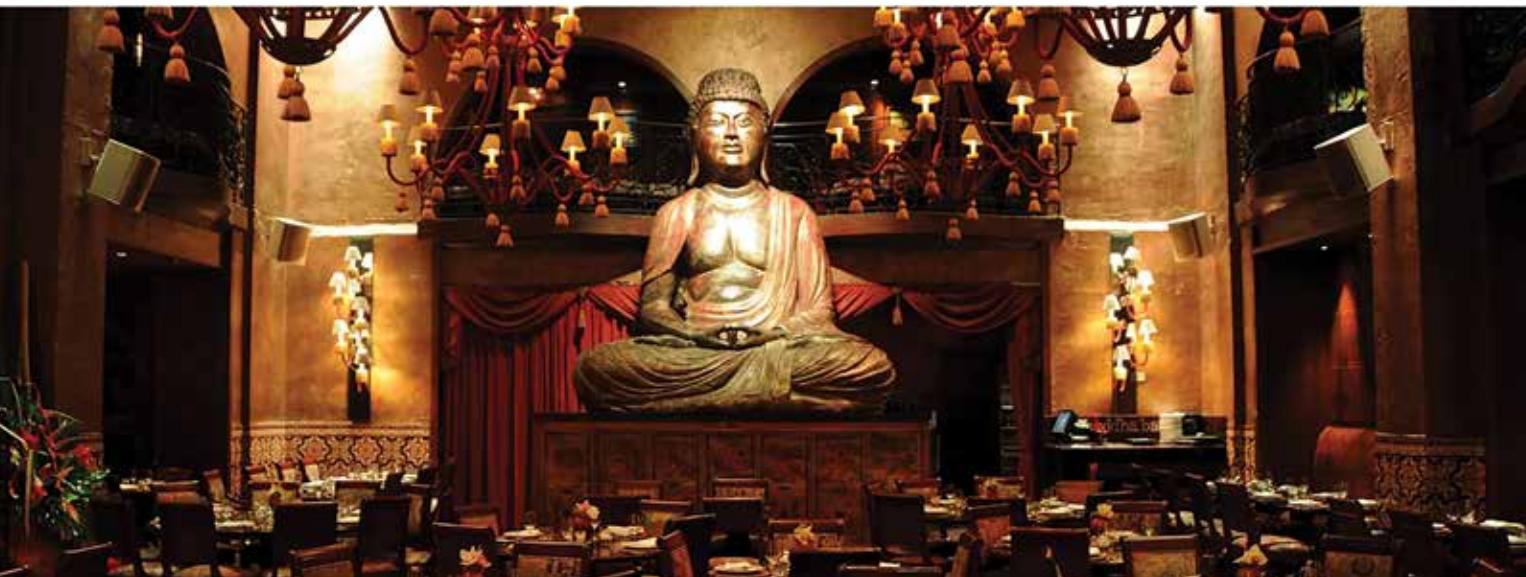
Há pouco falava na Quinta da Comporta, um modelo de sustentabilidade. Desde sempre teve presente nos seus projetos esta preocupação ambiental ou é algo que começa agora a ser pedido pelos clientes?

Graças a Deus, os meus clientes estão cada vez

mais preocupados e interessados em perceber a melhor maneira de aplicar a sustentabilidade. E eu também, porque andei numa escola alemã, e na Alemanha já existem os partidos "Verdes" há imenso tempo, ou seja, já tinha contacto com esse tema há bastante tempo, essa preocupação pela economia da energia, etc. Por exemplo, quando comecei a fazer a Quinta da Comporta, uma das coisas que eu disse foi: "quero recuperar as águas das chuvas e das regas." E as pessoas até se riram e diziam-me: "mas aqui há tanta água." E eu respondia: "há água, mas a 50 quilómetros daqui já não há. Não vamos salvar o planeta sozinhos, mas se cada um fizer uma parte do caminho isso terá impacto no clima e poderá ajudar a melhorar o mundo para os nossos filhos. É importante ter uma atitude responsável e pensar em todas as soluções que sejam boas e propícias para a sustentabilidade. Depois, também não esconde que tem de haver um lado económico atrativo. E, se todos aderirem, o lado económico também começa a ser mais interessante. Ao princípio, quando os primeiros painéis solares apareceram, eram caros. Agora, é diferente.

Disse, certa vez, que gosta de ser o maestro da orquestra. Qual era o concerto que mais gostaria de dirigir, o seu grande sonho que ainda está por realizar?

O que eu gostaria mesmo de dirigir é aquela zona da Comporta, arranjar um grupo de pessoas que gostam tanto da Comporta como eu, porque aquilo pode ser um modelo, mas não a podemos estragar. Temos ali uma situação desastrosa com a falência no Luxemburgo, com os terrenos da Comporta arrestados junto da Procuradoria da Repúlica, escondendo os interesses de uns e de outros, pensando pouco no interesse da região, dos habitantes e dos visitantes. Este é um projeto de vida para os próximos anos, e eu gostava de juntar uma equipa, os responsáveis e pessoas locais, para desenvolver com pés e cabeça aquela zona: ligar a parte agrícola à turística, ajudar a população local a ter um desenvolvimento inteligente e sustentável, porque aquilo tem tudo para isso. É pena que haja ali tantas resistências que parecem não querer resolver o problema.



BUDDHA BAR

Did you always know that you wanted to be an architect or interior designer, or how did this start to take shape in your life?

I think it started when I was a child. My father was an architect, but he stopped practising quite early on. And at first, I would say this, that I wanted to be one too. The truth is that I really liked drawing. I was always drawing cities and houses, so I always liked architecture and I always had a good sense of observation, in addition to being very curious. So, I thought that was my vocation. Then I wanted to participate and leave my little footprint on this world. And, actually, this is a job where you can accomplish things. It's a great stimulus when you manage to create good projects; it's like getting a reward, it makes you happy. You take pride in it.

You studied in Brussels and started working in Paris. How did these experiences come about?

It's one of those things you grumble about as a child, but then, when you have this education and this background, you are actually happy. I started by studying at the German school in Lisbon until I went, aged 15, to Paris because my father went to work for the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). We stayed there for six years. Then we went to Brussels, because he started working on Portugal's entry into the European Community. And because I accompanied my parents, I ended up studying architecture in Brussels. When I finished the course, I decided to return to Paris to start my career, because it was where I had more connections, more contacts, and where I liked living.



I came back on my own and stayed there for seven long years working. I was lucky enough to be given a bar to do straight away, and it was a success. Then it snowballed – when someone succeeds at one thing, they're called to do another, and another, and another. From one moment to the next, I stopped working alone in the dining room at home and got an office, two or three people working with me, an assistant... It all happened relatively quickly.

And at some point, you end up wanting to come back to Portugal. What happened?

I was already doing several important projects in Portugal. In 2015, there were many opportunities in Portugal and as I thought my life needed a change. I moved. At the time, I had 14 people working with me, an office, projects came in one after the other, but that wasn't really what I wanted. I wanted to do more personal projects, especially the Hotel da Quinta da Comporta. I had already spoken to the Espírito Santo family [in the 90s] to tell them I wanted to build a hotel there, [it was theirs], but at the time it didn't go ahead. Later, with the crisis, an opportunity arose to buy the land and finally realize this hotel of my dreams. I had been thinking about it for 25 years.

And from Portugal, that aspect of being an international architect continues. If today you could put your projects on a podium, which would be the three that most filled your soul?

I have done several that I liked. But in life when you are

asked to choose three, you choose three (*he laughs*). The Buddha bar, in Paris, is certainly the most iconic project and the one that changed a lot of things in the restaurant and decoration sector. And so, I am very proud of the success of this project [from 1996], which continues to be a benchmark after all these years, so this is project number one. Number two is the Hotel Quinta da Comporta, in Portugal, because it was a project where we took care of everything from the architecture to the decoration, and even the landscaping. So, I was involved in everything and still am. And now, in addition to the architecture/decoration, gardening or maintenance, I'm involved in the organisation and management of the hotel itself. It's quite an iconic hotel and it's enjoying quite an impact internationally. I am proud because it's starting to take its place among the best international hotels. The third project I would say is the Raffles Bar & Billiard in an iconic colonial hotel in Singapore. At the time I did the Bar & Billiard on a site where, apparently, hunters had killed a tiger, and putting it on display on top of the billiard table. I really enjoyed being part of this historic project.

"What I would really like to conduct is that area of Comporta"

If you had to describe yourself as an architect, what word would you use?

Tedious? (*he laughs*) Demanding, I think that would be the most appropriate. Demanding with others, but also



HOTEL QUINTA DA COMPORTA

demanding with myself, because first we have to be demanding with ourselves so that we can be demanding with others.

Earlier you spoke about Quinta da Comporta, a model of sustainability. Have you always had this environmental concern present in your projects or is it something that is now beginning to be requested by clients?

Thank God my clients are increasingly concerned and interested in understanding the best way to apply sustainability. And me too, because I went to a German school and in Germany the "Green" parties have existed for a long time, so I had already had contact, with the subject for a long time, that concern for saving energy, etc. For example, when I started to build the Quinta da Comporta, one of the things I said was: "I want to reclaim rainwater and irrigation water." And people laughed and said to me: "but there's so much water here." And I'd reply: "there's water, but 50 kilometres from here there isn't any anymore." We're not going to save the planet alone, but if each one of us walks one part of the way, it will have an impact on the climate, and it can help to improve the world for our children. It is important to have a responsible attitude and to think of all solutions that are good and conducive to sustainability.

Then, I also don't avoid the fact that there has to be an attractive economic side. And, if everyone were to join in, the economic side would also start to become more interesting. At first, when the first solar panels appeared, they were expensive. Now, it's different.

You once said that you like to be the conductor of the orchestra. Which concert would you most like to conduct? Your great dream yet to come true?

What I would really like to 'conduct' is that area of Comporta, to get a group of people who love Comporta as much as I do, because it could be a model, but we can't get it wrong. We have a disastrous situation there with the bankruptcy in Luxembourg, with the Comporta land seized by the Public Prosecutor's Office, hiding the interests of one side or the other, thinking little of the interests of the region, the inhabitants and visitors. This is a life project for the coming years, and I would like to bring together a team, the local people in charge and local people, to develop that area: linking agriculture and tourism, helping the local population to develop in a smart and sustainable way, because the area has everything it takes for that. It's a shame that there is so much resistance there that it seems they don't want to solve the problem.

WWW.JNF.PT
WOOD NATURE + EASY FIX
IN.00.381.C.EF.RD08M

WOOD NATURE IN HARMONY WITH NATURE



EN

Wood nature collection was developed to have the minimum environmental impact possible, using recycled materials and woods with FSC certification, it means it is made with materials from responsibly managed forests and/or recycled sources. JNF is taking very seriously the environmental cause, and this project is one example, from the stainless steel used that is recycled to the packaging without plastics and carton with FSC certification. The inspiration comes from the branches of the trees providing organic and ergonomic shapes. There are 3 available natural wood finishes, oak, bamboo and birch. The finish is also eco friendly created by natural water based wood varnish.

PT

A coleção wood nature foi desenvolvida para ter o mínimo impacto ambiental possível, utilizando materiais reciclados e madeiras com certificação FSC, ou seja, com materiais provenientes de florestas geridas de forma responsável e/ou de fontes recicladas. A causa ambiental é algo que a JNF tem como prioridade, e este projeto é um exemplo, desde o aço inoxidável utilizado, que é reciclado, até às embalagens em cartão com certificação FSC, sem uso de qualquer plástico. A inspiração vem dos galhos das árvores proporcionando formas orgânicas e ergonómicas. Existem 3 acabamentos de madeira natural disponíveis, carvalho, bambu e bétula. O acabamento também é ecologicamente sustentável, utilizando verniz para madeira à base de água.



ARCHITECTURAL HARDWARE

57 YEARS
1965.2022





INTERIORS





Historic Harlem House

T MARIA CRUZ | LEANDRO FRANCA



HISTÓRICA E MODERNA

No meio da histórica Harlem, localidade onde vários clubes de Jazz se fazem escutar, e consagrando detalhes do século XIX, a Historic Harlem House, um projeto com assinatura do atelier MESH Architectures, ocupa lugar num dos bairros calmos de Nova Iorque, nos Estados Unidos. O proprietário, professor universitário e consultor, pai de quatro meninas, esperava ter uma residência unifamiliar. E o desejo concretizou-se. No decorrer do trabalho idealizado pela equipa de arquitetos, houve uma preocupação com a recuperação da madeira original da casa – no rebordo das janelas, portas, escadas e lareiras –, ao mesmo tempo que foram sendo introduzidos elementos modernos. Também a preocupação com o uso de energia, por meio de isolamento, vedação de ar e aquecimento, foi um cuidado contínuo.

Falamos de uma moradia onde os padrões típicos da cidade de Nova Iorque se notam. Dispõe de uma adega, que foi escavada e reconstituída numa sala de treino e noutra de lazer, e quatro andares. A cozinha, pensada pelos arquitetos e executada por um marceneiro local, assim como a sala ficam no rés do chão [o chamado subsolo inglês], que dá acesso a um jardim nas traseiras. Depois, temos a sala de estar e a biblioteca. E, no terceiro andar, localizam-se o quarto principal e

HISTORIC AND MODERN

In the middle of historic Harlem, a place where many jazz clubs can be heard and where features from the 19th century can be found, the Historic Harlem House, a project by MESH Architectures, is located in one of the quiet neighbourhoods of New York, in the United States. The owner, a university professor and consultant, father of four, hoped to have a single-family residence and this came true. During the work designed by the team of architects, importance was placed on recovering the original woodwork of the house, around the windows, doors, stairs and fireplaces, while at the same time modern elements were introduced. Also, concern for the use of energy through insulation, air sealing and heating, was of ongoing importance.

This is a property that is large by New York City standards. It has a cellar, which was dug out and reconstituted into a home gym and media room, and four floors. The kitchen, designed by the architects and made by a local millworker, as well as the living room are on the ground floor [the so-called English basement], which has access to a garden at the back. Then there is the living room and the library. And on the third floor is the master bedroom and guest bedroom, plus accommodation for the four daughters.

o quarto de hóspedes, além das acomodações para as quatro filhas.

As luminárias são uma mistura de história e modernidade. A fachada de estuque, conhecida em Nova Iorque como *brownstone*, é colorida e assemelha-se ao real, tendo sido totalmente restaurada pelo especialista Edson. "Esta casa é uma integração do antigo com o novo. É arejada e limpa e responde às necessidades de uma família urbana moderna", reconhece Eric Liftin, o diretor da MESH. A preocupação com a proteção dos elementos históricos da casa foi o ponto de partida para a mudança. Mas é uma casa repleta de tecnologia, ciência de construção recente, continuando a parecer uma sossegada e histórica casa geminada de Harlem.

As fachadas, tal como o telhado, foram completamente isoladas. As janelas possuem vidros triplos da Zola. A bomba de calor elétrica aquece e refresca a casa. O sistema ERV [em português, Ventilação com Recuperação de Energia] atinge uma eficiência extraordinária, graças à entrada e saída de ar em ambos os lados. Tudo isto faz com que esta moradia seja considerada uma Casa Passiva, devido à eficiência energética nela instalada, e demonstrando também que é possível tornar uma casa antiga numa casa mais ecológica.

The fixtures are a mix of historic and modern. The stucco facade, known in New York as *brownstone*, as it is coloured to resemble real *brownstone*, has been fully restored by specialist Edson. "This house is an integration of the old with the new. It is airy and clean, and responds directly the needs of a modern urban family," acknowledges Eric Liftin, the director of MESH. The concern for protecting the historic features of the house was the starting point for the change. It is a house brimming with technology, the latest building science tech, while at the same time looking like a peaceful, historic Harlem row house.

The facades, like the roof, have been completely insulated. The windows have triple glazing by Zola. The electric heat pump heats and cools the house. The ERV (Energy Recovery Ventilation) system achieves extraordinary efficiency, thanks to the air intake and outlet on both sides. All this makes this property a Passive House, due to the energy efficiency installed in it, and also demonstrates that from an old house it is possible to turn it into a more ecological one.

WWW.MESH.NYC

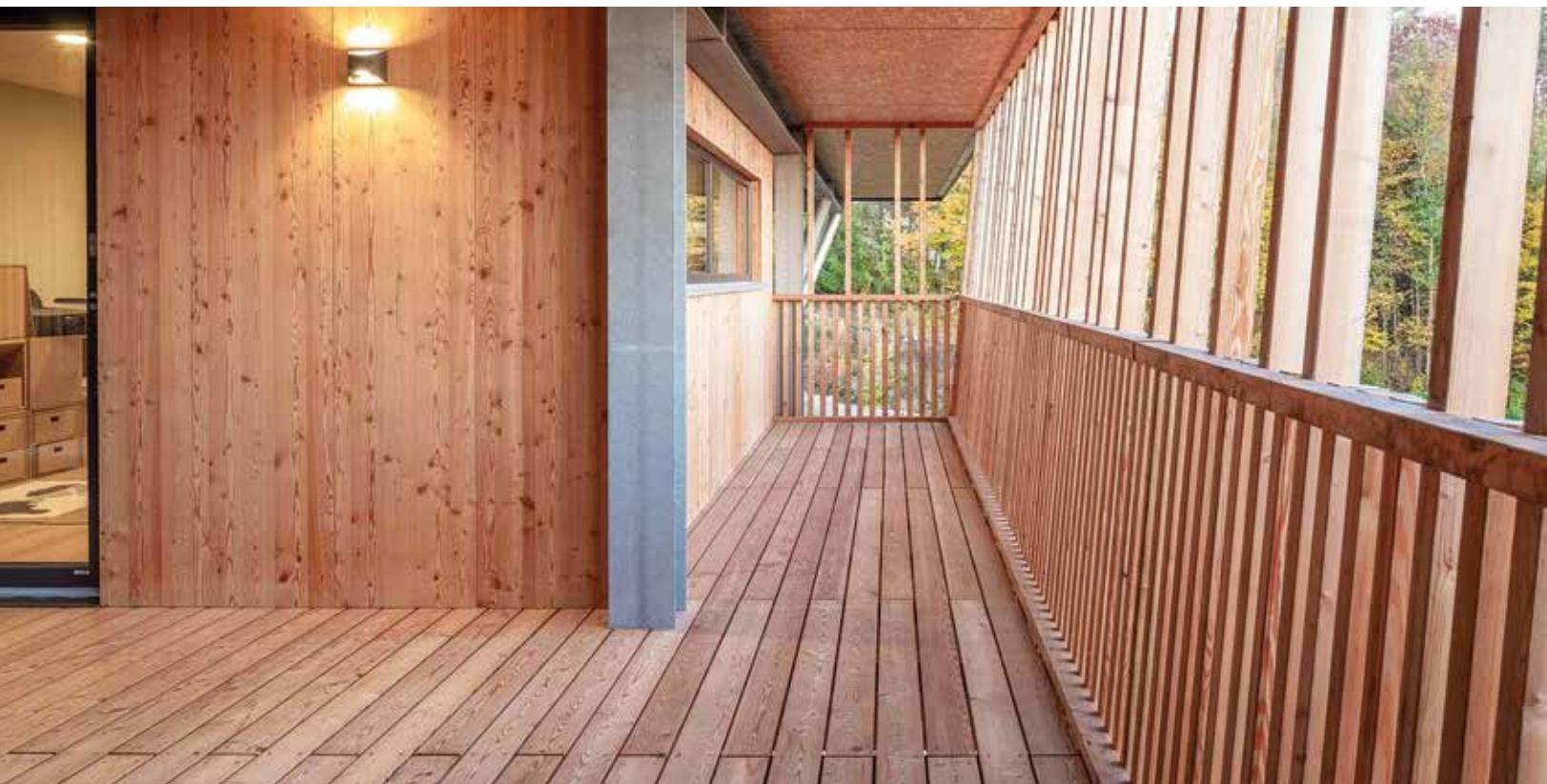
Place To Be

T MARIA CRUZ | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

ECOCASA, A "CAIXA VIVA" FLUTUANTE

Localizado em Linz, na Áustria, o edifício ecológico ergueu-se no meio da natureza, mas não muito longe da cidade. O que se pretendia era construir uma residência ecológica, com pouco mais de 100 m², onde a sustentabilidade estivesse presente, assim como o design. O terreno íngreme da encosta acolheu a ecocasa, grande parte dela construída em madeira proveniente de silvicultura sustentável austríaca. De forma a evitar a vedação do solo, decidiu-se não construir um porão. E, assim, a estrutura feita de aço reciclado carrega a moradia e fá-la parecer uma "caixa viva" flutuante.

O isolamento é feito de palha soprada, após a colheita do trigo. Já no interior são os painéis de construção, também feitos de palha, e as placas e gesso de barro que proporcionam o efeito regulador do clima. Os revestimentos cerâmicos têm boa aparência e contribuíram, igualmente, para o resultado final desta construção ecológica. Assim como os pisos e os azulejos, totalmente sustentáveis, e as telhas cerâmicas, feitas de matérias-primas naturais, tendo a argila como principal componente – todas as telhas foram fornecidas pela cerâmica Agrob Buchtal e vêm com a inovadora superfície Hytect, que oferece vários benefícios: efeito antibacteriano, ausência de produtos químicos e neutralização dos odores desagradáveis, providenciando um ar interior saudável e uma melhor qualidade de vida.



ECO-HOUSE, THE FLOATING "LIVING BOX"

Located in Linz, Austria, this eco-building was built engulfed in nature, but not far from the city. The aim was to build an ecological residence, with just over 100 sqm, where sustainability was present, as well as design. The steep hillside terrain welcomed the eco-house, much of it built in timber – sourced from sustainably farmed Austrian forests. In order to avoid sealing the ground it was decided not to build a basement. And so, the structure made of recycled steel carries the dwelling and makes it look like a floating "living box". The insulation is made of straw blown in after the wheat harvest. On the inside, it is the building panels, also made of straw, and the clay slabs and plaster that provide the climate-regulating effect. The ceramic tiles not only look good, but also contributed to the final result of this ecological construction. The floors and tiles too are fully sustainable, and the ceramic tiles are made from natural raw materials with clay as the main component - all tiles were supplied by Agrob Buchtal ceramics and come with the innovative Hytect surface, which offers benefits: antibacterial effect, without chemicals and neutralising unpleasant odours, providing healthy indoor air and a better quality of life.

WWW.AGROB-BUCHTAL.DE



Safari apartment

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM © WONDERSTUDIO

CONTINUAR A CONTAR A HISTÓRIA

Este projeto de decoração integral, da autoria do Wonderstudio, que celebra este ano o seu 5.º aniversário, foi desenvolvido a pedido de uma empresa de arrendamento de curta duração. Localizado no centro de Lisboa, mais propriamente em Santa Marta, o imóvel de 50m² já se encontrava mobilado, mas sem qualquer fator diferenciador, o que não permitia ao cliente ter a rentabilidade desejada. Assim, o objetivo foi a criação de uma identidade visual única, com destaque para a História de Portugal. A ideia final assentou no tema dos Descobrimentos: com elementos que remetessem às viagens e explorações marítimas, à ciência náutica e, maioritariamente, à África, fazendo uma ligação histórica com a cidade e com o país, fugindo totalmente dos temas já habituals e transformando este espaço num lugar único para passar uns dias na cidade de Lisboa. Assim, como não poderia deixar de ser, os materiais, acabamentos e peças decorativas foram escolhidos em função disso: como as cordas na sala e o tronco localizado no quarto que serve de pequeno roupeiro.

THE STORY CONTINUES

This comprehensive decoration project, by Wonderstudio, which celebrates, this year, its 5th anniversary, was developed at the request of a short-term rental company. Located in central Lisbon, more specifically in Santa Marta, the 50-sqm property was already furnished, but without anything to set it apart, which was stopping the client from achieving the return he was hoping for. Thus, the aim was to create a unique visual identity, highlighting the history of Portugal. The final idea was based on the Portuguese Discoveries: with elements that refer to maritime voyages and exploring, nautical science and, for the most part, Africa, making a historical connection with the city and the country, making a bold departure from the usual themes and transforming this space into a unique place to spend a few days in Lisbon. Thus, true to form, the materials, finishes and decorative pieces were chosen accordingly: such as the ropes in the living room and the trunk located in the bedroom that serves as a small wardrobe.

WWW.WONDERSTUDIO.PT





Oikoa

T MARIA CRUZ © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

NATURAL E HARMONIOSA

A nova *boutique* de massagens Oikoa – palavra finlandesa que significa “eu interior e bem-estar” –, situada em Zwolle, a leste da Holanda, convida-nos a deixar o mundo exterior fora de portas e a carregar energias de uma forma natural e harmoniosa. O projeto de 190 m² foi pensado pelo *atelier* de arquitetura Concrete e sustenta um sentido de serenidade para que os seus hóspedes se concentrem em si próprios. Desta forma, o espaço central foi concebido de forma orgânica, mesmo no coração do edifício, e as cinco salas de tratamento em volta do perímetro. O espaço foi forrado com várias paredes curvas, com acabamento em ripas de carvalho quente. Nessas paredes, criaram-se áreas de estar íntimas, com bancos ligeiramente curvados, estofados em veludo verde-musgo. Além do projeto de interiores, o Concrete é responsável pela identidade da Oikoa, desde o nome ao logótipo e *site*. Os cenários brancos brilhantes e verde-pinho enfatizam o ambiente natural e harmonioso do salão de massagens. Aqui, tanto os óleos, quanto as cores são oriundos de elementos naturais finlandeses, como samambaias, álamos, amoras silvestres e campânulas.

NATURAL AND HARMONIOUS

The new massage boutique Oikoa – a Finnish word that means “inner self and well-being” – located in Zwolle, east of the Netherlands, invites us to leave the outside world behind and charge our energies in a natural and harmonious way. The 190-sqm project was designed by Concrete architecture studio, and supports a sense of serenity so that its guests can concentrate on themselves. In this way the central space was designed organically, right at the heart of the building, and the five treatment rooms around the perimeter. The space has been lined with several curved walls, finished in warm oak slats. Cosy seating areas have been created along these walls, with slightly curved benches upholstered in moss green velvet. In addition to the interior design, Concrete is responsible for Oikoa’s identity, from the name to its logo and website. The bright white and pine green backdrops emphasise the natural and harmonious ambience of the massage parlour. Here, as much the oils as the colours are sourced from natural Finnish elements, such as ferns, poplars, blackberries and campanulas.

WWW.CONCRETEAMSTERDAM.NL



Montimerso Skyscape Country House

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED





MINIMALISMO COM CHARME

Situado na reserva Darksky Alqueva, a primeira *starlight tourism destination* no mundo certificada pela UNESCO, o Montimero Skyscape Country House, na Herdade Geralda, nasceu da vontade de desenvolver um projeto que aproveitasse o elevado potencial turístico do interior de Portugal. Na base esteve o respeito pelos princípios de sustentabilidade energética. Já a inspiração para a sua criação brotou da bela vista sobre o Alqueva e do enquadramento com a Vila de Monsaraz. E assim surgiu este lugar cuja decoração simples, com materiais naturais, recorda a tradição alentejana. Uma nobre missão que coube ao gabinete de Ana Rita Soares.

A equipa projetou a decoração de interiores à medida do seu cliente, desenhando grande parte do mobiliário que se integrou depois com alguns materiais pessoais dos proprietários, nomeadamente móveis e peças antigas da família, e outras adquiridas nas suas viagens pelo mundo.

Mas o apreendimento conta ainda com a arte de artesãos nacionais, como o artista algarvio António Chaveca Luz, que fabrica produtos únicos com materiais tipicamente portugueses. Desta forma, foi possível trazer o espírito local para dentro de cada ambiente utilizando texturas da natureza, fundindo-as numa base de cores neutras, suaves e delicadas, remetendo para o minimalismo e o contemporâneo, criando ambientes rústicos, confortáveis e com muito charme.

MINIMALISM WITH CHARM

Located in the Darksky Alqueva reserve, the first *starlight tourism destination* in the world to be certified by UNESCO, the Montimero Skyscape Country House, in the Herdade Geralda, came about from the desire to develop a project that would take advantage of the high tourist potential of the Portuguese interior. Underpinning it all was the respect for the principles of energy sustainability. The inspiration for its creation came from the beautiful view over the Alqueva dam and the setting with the village of Monsaraz. This is how this place was created, the simple decoration of which, with natural materials, recalls the traditions of the Alentejo region. A noble mission that fell to the office of Ana Rita Soares. The team designed the interior design according to the client's needs, drawing a large part of the furniture that was fit in with some of the owners' personal materials, namely furniture and old family pieces, and others acquired on their trips around the world. But the Montimero still has art of national craftsmen, such as the Algarve artist António Chaveca Luz, who makes unique products with typically Portuguese materials. In this way, it was possible to bring the local spirit into each environment by using textures from nature, merging them into a palette of neutral, soft and delicate colours, referring to minimalism and the contemporary, creating rustic, comfortable and charming environments.

WWW.ANARITASOARES.COM



Cartório Notarial de Sines

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED



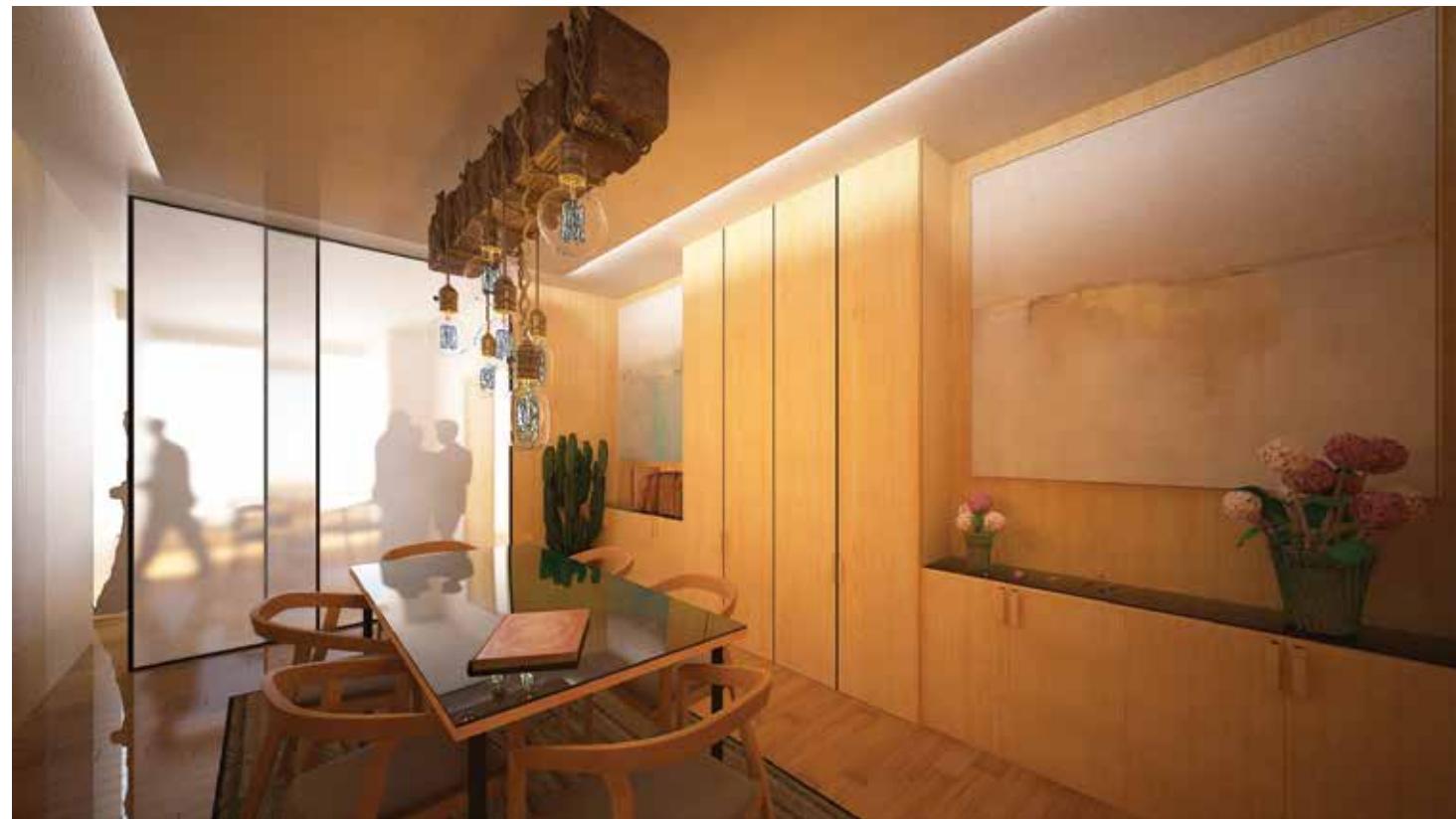
ECOLÓGICO E SAUDÁVEL

O objetivo era a obtenção de um espaço de trabalho eco-saudável propiciador de bem-estar, de maior capacidade de concentração e de aumento de produtividade, a especialidade da empresa portuguesa de arquitetura, decoração e consultoria em saúde geoambiental, Habitat Saudável. Assim, o projeto do Cartório Notarial de Sines foi pensado à luz de várias abordagens e valências, tais como: "Neuroarquitetura", "Saúde Geoambiental", "Design Biofílico", "Arquitetura Biogeométrica" e "Arquitetura Ecossustentável". A ideia era alcançar determinados pressupostos nos diferentes espaços de trabalho, nomeadamente: luz natural e iluminação artificial saudável; qualidade do ar interior adequada, através da escolha acertada de materiais de construção isentos de tóxicos; conforto térmico para os diferentes utilizadores; uso de materiais orgânicos e de baixo impacto ambiental, como tintas naturais, acabamentos de madeira, etc. O resultado está à vista. Mas, mais importante do que isso, sente-se *in loco*.

ECOLOGICAL AND HEALTHY

The goal was to achieve an eco-healthy workspace that would promote well-being, a greater ability to concentrate and increase productivity, the specialty of the Portuguese architecture, decoration and geoenvironmental health consultancy, Habitat Saudável. Thus, the project for the Sines Notary's Office was designed in light of various approaches and competences such as: "Neuroarchitecture", "Geoenvironmental Health", "Biophilic Design", "Biogeometric Architecture" and "Eco-sustainable Architecture". The idea was to achieve certain conditions in the different workspaces, namely: natural light and healthy artificial lighting; adequate indoor air quality through the right choice of toxic-free construction materials; thermal comfort for the different users; use of organic and low environmental impact materials, such as natural paints, wood finishes, etc. The result is plain to see. But, more importantly, you can feel it *in loco*.

WWW.HABITATSAUDAVEL.COM





Watt Plaza Lobby

MARIA CRUZ | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

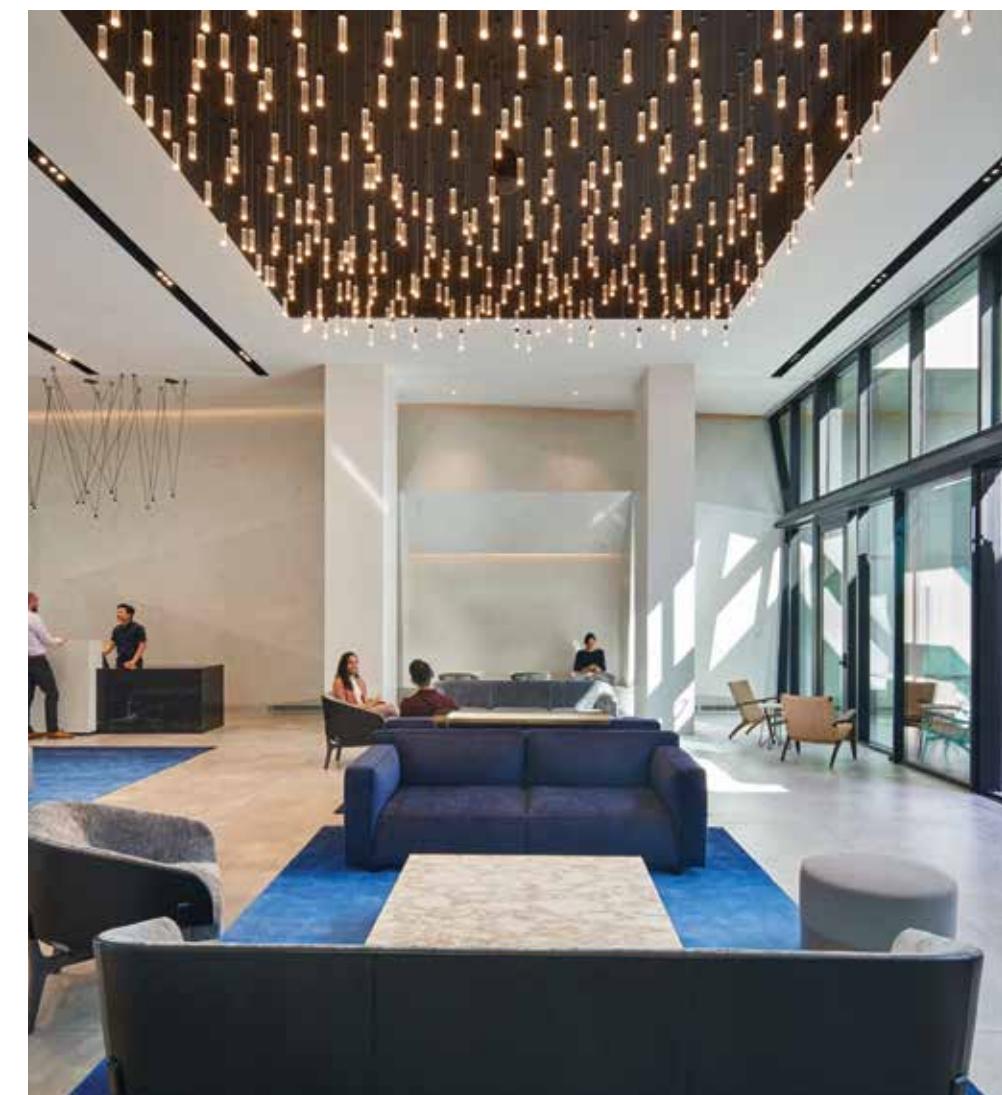
MINIMALISTA E ELEGANTE

O atelier STUDIOS Architecture deu um novo *look* ao lobby do Watt Plaza, em Los Angeles, nos Estados Unidos. O brilho suave das 350 luminárias Archilume – verdadeiras peças decorativas, com tecnologia LED *chip-on-board* energeticamente eficiente – conduz-nos neste novo espaço, enquanto o *design* nos capta a atenção. Neste projeto, combinou-se ciência com beleza e é no lustre do teto que o olhar se prende. A Banks Landl Lighting Design (BLLD) idealizou um espaço com uma área total de 15 x 19 metros de iluminação no teto, dando-lhe o nome PIM. O modelo de iluminação foi projetado a partir do piso, utilizando um *laser* para marcar cada uma das posições da instalação. Depois, montou-se cada cabo com tamanhos diferentes. E o resultado é este. O PIM evoca várias velas acesas, poeticamente invertidas.

MINIMALIST AND ELEGANT

STUDIOS Architecture has given the lobby of the Watt Plaza in Los Angeles, USA, a new look. The soft glow of 350 Archilume luminaires – true decorative pieces, with energy-efficient chip-on-board LED technology – lead us into this new space. In the same way that design captures our attention. In this project science and beauty have been combined, but it is the lighting fixture on the ceiling that catches the eye. Banks Landl Lighting Design (BLLD) has designed a space with a total area of 15x19 metres of ceiling lighting – they named it PIM. The lighting design model was idealized from the floor, using a laser to mark each of the installation positions. Then each cable was assembled with different sizes. And this is the result. The PIM evokes several candles, poetically inverted.

WWW.STUDIOS.COM





Engexpor

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | TELMO MILLER

HUMANIZAR OS ESPAÇOS

Numa altura em que caminhamos a passos largos para modelos de trabalho híbridos, a humanização dos escritórios com soluções centradas nos colaboradores e no seu bem-estar é essencial para promover a motivação e a produtividade. Foi este o ponto de partida do projeto de interiores desenvolvido pelo atelier Filipa Fleming, Interior Design para a ampliação do escritório-sede da Engexpor [empresa internacional especializada na gestão de projetos e de construção], em Lisboa, que além de criar mais espaço e mais postos de trabalho, de maneira a responder ao crescimento da equipa, fomenta a interação e socialização entre os colaboradores.

Para isso, foram desenvolvidas diversas áreas adaptadas às diferentes necessidades de trabalho, com peças de mobiliário desenhadas em exclusivo, que conferem versatilidade e proporcionam ambientes acolhedores, confortáveis e com as condições ideais, não só para o trabalho individual ou colaborativo, mas também para a socialização entre colegas. De forma a tornar o ambiente do escritório ainda mais acolhedor e intimista, criaram-se recantos verdes que transmitem serenidade. O aproveitamento da luz natural, num espaço que conta com janelas nas quatro fachadas do edifício, é também um fator de bem-estar do projeto.

HUMANISING SPACES

At a time in which we are moving rapidly towards hybrid working models, the humanisation of offices with solutions focused on employees and their well-being is essential to promote motivation and productivity. This was the starting point for the interior design project developed by the Filipa Fleming, Interior Design studio for the extension of the head office of Engexpor (an international company specialising in project and construction management), in Lisbon, which, in addition to creating more space and more workstations in order to respond to the growth of the team, encourages interaction and socialising between employees.

To this end, several areas adapted to the different work needs have been developed, with pieces of furniture designed exclusively, which provide versatility and a welcoming, comfortable environment with the ideal conditions not only for individual or collaborative work, but also for socialising among colleagues.

In order to make the office environment even more welcoming and cosy, green corners have been created, which transmit serenity. The use of natural light, in a space that has windows on all four façades of the building, is also a well-being factor in the project.

WWW.FILIPAFLEMING-INTERIORDESIGN.COM



Staj Napoli

T FILOMENA ABREU © CARLO ORIENTE



GOSTO RETRO COM DESIGN MODERNO

No bairro de Vomero, em Nápoles, Itália, acaba de abrir o restaurante Staj, inteiramente dedicado à cozinha oriental e idealizado pelo estúdio FADD Architects. Anteriormente utilizado como restaurante típico napolitano, o novo desenho foi inspirado nas particularidades do ambiente, caracterizado por um plano regular, pé-direito alto e quatro grandes janelas na fachada, que lhe conferem muita luminosidade. A entrada, que abriga o bar e vitrina de madeira feitos sob medida, é definida por um piso xadrez de mármore preto e branco e por paredes revestidas de painéis verde-salva. "Fomos inspirados pelo clima nova-iorquino para criar um lugar com sabor internacional", explicam os arquitetos.

RETRO TASTE WITH MODERN DESIGN

The Vomero neighbourhood of Naples, Italy, recently witnessed the opening of Staj noodle bar, a restaurant entirely dedicated to oriental street food and designed by FADD Architects studio. Previously used by a typical Neapolitan restaurant, the venue's design was inspired by the particular characteristics of the environment, characterised by a regular plan, high ceilings and four large windows in the façade, which give it great brightness. The entrance, which houses the custom-made wooden bar and display cabinet, is defined by a black and white marble chequered floor and walls covered in sage-green panels. "We were inspired by the New York climate to create a place with an international flavour," explain the architects.

WWW.FADDARCHITECTS.COM



Apartamento Mota

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM



PEDRO KOK



A ARTE DE INTEGRAR ESPAÇOS

O projeto do apartamento Mota, localizado em São Paulo, no Brasil, foi encomendado à FCStudio por um empresário que tinha comprado o imóvel a uma família com filhos pequenos. Assim, pela grande diferença de necessidades e estilos de vida, houve paredes suprimidas e alguns dos espaços foram integrados. Por exemplo, antes, a sala de jantar estava na varanda, a cozinha era fechada e a área social diminuta. O projeto aumentou a área social a partir da eliminação de um dormitório e de um lavabo. A área social também foi integrada na cozinha e a

varanda foi libertada para convivência. Além da arquitetura, foram ainda projetadas cinco peças de *design* para o apartamento: a mesa de jantar *Órbita*, a mesa lateral *Rod*, a mesa de centro *Brasília*, a mesa de centro *Campo* e o banco *Gap*. Todas elas levaram em consideração a proporção e materialidade da proposta de interiores, variando entre mármore, madeira e aço. Além das peças de mobiliário, criou-se também uma escultura chamada *Leku*, exposta na estante da entrada. A escolha dos materiais teve em conta a região em que o projeto se encontra.



THE ART OF INTEGRATING SPACES

The Mota apartment project, located in São Paulo, Brazil, was commissioned to FCStudio by a businessman who had bought the property from a family with young children. Thus, due to the great difference in needs and lifestyles, walls were removed and some of the spaces were integrated. For example, whereas before the dining room was on the balcony, the kitchen was enclosed and the social area was small, the project increased the social area by removing a bedroom and a toilet. The social area was also integrated into the kitchen and the balcony was freed up for convivial living. Besides the architecture, five design pieces were also created for the apartment: the *Órbita* dining table, the *Rod* side table, the *Brasília* coffee table, the *Campo* coffee table and the *Gap* bench. All of them took the proportions and materials of the interior project into consideration, varying between marble, wood and steel. In addition to the furniture pieces, a sculpture called *Leku* was also created and displayed on the entry hall shelf. The choice of materials took into account the region in which the project is located.

www.fcstudio.com.br



PEDRAS MONUMENTAIS INOVADORAS

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



Agent Portugal Interiores by Mathilde ★ +351 919 946 965 ★ info@castle-stones.pt
Official dealer Portugal Urbidynamic ★ +351 916 781 093 ★ info@urbidynamic.com

Casa Janeira

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | ALEXANDER BOGORODSKIV

TROCAR A CIDADE PELO CAMPO

A Casa Janeira é um projeto de reabilitação do piso superior de um edifício dos anos 40, situada em Avelal, concelho de Sátão, no interior de Portugal. O projeto, da autoria da COVO INTERIORES, nasce da necessidade de albergar um jovem que decidiu trocar a cidade pela pequena aldeia e assim dar continuidade ao negócio familiar de há três gerações. Contrapondo o projeto existente, caracterizado por várias e pequenas divisões, o novo conceito passou por criar um espaço amplo e minimalista, tirando partido das suas melhores qualidades: a exposição solar/luz natural e a sua relação com as janelas varandas e vistas envolventes.

SWAPPING THE CITY FOR THE COUNTRYSIDE

Casa Janeira is a renovation project of the upper floor in a 1940s building, located in Avelal, in the municipality of Sátão, in Portugal's interior. The project, by COVO INTERIORES, came about from the need to house a young man who decided to swap the city for this small village and continue the family business that has been founded here three generations ago. In contrast to the existing project, which was characterised by several small rooms, the new concept involved creating a large and minimalist space, taking advantage of its best qualities: the sun exposure/natural light and its relationship with the veranda windows and surrounding views.

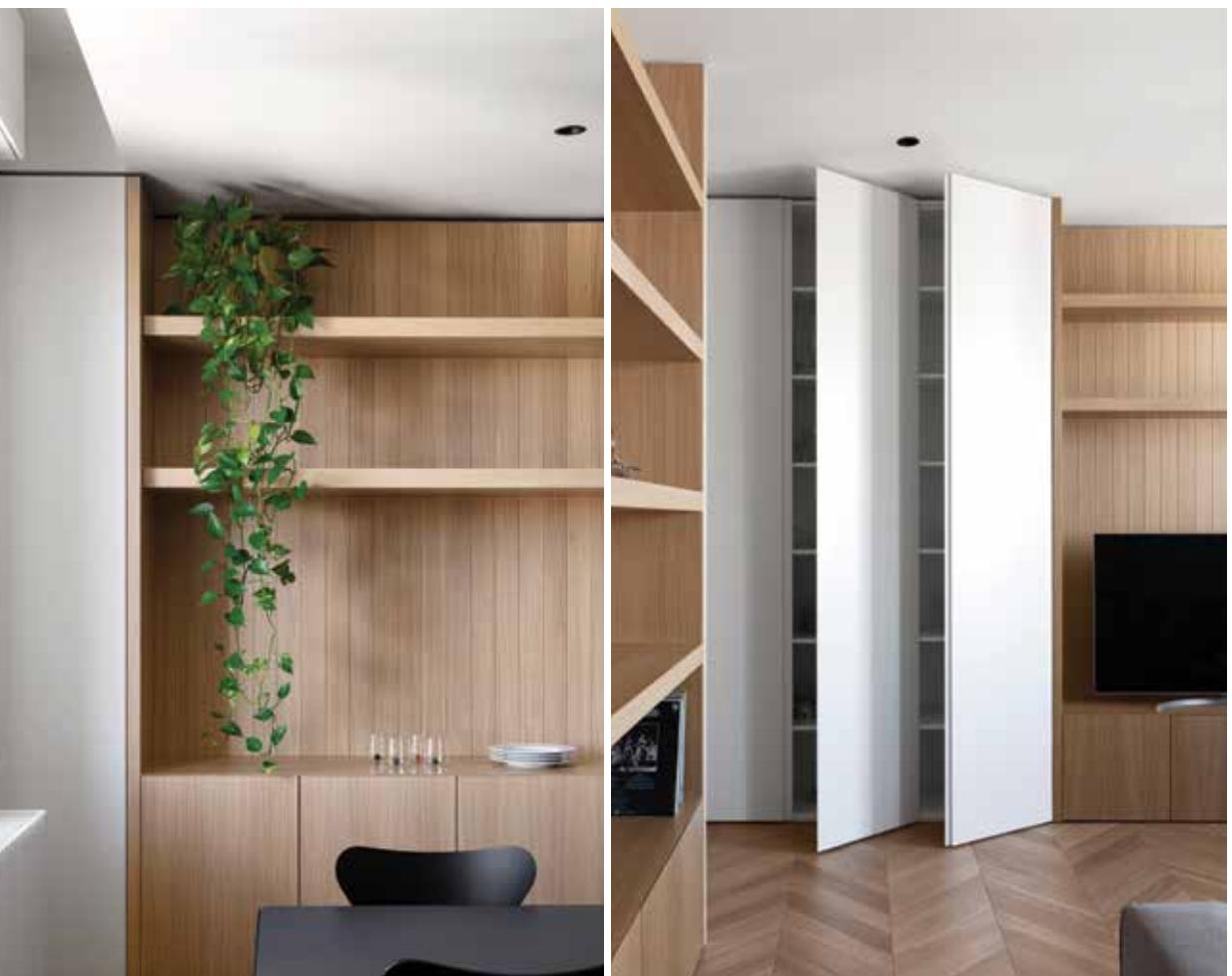
WWW.COVOINTERIORES.COM





Apartment Milan

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM | CARLO ORIENTE



A SOLUÇÃO DOS CONTAINERS PERSONALIZADOS

O jovem casal de clientes pretendia um espaço que valorizasse a pequena dimensão do apartamento. A solução de *design* encontrada pelo Studio Didea architetti associati foi criar *containers* personalizados, de forma a poderem explorar toda a superfície inserindo diferentes funções (sala de estar, sala de jantar, cozinha, lavandaria, duas casas de banho e dois quartos). O resultado é um apartamento contemporâneo que, através da adaptação dos elementos de *design*, tornou possível fazer de cada recanto da casa um espaço funcional. Optou-se por colocar a sala de estar na parte do apartamento voltada para a fachada principal do edifício, enquanto a área de dormir ficou na parte de trás.

THE CUSTOMISED CONTAINERS SOLUTION

The young couple client wanted a space that would make the most of the small sized apartment. The design solution found by Studio Didea architetti associati was to create customised containers so that they could exploit the entire surface inserting different functions (living room, dining room, kitchen, laundry room, two bathrooms and two bedrooms). The result is a contemporary apartment that, by adapting the design elements, has made it possible to make every corner of the house a functional space. It was decided to place the living room in the part of the apartment that is facing the main facade of the building, while the sleeping area was placed at the back.

WWW.STUDIODIDEA.IT



O
OPINIÃO / OPINION

Filipa Fleming

FUNDADORA DO ATELIER FILIPA FLEMING INTERIOR DESIGN
FOUNDER OF THE FILIPA FLEMING INTERIOR DESIGN ATELIER

Design Sustentável: pequenos gestos para grandes soluções

Mais do que uma tendência, a sustentabilidade tem de ser assumida como uma necessidade. A necessidade de tomarmos consciência do impacto ambiental das nossas escolhas e das nossas ações, de alterarmos hábitos e comportamentos, de cuidarmos do próximo e do planeta. Cada um de nós tem um papel essencial a desempenhar, seja na nossa vida pessoal ou na esfera profissional. Enquanto *designer* de interiores, tenho a preocupação de tomar decisões ambientalmente mais responsáveis na criação dos projetos, pois é uma área onde muito pode ser feito para o bem do planeta e das pessoas que vão habitar os espaços. E a verdade é que o atelier Filipa Fleming Interior Design tem cada vez mais clientes que procuram soluções mais ecológicas.

O design sustentável passa, por exemplo, pela utilização de materiais reciclados ou pelo uso de peças feitas a partir de matérias-primas naturais ou de origem sustentável. E, muito importante, significa reaproveitar móveis, adaptando-os a uma nova decoração, dando-lhes uma nova vida e, tantas vezes, preservando peças antigas plenas de história. Além de reduzir o desperdício,

incutimos no design um cunho pessoal e identitário. Mesmo que, inicialmente, estas práticas possam ser mais dispendiosas, irá compensar a longo prazo. Materiais e peças de maior qualidade resistem à passagem do tempo e podem ser adaptadas a diferentes necessidades ao longo dos anos. Por outro lado, os materiais reciclados apresentam preços cada vez mais acessíveis. A sustentabilidade relaciona-se também com a eficiência no aproveitamento e otimização da luz natural, aplicando, por exemplo, materiais que refletem a luz. Na poupança energética, optar por lâmpadas LED, sensores de presença e até eletrodomésticos classe A fará toda a diferença. Práticas sustentáveis manifestam-se igualmente no conforto físico e emocional de quem vai viver os espaços. E um dos maiores contributos é a biofilia, trazendo a natureza para dentro dos ambientes construídos, através do uso de plantas e da incorporação de outros elementos que restabelecem a ligação entre as pessoas e o mundo natural.

Sustainable Design: small gestures for big solutions

More than a trend, sustainability must be seen as a necessity. The need to become aware of the environmental impact of your choices and actions, to change habits and behaviours, to care for your neighbour and the planet. Each of us has an essential role to play, whether in our personal life or professionally. As an interior designer, I take care to make more environmentally responsible decisions in the creation of projects, because this is an area where much can be done for the good of the planet and the people who will inhabit the spaces. And the truth is that Filipa Fleming Interior Design has an increasing amount of clients who are looking for more ecological solutions.

Sustainable design means, for example, the use of recycled materials or the use of pieces made from natural raw materials or sustainably sourced. And, very importantly, it means reusing furniture, adapting it to a new décor, giving it a new life and, often, preserving old pieces full of history. In addition to reducing waste, we instil the

design with a personal touch and identity. Even if, initially, these practices may be more expensive, they will pay off in the long run. Higher quality materials and pieces withstand the passage of time and can be adapted to different needs over the years. On the other hand, recycled materials are increasingly affordable. Sustainability is also related to efficiency in the use and optimisation of natural light, using, for example, materials that reflect light. When it comes to saving energy, choosing LED bulbs, presence sensors and class A appliances will make all the difference. Sustainable practices also manifest themselves in the physical and emotional comfort of those who will live in the spaces. And one of the biggest contributions is biophilia, bringing nature into the built environments through the use of plants and the incorporation of other elements that re-establish the connection between people and the natural world.



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

COMPETE 2020



WOODEN
CHAIRS
TAILORS

fenabel 30
1992—2022
the heart of seating

fenabel.pt

talking to:

JOANA E MARTA ARANHA

T CRISTINA FREIRE

DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED



"A essência do nosso trabalho é um storytelling"

Com uma experiência de 40 anos no design de interiores, Joana Aranha sentiu uma alegria imensa quando a filha Marta, licenciada em Arquitetura, se juntou ao seu atelier Joana Aranha Arquitetura e Design de Interiores, não só pela continuidade da marca, mas acima de tudo pelo contributo que poderia oferecer em projetos realizados de raiz. Numa sintonia imensa, desenvolvem propostas pelo mundo, encontrando inspiração nas muitas culturas com que se cruzam, criando ambientes notáveis em casas, escritórios e muitas outras estruturas. Apesar de se destacarem no segmento de luxo, são os pequenos detalhes e as peças manufaturadas por artesãos que revelam a autenticidade do seu trabalho. A utilização de materiais locais e a preocupação com a sustentabilidade está também presente nos seus projetos. Mas conceder felicidade e conforto a quem as procura é o maior ganho desta dupla, que não define limites. A enorme capacidade de criar e reinventar é incomparável. Se for preciso correrem mundo por um pormenor, vão, sempre com a certeza de que o que fazem é o excelente para o cliente.

"The essence of our work is storytelling"

With 40 years of experience in interior design, Joana Aranha felt great joy when her daughter Marta, who has a degree in architecture, joined her studio Joana Aranha Arquitetura e Design de Interiores, not only for the continuity of the brand, but above all for the contribution she could offer for projects carried out from scratch. In incredible sync, they develop proposals throughout the world, finding inspiration in the many cultures they come across, creating remarkable environments in houses, offices and many other buildings. Despite excelling in the luxury segment, it is the small details and the pieces manufactured by artisans that reveal the authenticity of their work. The use of local materials and the concern for sustainability is also present in their projects. But bringing happiness and comfort to those who come to them is the greatest reward for this duo, who set no limits. Their huge capacity to create and reinvent is incomparable. If they have to scour the world for a detail, they will, always with the certainty that what they do is the very best for their client.

Quando foi formado o conceito do atelier?

Joana Aranha (JA) – A determinado momento da minha vida, decidi voar sozinha e tive a enorme sorte de ver a minha filha Marta vir trabalhar comigo. Foi o ponto mais alto da minha vida profissional. Tenho imenso orgulho em estarmos há mais de dez anos a fazer este percurso extraordinário. Acredito que já era previsível, porque a Marta sempre me acompanhou – com 3 anos ia comigo às feiras e mercados de muitos países onde eu ia em trabalho.

Marta Aranha (MA) – As minhas memórias mais antigas são de me ver sentada numa escada, enquanto a mãe falava ou tinha reuniões com os clientes, e também me lembro de como ficavam as casas depois das intervenções realizadas. Hoje, esses clientes continuam connosco e é muito interessante estar aqui e trabalhar com essas pessoas.

Qual foi o contributo que a Marta trouxe aos projetos?

JA – Para além da enorme alegria de poder trabalhar com a minha filha e ver que há uma continuação, trouxe a capacidade de criarmos muito mais em qualquer parte do mundo. Percebi que a Marta é uma excelente arquiteta, está presente em toda a execução dos projetos até estarem prontos, e a mim faltava-me este lado técnico para projetar edifícios. Já trazia também todo o conteúdo, que foi aprendendo ao ver-me trabalhar, do design de interiores, e tudo isto foi maravilhoso.

MA – Uma casa não fica completa se não a fizermos até ao fim, até pode ficar muito bonita em termos arquitetónicos, mas depois é preciso dar o conforto. Nós levamos para os projetos este lado da vida e acabamos por nos completar e enriquecer a empresa. Percebemos que pensamos da mesma maneira perante inúmeras situações, temos uma cumplicidade muito saudável.

O que revela a essência do vosso trabalho?

JA – É muito mais do que decoração ou design de interiores. Não chegamos e pousamos as peças no sítio. Nós criamos um conceito mas, antes de qualquer trabalho avançar, pesquisamos muito, observamos as pessoas que nos contrataram para sentirmos o que pretendem. Depois, construímos uma narrativa. A essência do nosso trabalho é um *storytelling*, mas também é muito amor e muita paixão por cada projeto.

MA – Tenho aprendido com a mãe a observar e a ouvir as pessoas, para captar a sua essência e o propósito da utilização que pretendem dar ao edifício ou remodelação que vamos fazer. O dia a dia dos nossos clientes e a sua personalidade são muito importantes para contarmos



AFRICAN PENTHOUSE



PENTHOUSE ESTORIL



CABANA HOUSE



BRICK HOUSE

a história. Temos de beber a essência de cada um, envolvemo-nos até sentirmos cá dentro que estamos prontas para avançar. Antes, há muitas reuniões, arriscamos até encontrarmos a perfeição e, quando apresentamos um conceito, temos a certeza de que está correto.

JA – Há famílias que têm quadros que estimam muito, ou são apaixonadas por determinadas peças que têm em casa, a nossa sabedoria tem de encaixar esses objetos e fazer uma mistura com o conceito criado para que tudo resulte em leveza e equilíbrio. E, quando terminamos um projeto, colocamos velas, incenso e música ambiente para que as pessoas sintam o espaço na sua plenitude. O nosso momento alto é o telefonema que nos fazem de seguida, é um sentimento imenso de trabalho cumprido, porque não estamos lá, mas sentimos que estão felizes.

Têm projetos na Índia e em África. Nestes locais, utilizam materiais da região?

MA – No nosso trabalho, utilizamos sempre materiais locais e procurámos a valorização dos mesmos. Os projetos mais emblemáticos que temos agora são na Índia, onde estamos a construir um edifício de escritórios; uma penthouse em África; uma casa no Lubango, em Angola; e vamos começar um hotel na Guiné-Bissau. O edifício na Índia é feito com o chamado tijolo de burro, por lá muito utilizado, que é terra seca ao sol, e, como as temperaturas são muito altas,

virámos uma fachada cega para sul, para que tenha proteção, e abrimos buracos calculados para filtrar a luz solar e criarmos uma sensação de *Jali*. Parece etéreo, como diz a mãe. Tenho a sorte de ter conhecido muito bem a Índia, que me fascina pelas cores, pelas pessoas e pelos cheiros e onde tudo é possível. Os artesãos são extraordinários e, mesmo que as peças tenham imperfeições, são bonitas.

"Temos uma cumplicidade muito saudável"

JA – Com a Guiné-Bissau, tenho uma relação emocional, sempre gostei muito de utilizar cabaças, e o casamento da Marta teve umas que vieram de lá. Agora, fomos convidadas pela pessoa que as trouxe para fazermos um hotel. Para nós, foi uma sorte tremenda esta porta abrir-se, não só pela possibilidade do trabalho, mas sim porque sei que vamos encontrar pessoas muito valiosas, os artesãos locais fazem trabalhos belíssimos que, em conjunto com a nossa visão, darão um resultado surpreendente.

MA – O melhor trabalho que temos com a utilização de materiais locais é no Brasil, onde fizemos uma casa de raiz. Temos projetos em quase todos os continentes. Ainda que gostemos muito de trabalhar no nosso país, quando saímos ficamos maiores pela experiência que adquirimos ao absorver as várias culturas.



PENTHOUSE ESTORIL

When was the concept for the studio formed?

Joana Aranha (JA) – At a certain point in my life, I decided to make a go of it on my own and had the great fortune of having my daughter Marta come to work with me. It was the highest point in my professional life. I am immensely proud that we have been on this extraordinary journey for more than ten years. I think it was only to be expected, because Marta has always been with me - at the age of 3 she would go with me to fairs and markets in many countries where I went to work.

Marta Aranha (MA) – My earliest memories are of sitting on a staircase while my mother was talking to clients or having meetings with them, and I also remember how the houses looked after the work was done. Today, those clients are still with us and it is very interesting to be here and work with those people.

What contribution has Marta brought to the projects?

JA – Apart from the great joy of being able to work with my daughter and seeing that there is a continuation, she has brought us the ability to create much more in any part of the world. I realised that Marta is an excellent architect, she accompanies the entire project from start to finish, and I lacked this technical side to designing buildings. She has also brought all the content, which she has been learning by watching me

work, of interior design, and all of this has been wonderful.

MA – A house is not complete if we don't do it right to the end, it can be very beautiful in architectural terms, but then you have to add the comfort. We bring this side of life to the projects and we end up complementing ourselves and enriching the company. We have come to realise that we think the same way in countless situations, we have a very healthy complicity.

What reveals the essence of your work?

JA – It's much more than decoration or interior design. We don't just arrive and put the pieces in place. We create a concept, but, before any work goes ahead, we do a lot of research, we observe the people who have hired us to get a feel for what they're looking for. Then we build a narrative. The essence of our work is storytelling, but it's also a lot of love and a lot of passion for each project.

MA – I have been learning from Mum to observe and listen to people, to capture their essence and the purpose of the use they want to give to the building or renovation we are going to do. The day-to-day life of our clients and their personality are very important for our storytelling. We have to soak in the essence of each one, get involved until we feel deep down that we are ready to move forward. Beforehand, there are many meetings, we take risks until we find perfection



and, when we present a concept, we are sure that it is correct.

JA – There are families that have paintings they cherish, or are passionate about certain pieces they have at home; our knowhow has to fit these objects and blend them into the concept created so that everything results in lightness and balance. And when we finish a project, we place candles, incense and ambient music so that people feel the space to the full. Our high point is the phone call they make afterwards, it's a huge feeling of mission accomplished, because we may not be there, but we can feel they're happy.

"We have a very healthy complicity"

You have projects in India and Africa. Do you use regional materials in these places?

MA – In our work, we always use local materials and the enhancement of them. The most iconic projects we have now are in India, where we are building an office building; a penthouse in Africa; a house in Lubango, Angola; and we are about to start a hotel in Guinea-Bissau. The building in India is made with so-called 'donkey bricks', which are used a lot there, these bricks are made of sun-dried earth, and, as the temperatures are very high, we turned a blind façade towards the south so that it has protection and we opened calculated holes to filter the sunlight and create a sense of *Jali*. It feels ethereal, as mum says. I am lucky enough to have got to know India very well, which fascinates me with its colours, people and smells and where anything is possible. The craftsmen are extraordinary and, even if the pieces have imperfections, they are beautiful.

JA – I have an emotional relationship with Guinea-Bissau, I have always loved using gourds, and Marta's wedding had some that came from there. Now, we were invited by the person who brought them to go and make a hotel. For us, it was a tremendous luck that this door opened up, not only because of the possibility of work, but also because I know we will meet invaluable people, the local artisans do beautiful work that, together with our vision, will produce an amazing result.

MA – The best work we have with the use of local materials is in Brazil, where we made a house from scratch. We have projects in almost every continent. Even though we love working in our own country, when we leave it, we get bigger because of the experience we gain from absorbing the various cultures.

Siza

A elegância do pormenor,
no design do seu espaço.





TRENDSETTER



GUBI

Quando o gabinete Space Copenhagen foi contratado para projetar o interior do hotel II Howard, no SoHo de Manhattan, os cofundadores Signe Bindtslev Henriksen e Peter Bundgaard Rützou quiseram criar uma iluminação sob medida, única, inspirada na atmosfera industrial da cidade de Nova Iorque. Assim, o atelier procurou um colaborador de longa data, a GUBI, para desenvolver o conceito *Howard Collection*, que inclui lustres, pendentes e uma luminária de parede. O hotel acabou selecionado em cinco categorias do prestigiado *AHEAD Hospitality Awards* e ganhou o prémio de Melhor Renovação e Restauração de Hotel 2019.

When the Space Copenhagen office was commissioned to design the interior of the II Howard hotel in Manhattan's SoHo, co-founders Signe Bindtslev Henriksen and Peter Bundgaard Rützou wanted to create unique bespoke lighting inspired by the industrial atmosphere of New York City. So, the studio turned to long-time collaborator GUBI to develop the *Howard Collection* concept, which includes chandeliers, hanging lamps and a wall lamp. The hotel ended up short-listed in five categories of the prestigious *AHEAD Hospitality Awards* and won the award for Best Hotel Renovation and Restoration 2019.



Goa CB

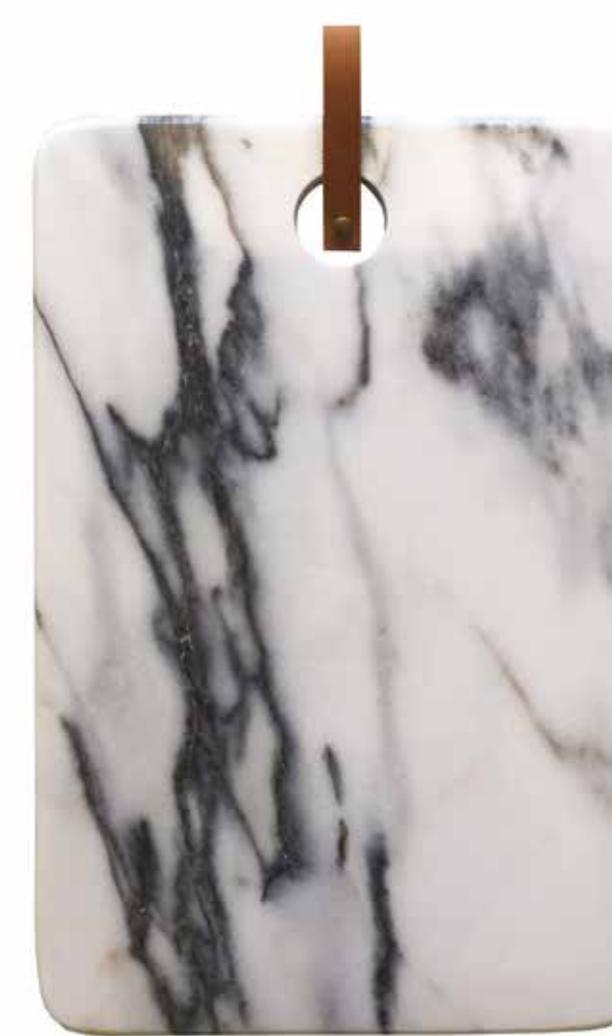
Da autoria do conceituado designer espanhol Francesc Rifé, eis o cadeirão Goa CB, que integra a mais recente coleção da Fenabel. Um produto Senta Global Design Concept, a marca premium da empresa portuguesa especialista no fabrico de cadeiras e peças de mobiliário. Esta coleção apresenta-se com um carácter simples e elegante, com foco na funcionalidade das linhas nórdicas, que projetam um conceito global e chique. Toma forma em madeira de freixo com acabamento sustentável de base aquosa e tecidos alinhavados ou em pele. Pode ser encontrada em sentta.pt.

Designed by renowned Spanish designer Francesc Rifé, this is the Goa CB armchair, which figures in Fenabel's latest collection. A Senta Global Design Concept product, the premium brand of the Portuguese company specialised in the manufacture of chairs and other pieces of furniture. This collection is simple and elegant in character, while focusing on the functionality of Nordic lines, which project a global and chic concept. Made in ash wood with a sustainable water-based finish and fabric or leather lining. It can be found at sentta.pt.

The Urban Conga

O impacto da brincadeira é frequentemente desconsiderado e subestimado nas discussões sobre arquitetura, desenvolvimento urbano e mudanças na cidade. O trabalho da The Urban Conga está, por isso, a destacar o impacto que a brincadeira pode ter na saúde, identidade, valores sociais e económicos no desenvolvimento futuro das nossas cidades e comunidades. Brincar é universal e deve ser utilizado como uma parte vital do movimento em direção à reativação dos nossos espaços públicos comuns para se tornarem locais mais inclusivos, seguros e saudáveis.

The impact of play is often overlooked and underestimated in discussions about architecture, urban development and changes in the city. The Urban Conga's work is therefore highlighting the impact that play can have on health, identity, social and economic values in the future development of our cities and communities. Play is universal and should be used as a vital part of the movement towards reactivating our shared public spaces in order for them to become more inclusive, safe and healthy places.



Santa Paciência

Esta marca portuguesa de peças de produção artesanal para a casa surge da união dos materiais e técnicas tradicionais com a contemporaneidade e o minimalismo. A Santa Paciência, criada por Carolina Paixão, orgulha-se de fazer parte de um recente movimento de artesanato essencial para o novo paradigma de produção e consumo, onde se distingue a autenticidade dos objetos feitos à mão, com tempo, dedicação e atenção ao impacto ambiental das nossas escolhas. Por isso, a maioria dos materiais utilizados é oriunda do desperdício de algumas indústrias, dando assim aos retalhos de mármore, couro, algodão ou linho uma nova vida.

This Portuguese brand of handcrafted pieces for the home comes about from the union of traditional materials and techniques with contemporaneity and minimalism. Santa Paciência, created by Carolina Paixão, is proud to be part of a recent craft movement that is essential to the new paradigm of production and consumption, showcasing the authenticity of objects made by hand, with time, dedication and attention to the environmental impact of our choices. As such, most of the materials used come from the waste of some industries, thus breathing new life into marble, leather, cotton or linen offcuts and remnants.



Feltrando

A Feltrando é uma marca portuguesa fundada em 2015. O património cultural local, a sustentabilidade, e a *craftsmanship* formam o triângulo basilar desta empresa, que recupera tradições e revitaliza o artesanato local, ao reutilizar resíduo têxtil industrial – o feltro –, para criar verdadeiras peças de *design*, únicas e de alta qualidade. A *Timeless Collection* é a afirmação dessa paixão. Nela poderá encontrar as icónicas *feltbox*, cestos, individuais, centros de mesa, bases para copos e as versáteis malas (pequenas e médias), com cores mais *trendy*. A celebração fica completa com a apresentação de um novo produto: os tapetes. Agora já poderá sentir nos seus pés, e no conforto da sua casa, a textura delicada e agradável do feltro. A coleção conta com novos padrões: o *tartan* e o *pied poule*, desenvolvidos exclusivamente pela marca.

Feltrando is a Portuguese brand founded in 2015. Local cultural heritage, sustainability, and craftsmanship form the founding triangle of this company, which revives traditions and revitalises local crafts by reusing industrial textile waste – felt –, to create truly unique, high-quality design pieces. The *Timeless Collection* is a clear statement of this passion. In it you can find the iconic *feltbox*, baskets, placemats, table runners, coasters and the versatile bags (small and medium), in trend-true colours. The celebration is completed with the presentation of a new product: rugs. Now you can feel on your feet, and in the comfort of your home, the delicate and pleasant texture of felt. The collection has new patterns, *tartan* and *pied poule*, developed exclusively by the brand.





Barbeau

Para a Barbeau, "ser verde não é suficiente. É hora de ser azul". À **TRENDS**, Orlando Soares, contou que a marca portuguesa é um projeto pioneiro, "que encerra a vontade de minimizar o impacto ambiental e a pegada de carbono e alertar consciências ainda adormecidas para a calamidade global". Os artigos são toalhas de praia, ponchos e peças pensadas para a atividade física e lazer. Desde a composição, ao saco de lavagem "caça microplásticos", passando pelo programa de devolução, nada foi deixado ao acaso. Todos os produtos são feitos a partir de fio Seaqual, que resulta da transformação do lixo marinho. E cada toalha equivale a dez quilos de lixo recolhido dos oceanos. No fim, a Barbeau ainda doa 1% das suas vendas a projetos ambientais sem fins lucrativos.

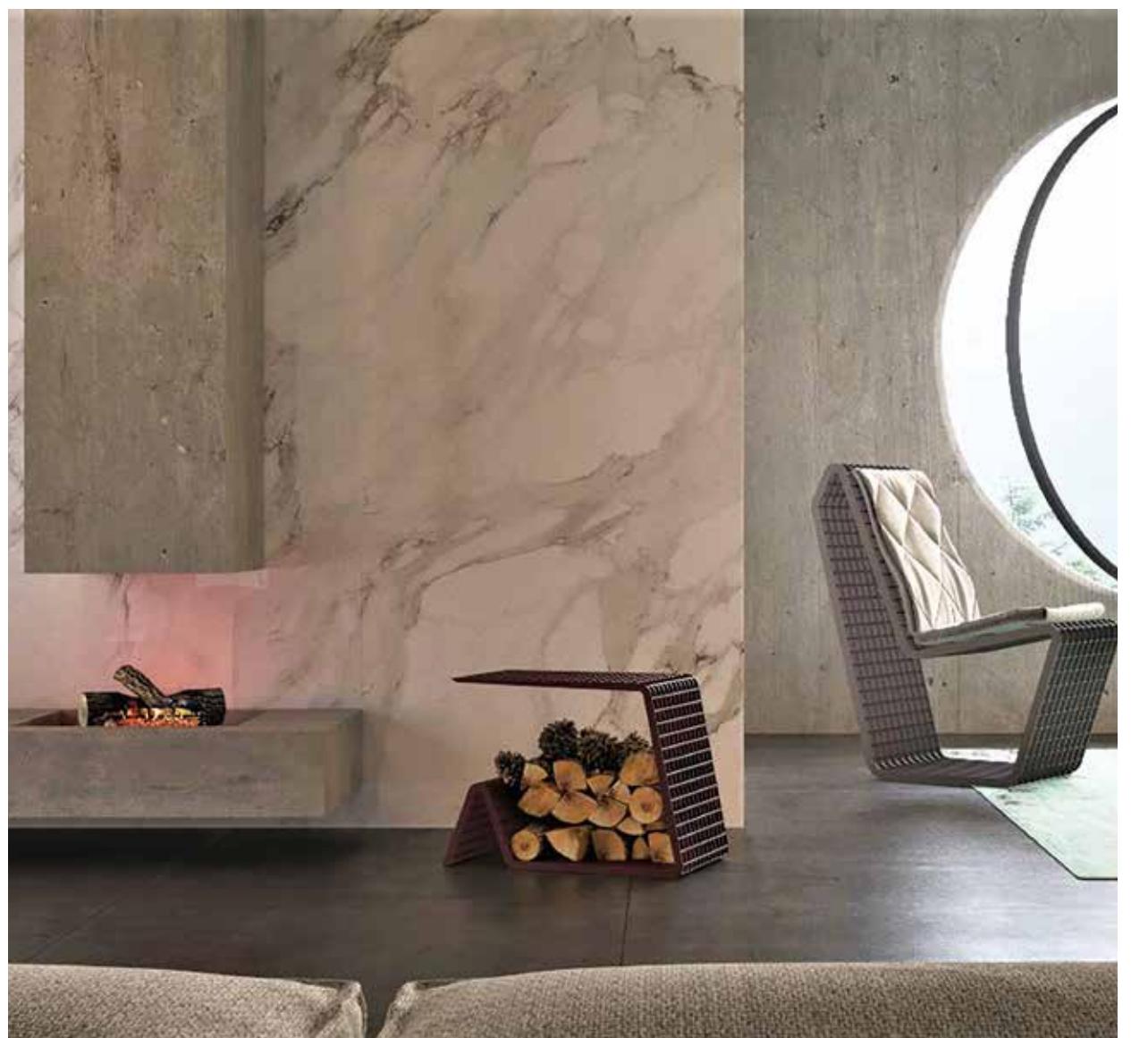
For Barbeau, "being green is not enough. The time has come to be blue." Orlando Soares told **TRENDS** that the Portuguese brand is a pioneering project, "which contains the desire to minimise environmental impact and carbon footprint and alert sleeping consciences to the global disaster." The items produced include beach towels, ponchos and pieces designed for physical activity and leisure. From the composition, to the "microplastic-hunting" wash bag, to the returns programme, nothing has been left to chance. All the products are made from Seaqual yarn, which results from the processing of marine waste. And each towel is equivalent to ten kilos of rubbish collected from the oceans. In the end, Barbeau also donates 1% of its sales to non-profit environmental projects.

AMU Eco Life

Sacos, cestas e malas. Almofadas, capas e tassels. Da moda à decoração de casa, a AMU Eco Life, criada por Ana Vitorino, é uma marca 100% portuguesa e artesanal cuja prioridade está na escolha de materiais não nocivos para o ambiente, como o linho, o algodão e a juta. Os padrões abraçados no tecido são produzidos pela própria criadora e estampados manualmente, inspirados numa técnica milenar denominada *blockprint*, com adaptação a novos materiais. Simplicidade e minimalismo são as palavras-chave. As cores e todo o processo de produção encantam. O amor funde tudo.

Bags, baskets and suitcases. Cushions, covers and tassels. From fashion to home decoration, AMU Eco Life, created by Ana Vitorino, is a 100% Portuguese and handmade brand, whose priorities lie in the choice of environmentally friendly materials, such as linen, cotton and jute. The patterns embraced in the fabric are produced by the creator herself and printed by hand, inspired by an ancient technique called *blockprint*, with adaptation to new materials. Simplicity and minimalism are the keywords. The colours and the whole production process enchant. Love brings everything together.





Cobermaster

Inspirada pela época do ano, a Cobermaster Concept desenvolveu uma exclusiva linha de quatro modelos de suportes de lenha, com *design* sofisticado e minimalista. A empresa conseguiu juntar na mesma peça as funcionalidades do armazenamento de lenha e o suporte dos acessórios de manutenção das lareiras, tornando estes modelos altamente funcionais. A versatilidade do gradil confere a exclusividade e autenticidade a estas peças *premium*, de elevada qualidade. Conheça a *Bold*, a *Nest*, a *Warm* e a *Square*.

Inspired by the colder time of year, Cobermaster Concept has developed an exclusive range of four models of firewood holders, with a sophisticated and minimalist design. The company has managed to combine the functions of firewood storage and the support of fireplace maintenance accessories in one piece, making these models highly functional. The versatility of the grating gives exclusivity and authenticity of a high quality premium pieces. Discover *Bold*, *Warm* and *Square*.





Mokki

Mondrian é um candeeiro suspenso que combina modernidade e estética do século XX. O nome remete para o pintor Mondrian e o movimento do neoplasticismo, com a procura de elementos limpos, redução de formas e linhas puras. Criada pela designer Mónica Pinto, fundadora da Mokki, peça estava, há muito, escondida no seu subconsciente. A luminária, que pode ser admirada dos seus quatro lados, sempre de maneira diferente, arrecadou o prémio Prata na categoria de Design de Produtos de Iluminação e Projetos de Iluminação no A'Design Award & Competition 2021.

Mondrian is a hanging lamp that combines modernity and 20th-century aesthetics. The name refers to the painter Mondrian and the Neoplasticism movement, with its search for clean elements, reduction of shapes and pure lines. Created by designer Mónica Pinto, founder of Mokki, this piece had long been hidden in her subconscious. The lamp, which can be admired from its four sides, always differently, scooped up a silver award in the category of *Lighting Product Design and Lighting Projects* at the A'Design Award & Competition 2021.

Kollib

A Kollib é uma marca ecológica portuguesa que oferece uma vasta gama de produtos de moda e têxteis-lar, feitos quase exclusivamente a partir de roupas velhas ou de peças pouco utilizadas, de restos de fábrica, reciclados, materiais naturais ou orgânicos (UPCYCLING), resultando em produtos que combinam respeito pelo meio ambiente e *design* moderno. Cristina G. Brandão, a fundadora e diretora criativa da empresa, trouxe, da infância vivida em Paris, o gosto pelo saber fazer dos artesãos, que cimentou no seu regresso definitivo a Portugal, quando descobriu uma nova e rica cultura no Norte do seu país. Hoje, a partir de Vila do Conde, cria peças únicas, como bolsas, mochilas e aventais, por exemplo.

Kollib is a Portuguese eco-brand that offers a wide range of fashion and home textile products, made from, almost exclusively, old clothes or barely used pieces, factory remnants, recycled, natural or organic materials (UPCYCLING), resulting in products that combine respect for the environment and modern design. Cristina G. Brandão, the company's founder and creative director, brought, from her childhood in Paris, her taste for craftsmanship, which further strengthened on her definitive return to Portugal, when she discovered a new and rich culture in the north of her country. Today, in Vila do Conde, she creates unique pieces, such as bags, rucksacks and aprons, for example.





La Boule

Transforme totalmente o ambiente das suas refeições com a *La Boule*, da Villeroy & Boch. Feita em porcelana, esta coleção versátil permite misturar e combinar peças com elegância. Cada serviço de louça possui um par de tigelas fundas, um de tigelas planas e um par de pratos universais, mais um prato-travesa. A principal característica é que, no fim de almoçar ou jantar, pode emparelhar o conjunto transformando-o numa peça só – uma bola –, que se confunde facilmente com um bibelô de *design* icónico e que ficará bem na estante de casa, ou à vista de todos na sua cozinha.

Completely transform the setting of your meals with *La Boule*, from Villeroy & Boch. Made from porcelain, this versatile collection allows you to elegantly mix and match pieces. Each tablesetting for two includes a pair of deep bowls, a pair of flat bowls and a pair of universal plates, plus a serving platter. The main feature is that at the end of lunch or dinner, you can stack the setting, turning it into a single piece – a ball –, which could easily be mistaken for an iconic design piece, and will look good on any shelf at home, or for all to see in your kitchen.



Kroh

Tudo começou com o crochê e com a vontade de explorar novas formas e matérias-primas. Rita Teles Garcia, que trabalha num estúdio de arte e arquitetura, onde é escultora e coordenadora do departamento de artes, desenvolvendo projetos artísticos como as montras da Hermès, em Lisboa, ou o WOW, em Vila Nova de Gaia, dedica-se, paralelamente, desde 2012, a projetos que exploram os têxteis. É assim que, em 2017, nasce a Kroh. Hoje, a artista mistura técnicas e materiais improváveis, como bordados e burla ou cerâmica e crochê. A maioria das matérias-primas são de origem portuguesa e provêm de desperdícios.

It all began with crochet and the urge to explore new forms and raw materials. Rita Teles Garcia, who works in an art and architecture studio, where she is a sculptor and coordinator of the arts department, developing artistic projects, such as the Hermès window displays, in Lisbon, or the WOW, in Vila Nova de Gaia, has been dedicating herself, in parallel, since 2012, to projects that explore textiles. This is how, in 2017, Kroh came into being. Today, the artist blends unlikely techniques and materials, such as embroidery and burla or ceramics and crochet. Most of the raw materials are of Portuguese origin and come from waste.

Offley

No sentido de reforçar a sua responsabilidade social junto dos consumidores e da sociedade, a Offley Clink deu um passo rumo à sustentabilidade e está a substituir a rolha de cortiça das garrafas de branco e de rosé por uma rolha *bartop*, cuja cápsula é 100% reciclável e biodegradável. A procura de soluções mais amigas do ambiente ao longo da cadeia de valor vai ao encontro das preocupações das gerações mais jovens. Fabricadas pela Amorim Top Series, as novas rolhas *recork* reduzem a pegada de carbono, com polímeros produzidos a partir de fontes renováveis ou material reciclado.

In order to strengthen its social responsibility to consumers and society, Offley Clink has taken a step towards sustainability and is replacing the cork stopper in its white and rosé port bottles with a *recork bartop* stopper, whose top is 100% recyclable and biodegradable. The search for more environmentally friendly solutions throughout the value chain meets the concerns of younger generations. Manufactured by Amorim Top Series, the new *recork* stoppers reduce the carbon footprint, with polymers produced from renewable sources or recycled material.





Honesta

Criada a partir da experiência artesanal atemporal e do uso especializado das matérias-primas da Rawood, a Honestá é uma nova marca de móveis que domina o fino artesanato italiano. A primeira coleção, *Nepente*, foi projetada pelo arquiteto Matias Sagaria e lançada durante o *Fuorisalone 2021*. É adequada tanto para espaços públicos como residenciais e tem formas e nomes fortes e cheios de personalidade. Destacamos os aparadores *Bondo* e *Nemesi* [com diversas gamas]. A marca oferece uma vasta gama de acabamentos e tonalidades para personalizar o mobiliário desta coleção de acordo com os diferentes gostos e necessidades.

Created from Rawood's timeless craftsmanship and expert use of raw materials, Honestá is a new furniture brand that masters fine Italian craftsmanship. The first collection, *Nepente*, was designed by architect Matias Sagaria and launched during *Fuorisalone 2021*. It is suitable for both public and residential spaces and boasts powerful shapes and names packed with personality. Here we highlight the *Bondo* and *Nemesi* sideboards [with various ranges]. The brand offers a wide range of finishes and shades to customise the furniture in this collection according to different tastes and requirements.





Hermès

As coleções dedicadas ao lar da Hermès celebram a textura. Agora que as nossas vidas parecem cada vez mais abstratas, mais remotas, os objetos decorativos para a casa da marca exploram matérias-primas naturais, e o resultado é único. É o caso da cadeira *Sillage*. Trata-se de uma poltrona de forma orgânica e proporções generosas com origens distantes, projetada pelo Studio Mumbai. Com moldura de madeira, é envolta num *blend* inédito, feito de microfibras de celulose. Alcançando um equilíbrio harmonioso entre materiais inovadores e *know-how* ancestral, esta cadeira étnica, robusta e sensual, é envernizada e pintada à mão, linha após linha, oferecendo uma relação íntima com o material.

Hermès' home collections celebrate texture. Now that our lives seem increasingly abstract, and more remote, the decorative objects for the home from the brand explore natural raw materials, and the result is unique. This is the case with the *Sillage* chair. This is an armchair of organic form and generous proportions with distant origins, designed by Studio Mumbai. With a wooden frame, it is wrapped in an unprecedented blend made of cellulose microfibres. Achieving a harmonious balance between innovative materials and ancient know-how, this totemic, robust and sensual chair is varnished and hand-painted, line after line, offering an intimate relationship with the material.

CIN

Os novos produtos da CIN revelam-se como um convite à ousadia, com cinco opções de pura personalidade. Os *Craft Effects* refletem o investimento da marca na oferta de soluções criativas, inovadoras e de acordo com as atuais tendências de decoração. Permitem dar mais personalidade às paredes através de processos de pintura que variam entre o mais clássico e o mais arrojado. O lado surpreendente desta novidade prende-se com a facilidade de aplicação, sendo apenas necessário recorrer a objetos simples, como rolos, esponjas, vassouras, panos ou plásticos, mediante o efeito que se desejar.

CIN's new products are an invitation to be daring, with five options of pure personality. The *Craft Effects* reflect the brand's investment in offering creative and innovative solutions in line with current decoration trends. Allow you to add more personality to your walls through paints that vary from the most classic to the boldest. The surprising thing about this new range is that it is easy to apply, only using simple objects such as rollers, sponges, brooms, cloths or plastics, depending on the desired effect.



Elaya Woodworks

A poltrona *San Diego* é uma peça única e numerada. Fabricada com madeira maciça resgatada de embarcações reformadas, abandonadas ou naufragadas, usa também cordas e metais reutilizados de estaleiros de barcos e pesca. Possui placa de identificação em latão fixada, onde estão gravados o nome, número da peça, origem do material e data de fabrico. Além de um móvel, a peça representa a história da navegação e do trabalho artesanal. É assinada pelo artesão, artista e *designer* catarinense Elias Lanzarini, que mora na Praia do Estaleiro, em Balneário Camboriú, Brasil, de onde fabrica arte para a Elaya Woodworks.

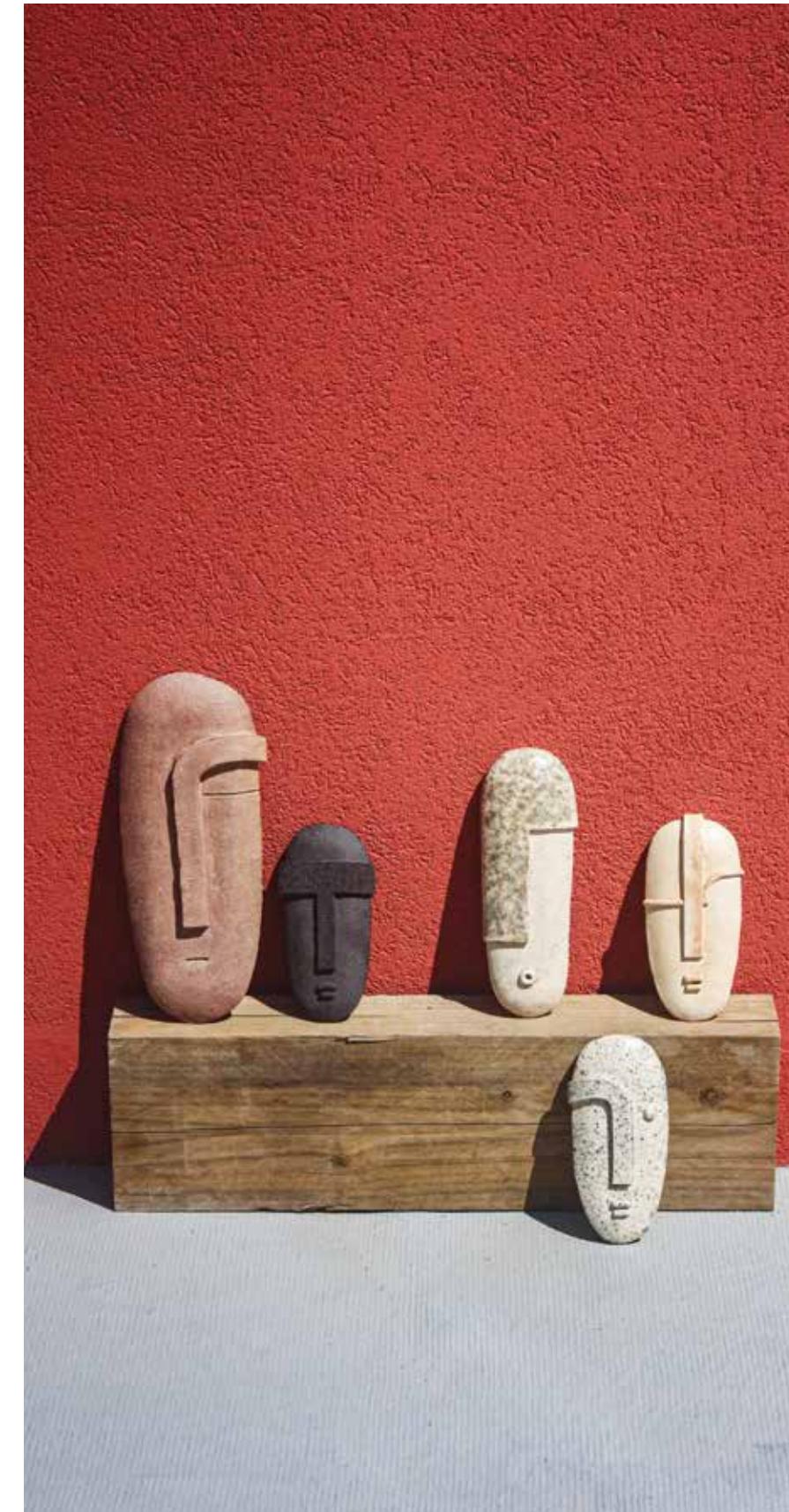
The *San Diego* armchair is a unique, numbered piece. Made from solid wood salvaged from retired, abandoned or wrecked boats, it also reuses cords and metals from boatyards and fishing. It comes with an attached brass identification plate, on which the name, the number of the piece, the origin of the material and date of manufacture are engraved. Beyond being a piece of furniture, the piece represents the history of sailing and craftsmanship. It is signed by the artisan, artist and designer Elias Lanzarini, who lives in Praia do Estaleiro, in Balneário Camboriú, Brazil, from where he creates art for Elaya Woodworks.



GRAUº Cerâmica

A GRAUº é um estúdio de cerâmica sediado em Lisboa e criado em 2020 por Isac Coimbra e Diogo Ferreira. Com produção a quatro mãos, fizeram um pequeno estúdio em casa e transformaram o isolamento numa emancipação criativa de peças de concreto, que já levaram a marca a sair de casa, com encomendas, não só em Portugal, mas para todo o mundo. Vendem máscaras de parede estilo tribal, *mobiles*, vasos, jarros, fruteiras, entre outros. Usam uma mistura de pastas refratárias de diferentes tons, entre preto, terracota e branco, com e sem vidrados, e com complementos em juta e corda. Tudo feito à mão, desde a amassadura inicial, até à cozedura final.

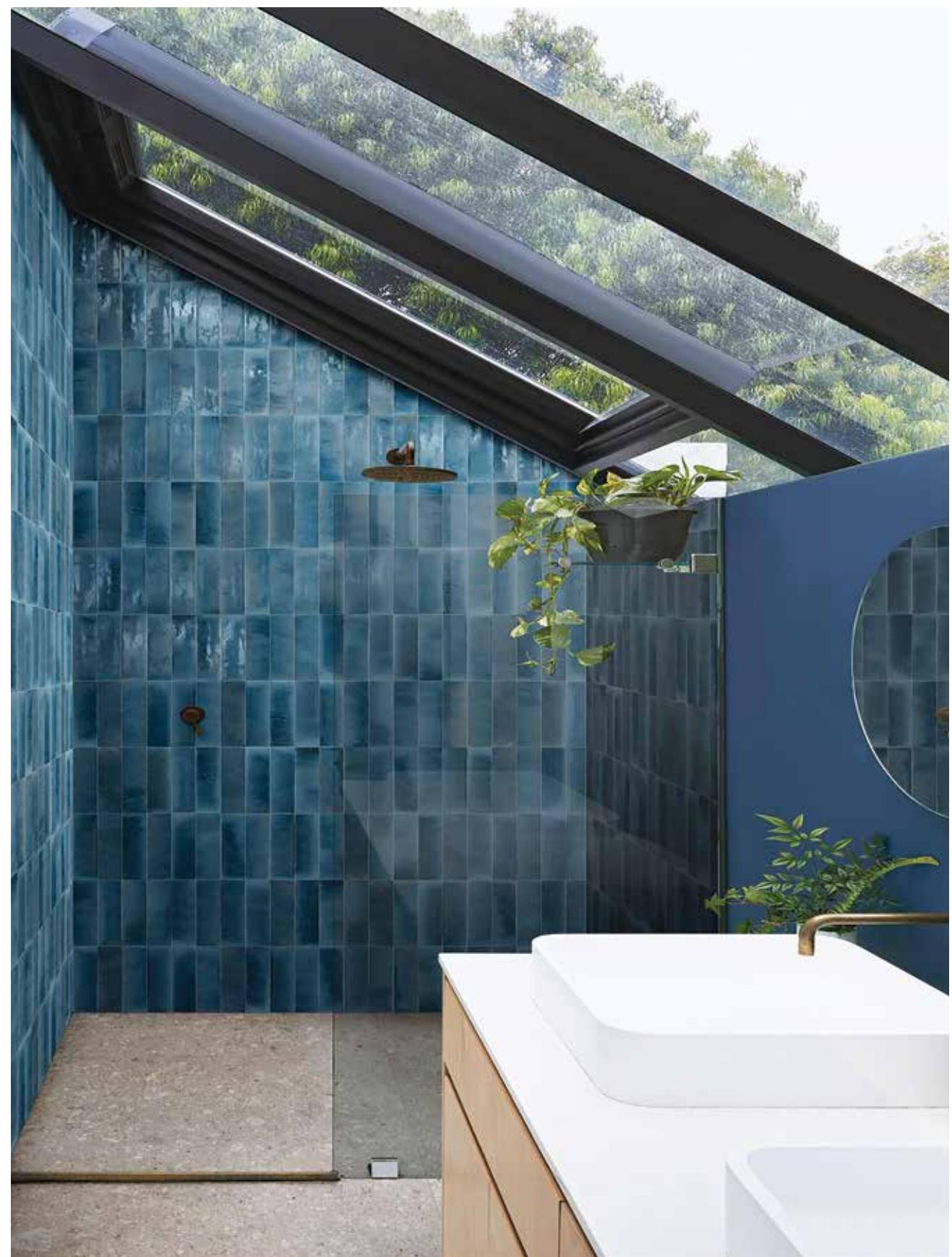
GRAUº is a ceramics studio based in Lisbon and created by Isac Coimbra and Diogo Ferreira in 2020. With four-handed production, they created a small studio at home and transformed isolation into a creative emancipation of concrete pieces, which have already taken the brand outside their house, with orders coming not only from Portugal, but all over the world. They sell tribal-style wall masks, mobiles, vases, jugs and fruit bowls among others. They use a mixture of refractory pastes in different shades, between black, terracotta and white, with and without glazes, and with additions in jute and rope. Everything is made by hand, from the initial kneading to the final firing.



JRBOTAS

A JRBOTAS apresenta uma vasta gama de grés cerâmico produzido com matérias-primas de alta qualidade e tecnologias exclusivas. Os cerâmicos oferecem uma maior durabilidade e resistência comparativamente às pedras naturais. Sendo também mais leves, têm uma grande variedade de tamanhos e acabamentos. Poderá espremer limões ou derramar vinho sobre eles que não ficarão manchados. E usá-los como base para cortar alimentos sem correr o risco de os estragar. O revestimento de uma piscina ou a sua envolvente, assim como um duche ou uma cozinha, nunca mais serão escorregadios. Desfrute da sua casa com o maior conforto e segurança possíveis.

JRBOTAS presents a wide range of ceramic stoneware produced with high quality raw materials and exclusive technologies. The ceramics offer greater durability and resistance than natural stones. They are also lighter, and available in a large variety of sizes and finishes. You can squeeze lemons or pour wine over them and they won't stain. And use them as a base to cut food without running the risk of spoiling them. The lining of a swimming pool or its surroundings, as well as a shower or a kitchen, will never be slippery again. Enjoy your home in the greatest possible comfort and safety.



MUSGO

Depois de três anos no Rio de Janeiro, Margarida e Rui regressam a Portugal e criam a MUSGO. No seu estúdio, numa antiga vacaria, entre tanto restaurada, desenham diversas peças de mobiliário, dando aos candeeiros o maior destaque. As madeiras utilizadas são provenientes de obras de reabilitação de casas antigas portuguesas, como vigas, portas, janelas, soalho e estruturas de telhados. E, em parceria com a Universidade de Aveiro, utilizam também o eco-cimento como material pioneiro e inovador no *design*. Além do cuidado na seleção dos materiais, incluindo vernizes biológicos, potenciam a produção local, o carácter manual e a subsistência de profissões que estão a cair em desuso. A MUSGO acredita que, a cada passo e escolha que faz, caminha para a valorização e respeito pelas pessoas e pelo planeta.

After three years in Rio de Janeiro, Margarida and Rui returned to Portugal and created MUSGO. In their studio, in an old cowshed since restored, they design a host of pieces of furniture, primarily focusing their efforts on lamps. The wood they use comes from restoration work on old Portuguese houses, such as beams, doors, windows, flooring and roof structures. And, in partnership with the University of Aveiro, they also use eco-cement as a pioneering and innovative material in design. Besides the care taken in the selection of materials, including organic varnishes, they boost local production, the craftsmanship and the livelihood of professions that are falling out of favour. MUSGO believes that with each step and choice it makes, it is walking towards appreciation and respect for people and the planet.



Branca

A casa portuguesa de *design* Branca orgulha-se de trabalhar com produtores artesanais de alta qualidade, combinando as suas habilidades com as mais recentes ferramentas de produção digital. Uma união que pretende atingir o nível de marca internacional de produtos de alta qualidade. Uma dessas propostas é a cadeira *Ria*. Usando o tubo de aço inoxidável, o designer Marco Sousa Santos transformou a estrutura tubular elementar numa composição visual de linha curva, retomando o *design* óbvio e eficiente deste género de móveis, para trazer uma cadeira atemporal forte, empilhável e charmosa.

Portuguese design house Branca prides itself on working with high quality artisans, combining their skills with the latest digital production tools. A union that aims to reach the level of an international brand of high-quality products. One such proposal is the *Ria* chair. Using stainless steel tubing, designer Marco Sousa Santos has transformed the elementary tubular structure into a visual composition of curved lines, taking up the obvious and efficient design of this genre of furniture to create a strong, stackable and charming timeless chair.





Monkey Business

Este espremedor de frutas cítricas em madeira tem uma natureza irreverente e cumpre a sua missão como nenhum outro. Um utensílio elegante, ecológico e muito divertido que pode adicionar à decoração da sua cozinha. Não há nada de que *Juice Bruce* goste mais do que sumos. De cabeça, mergulha nos limões, nas laranjas e nas toranjas, torcendo e girando (com a sua ajuda) até conseguir extrair a última gota. Verá que é um fiel aliado, muito prático e sempre disponível.

This wooden citrus squeezer is irreverent by nature and accomplishes its mission like no other. An elegant, ecological and fun utensil that you can add to your kitchen décor. There is nothing *Juice Bruce* loves more than juicing. Head first, he dives into lemons, oranges and grapefruits, twisting and turning (with your help) until he gets the last drop out. You'll see that he's a faithful ally, very practical and always very willing.





O
OPINIÃO / OPINION

Mónica Hedderich

DIRETORA ARTÍSTICA DA HMD INTERIORS
ART DIRECTOR OF HMD INTERIORS

A verdadeira sustentabilidade

Todos os dias estamos rodeados de coisas que definitivamente precisamos: aquela camisola para quando faz frio, aquele chapéu para quando faz calor, aquele descascador de bananas que nos poupará montes de tempo e aquela nova peça para decorar a nossa casa. Precisamos destas coisas como as plantas precisam de sol. São elementos essenciais para nos manter ocupados, precisamos de sentir como se estivéssemos a avançar ou a ajudar alguém. E quando não conseguimos encontrar outra forma de o fazer, compramos algo que nos dá a mesma sensação. Estamos na era da sustentabilidade – os nossos produtos alimentares foram substituídos por produtos biológicos, verdes, ecológicos, sustentáveis. Mas o que é que isto realmente significa? É claro que o *sourcing* é um aspeto muito importante – são necessárias fontes certificadas e fiáveis para desenvolver produtos, mas será este o objetivo principal? O nosso consumo como indivíduos está longe de ser sustentável, porque é simplesmente impossível acompanhar a quantidade de coisas que possuímos. Precisamos de repensar o quanto compramos ao mesmo nível, se não mais elevado, que pensamos no que compramos. Acredito na importância de construir produtos que irão

durar com o tempo. Para o conseguir, dois objetivos principais vêm à mente: um é obviamente a qualidade – materiais de boa qualidade não precisam de muito para brilhar –; e o outro: o *design* intemporal – um produto com um *design* simples e duradouro nunca precisará de ser substituído, resistirá às mudanças na sua vida, no seu gosto, e ajustar-se-á, facilmente, a diferentes cenários. A sustentabilidade significa inscrever-se em ações que podem ser continuadas para sempre. Claramente, comprar coisas novas, muitas vezes, não pode ser incluído em tais ações e, por isso, acredito que é a nossa responsabilidade criar apenas peças sem idade, eternas, robustas e bonitas. Ensinar à próxima geração a importância da qualidade e da arte sobre o desejo de coisas. Esta é a nossa forma de contribuir para um mundo melhor. Basta de *fast* e descartável. Basta de criar desperdício em vez de criar beleza intemporal. Basta de mais. Acreditamos em menos, melhor, duradouro. A HMD Interiors está a fornecer produtos 100% produzidos em Portugal para o mundo. Orgulhamo-nos dos nossos produtos artesanais feitos com materiais que conhecemos e em que confiamos.

True sustainability

Every day we are surrounded by things we definitely need: that sweater for when it gets cold, that hat for when it gets hot, that banana peeler that will save us a tonne of time and that new piece to decorate our home. We need these things just as plants need sunshine. They are essential elements to keep us entertained, we need to feel as if we are moving forward or helping someone. And when we can't find another way to do this, we buy something that feels like it. We are in the era of sustainability – our food products have been replaced by organic, green, eco-friendly, sustainable ones. But what does this really mean? Of course, sourcing is a very important aspect – certified and reliable sources are needed to develop products, but should this be the main goal? Our consumption as individuals today is far from sustainable because it is simply impossible to keep up with the amount of stuff we own. We need to rethink how much we buy at the same, if not higher level, as we think about what we buy. I believe in the importance of building products that will last over time. To achieve this, two

main goals come to mind: one is obviously quality – good quality materials don't need much to shine; and the other: timeless design – a product with simple, lasting design, will never need to be replaced, it will stand against the changes in your life, in your taste and will easily adjust to different scenarios. Sustainability means signing up to actions that can be continued forever. Clearly, buying new things often can't be included in such actions and so I believe it is our responsibility to create nothing but ageless, everlasting, robust and beautiful pieces. Teach the next generation the importance of quality and art over the desire for things. This is our way of contributing to a better world. Enough of fast and disposable. Enough of creating waste instead of creating timeless beauty. Enough of more. We believe in less, better, lasting. HMD Interiors is sourcing products 100% produced in Portugal to the world. We are proud of products made by artisan hands, with materials we know and trust.




Cobermaster®
Concept
Cool Art Furniture

www.cobermasterconcept.com

customer@cobermasterconcept.com



talking to:

PAULO MATEUS PINTO

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

“Até 2025 todos os nossos artigos serão 100% responsáveis”

Em Portugal há 33 anos, a La Redoute é uma marca sólida nos segmentos de moda, casa e decoração. Um caminho que começou com as vendas por catálogo, passou, mais tarde e de forma pioneira, exclusivamente para o formato digital e, recentemente, remando contra a corrente, levou a empresa a abrir duas lojas físicas no país (Porto e Lisboa), quando a pandemia obrigou muitas portas a fechar. Nesta entrevista, Paulo Mateus Pinto, CEO da La Redoute em Portugal, levanta o véu sobre o futuro, que caminha a par e passo com a sustentabilidade e a responsabilidade social, e revela que manter o foco na satisfação do cliente é o grande segredo para o sucesso do negócio.

“By 2025 all our items will be 100% responsible”

In Portugal for 33 years, La Redoute is a solid brand in the fashion, home and decoration segments. A path that began with catalogue sales, later passed, in a pioneering way, exclusively to digital format and recently, going against the current, led the company to open two physical stores in the country (Oporto and Lisbon), when the pandemic forced many doors to close. In this interview, Paulo Mateus Pinto, CEO of La Redoute in Portugal, lifts the veil on the future that goes hand in hand with sustainability and social responsibility, and reveals that keeping the focus on customer satisfaction is the great secret of business success.

A pandemia veio aumentar as compras online, mas foi precisamente nessa altura que abriram as duas lojas físicas em Portugal. Porque assumiram esse risco?

No nosso planeamento estratégico para 2020 estava definida a abertura de uma loja. O início da pandemia não alterou em nada aquilo que era a nossa visão porque, ao atingirmos a maturidade digital, uma abordagem omnicanal apresenta-se naturalmente num cenário de evolução. No nosso caso, estavam construídos os alicerces de uma estratégia que sempre pressupôs, acima de tudo, a satisfação do cliente, pelo que a abertura de uma loja física surge como consolidação dessa prioridade.

Quisemos tornar acessível fisicamente a experiência de compra na La Redoute. A abertura de uma loja física permite-nos desmistificar os eventuais receios por vezes implícitos numa compra digital, principalmente quando se trata de artigos de maior valor, como é caso da oferta dedicada à casa quando comparada com a moda. O nosso objetivo principal? Proporcionar uma experiência de descoberta em que o consumidor pode visualizar parte dos nossos artigos, tocá-los, senti-los... O percurso e a concretização da compra podem ser efetuados na loja, por intermédio das nossas assistentes, diretamente na app ou em casa, via computador.

Que balanço fazem destes dois grandes investimentos?

Abrimos duas lojas num espaço inferior a um ano e, neste momento, precisamos de dar tempo ao tempo para retirar as devidas conclusões, mas os resultados das lojas de Lisboa e do Porto são interessantes, porque evidenciam dois comportamentos de compra bem distintos, com KPI [Key Performance Indicators] diferenciados. Esse antagonismo necessita de mais maturidade para as devidas conclusões.

Pode levantar um pouco o véu sobre os objetivos da empresa para este ano, nomeadamente sobre a sustentabilidade e responsabilidade social corporativa, temas muito importantes para a empresa?

Em 2022 mantemos o foco na satisfação dos nossos clientes e na conquista de novos consumidores, são estas as grandes prioridades do ano. Paralelamente, assumimos um grande desafio, completamente transversal em todos os países onde estamos presentes: tornarmo-nos uma marca 100% sustentável. Temos metas muito precisas e diariamente damos passos relacionados com a nossa política de responsabilidade social corporativa e de sustentabilidade. Concretizando um pouco: até 2025 todos os nossos artigos serão 100% responsáveis

[La Redoute Collections, La Redoute Intérieurs e AM.PM]. Este número será alcançado já em 2022 no mercado da moda. Em 2030 assumiremos a nossa neutralidade em emissões de carbono, 50% de redução e 50% de compensação. Também para 2030 assumimos o compromisso de abolir por completo a utilização de plástico de uso único.

Para atingir estas metas, estão implícitas muitas alterações e um recurso constante à inovação que engloba todo o ciclo do produto. Também a qualidade do serviço prestado ao consumidor está muito assente na nossa capacidade de inovar e de colocar ao dispor do cliente ferramentas e soluções que vão ao encontro das suas necessidades.

“Os resultados obtidos em Portugal são positivamente surpreendentes”

O preço dos vossos produtos de mobiliário e de decoração de interiores reflete já uma aposta num segmento de clientes mais alto? Têm em vista chegar ao mercado de luxo?

Os nossos estilistas e designers representam um know-how excepcional que se reflete em cada nova coleção. No segmento da moda, 70% da nossa faturação assenta nos artigos de marcas próprias La Redoute, nomeadamente através da La Redoute Collections. O segmento da casa, onde se enquadram os produtos de mobiliário e decoração de interiores, tem a assinatura das nossas marcas – AM.PM. e La Redoute Intérieurs. Estas duas marcas, apesar de serem ambas desenvolvidas pelos nossos designers têm características diferentes na sua essência e equipas distintas de criadores. Em comum, um estilo que assenta na elegância, na subtileza e na descontração, inspirados na *art de vivre* francesa, reconhecida em todo o mundo.

A La Redoute Intérieurs assume características de grande inspiração e tem alcançado uma enorme proximidade junto do consumidor por seguir as linhas de tendência de decoração com um cunho de autenticidade único.

Requintada e exclusiva, a AM.PM. tem vindo a conquistar o seu espaço junto de um segmento mais alto, dado o seu posicionamento de luxo. A AM.PM. surgiu há 30 anos, marcado pelo seu design surpreendente, pela nobreza das matérias utilizadas e pela irreverência do conceito que define a marca. Os resultados obtidos em Portugal são positivamente surpreendentes neste segmento. Pela nossa história, somos e seremos uma marca para as famílias e queremos proporcionar uma oferta que responda às necessidades de todos os públicos. A aposta no mercado do luxo não é um objetivo, mas a

relevância que a casa assumiu no nosso dia a dia leva-nos, naturalmente, a oferecer um leque alargado de opções para todos os segmentos de clientes.

"As nossas previsões para o futuro são ambiciosas"

E, segundo já referiu, a vossa oferta nessa área pensa no cliente particular, mas também no profissional. Há números que possam refletir estas duas realidades?

De facto, a aposta no setor da casa veio abrir as portas do mercado B2B [Business-to-Business] que hoje já alcança uma expressão bastante interessante. São cada vez mais os profissionais que nos procuram e que incluem a La Redoute nos seus projetos. Temos alcançado rácios de conversão bastante elevados quando participamos em concursos. As nossas previsões para o futuro são ambiciosas.

A La Redoute é uma marca de confiança dos consumidores portugueses. Há quatro anos consecutivos, a marca lidera, no Portal da Queixa, o melhor Índice de Satisfação na sua categoria: Loja Online de Moda, Casa e Decoração. Qual o segredo?

Toda a nossa estratégia assenta na satisfação do consumidor, ele é o centro de tudo na nossa organização. Para atingirmos esses objetivos, avaliamos todas as nossas ações através do método NPS [Net Promoter Score]. Este indicador é utilizado na definição da estratégia, as opiniões dos nossos clientes são analisadas e são o ponto de partida na definição de planos de ação. Esta abordagem permite-nos alcançar classificações NPS bastante elevadas. O reconhecimento feito por organizações externas, como o Portal da Queixa, vem confirmar o que validamos junto dos nossos clientes. Apesar de muito gratificante, este galardão não é encarado com uma surpresa, mas sim como reflexo de uma estratégia. A satisfação do cliente faz parte do ADN da La Redoute.



The pandemic has increased online shopping, but it was precisely at that time that the two physical stores were opened in Portugal.
Why did you take that risk?

The opening of a shop was defined in our strategic planning for 2020. The beginning of the pandemic did not change our vision at all, because when we reach digital maturity, an omnichannel approach naturally presents itself in an evolving scenario. In our case, the foundations were laid for a strategy that has, above all else, always envisaged customer satisfaction and so the opening of a physical store is a consolidation of this priority. We wanted to make the La Redoute shopping experience physically accessible. The opening of a physical store allows us to demystify the possible fears sometimes involved in a digital purchase, especially when it comes to higher value items, as is the case with homeware items compared to fashion. Our main goal? To provide a discovery experience where the consumer can see a range of our products, touch them, feel them... The journey and the actual purchase can be made in the shop, through our assistants, directly on the app or at home via computer.

What is your assessment of these two major investments?

We opened two stores in less than a year and at the moment we need to give ourselves time to draw the necessary conclusions, but the results of the Lisbon and Oporto stores are interesting because they show two very different purchasing behaviours with different KPIs [Key Performance Indicators]. This antagonism needs more maturity for the proper conclusions to be drawn.

Can you lift the veil a little on the company's goals for this year, namely on sustainability and corporate social responsibility, very important themes for the company?

In 2022 we will keep our focus on satisfying our customers and conquering new consumers, these are the major priorities for the year. At the same time, we embarked on a great challenge, right across the board in all the countries we operate in: to become a 100% sustainable brand. We have very precise goals and every day we take steps related to our corporate social responsibility and sustainability policy.

To clarify a little: by 2025 all our items will be 100% responsible (La Redoute Collections, La Redoute Intérieurs and AM.PM). This figure will be reached as early as 2022 in the fashion market. By 2030 we will reach our neutrality in carbon emissions, 50% reduction and 50% offset. Also by 2030 we have made a commitment to completely abolish the use of single-use plastics.

Achieving these targets implies many changes and a constant use of innovation that encompasses the entire product cycle. The quality of our customer service is also very much based on our ability to innovate and provide tools and solutions that meet our customers' needs.

"The results obtained in Portugal are positively surprising"

Do the prices of your furniture and interior decoration products already reflect a investment in a higher segment of customers? Are you aiming at reaching the luxury market?

Our stylists and designers represent exceptional know-how that is reflected in each new collection.

In the fashion segment, 70% of our turnover is based on La Redoute own-brand items, namely through La Redoute Collections. The home segment, which includes furniture and interior decoration products, is covered by our own brands – AM.PM. and La Redoute Intérieurs. These two brands, despite being both developed by our designers, display different characteristics in their essence and have different teams of creators. They share a style based on elegance, subtlety and casualness inspired by the French *art de vivre*, recognised around the world.

La Redoute Intérieurs is highly inspirational and has been increasingly well received by consumers because it follows decorating trends with a unique stamp of authenticity.

Exquisite and exclusive, AM.PM. has been conquering its space within a higher segment due to its luxury positioning. AM.PM. came about 30 years ago, making its mark with its surprising design, the nobility of the materials used and the irreverence of the concept that defines the brand. The results obtained in this segment in Portugal are positively surprising. Because of our history, we are and will remain a brand for families and we want to provide an offer that meets the needs of all audiences. The focus on the luxury market is not a goal, but the relevance that the home has assumed in our daily life naturally leads us to offer a wide range of options for all customer segments.

“Our forecasts for the future are ambitious”

As you have already mentioned, your product range considers the private customer in this area, but also professionals. Are there any figures that reflect these two realities?

In fact, the focus on the home sector has opened the doors to the B2B [Business-to-Business] market, which has already achieved very interesting results today. More and more professionals are coming to us and include La Redoute in their projects. We have achieved very high conversion ratios when we participate in tenders. Our forecasts for the future are ambitious.

La Redoute is a trusted brand for Portuguese consumers. For four consecutive years, the brand has led the Complaint Portal for the best Satisfaction Index in its category: Fashion, Home and Decoration Online Shop. What is the secret?

Our entire strategy is based on consumer satisfaction, the consumer is the centre of everything in our organisation. In order to achieve these goals we evaluate all our actions using the NPS [Net Promoter Score] method. This indicator is used in defining the strategy, our customers' opinions are analysed and are the starting point in defining action plans. This approach enables us to achieve very high NPS scores. The recognition by external organisations such as the Complaint Portal confirms what we validate with our customers. Although very gratifying, this award is not seen as a surprise, but rather as a reflection of a strategy. Customer satisfaction is part of La Redoute's DNA.



O CLIMA MUDOU, PORQUE NÃO NÓS?

Orgal
impressores





IN STYLE





Dolce&Gabbana

Zest de Lemon, Doce Orange e Pineapple Exótico: a *Fruit Collection* é um trio fresco e brincalhão de *eaux de toilettes*. Cada fragrância é centrada em torno de uma fruta singular, composta por uma combinação complexa de essências raras e cuidadosamente elaboradas. A coleção capta a vitalidade dos pomares mediterrâneos, em plena florescência. Elegantes e sofisticadas, as tampas em forma de fruta são inspiradas nos motivos da emblemática cerâmica maiólica da Sicília, recordando os frascos icônicos de água-de-colônia usados por todas as famílias italianas no passado.

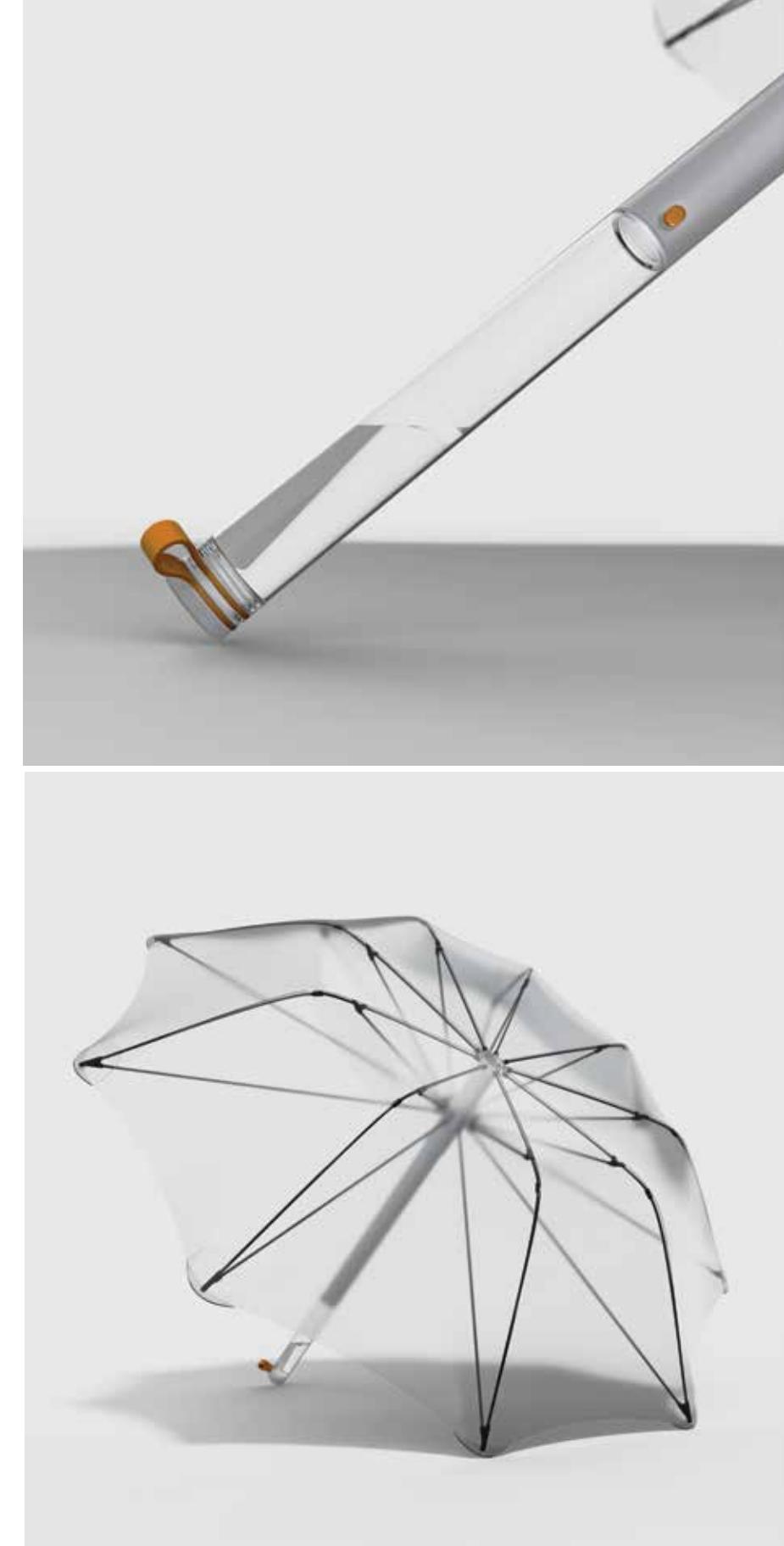


Lemon Zest, Sweet Orange and Exotic Pineapple: the *Fruit Collection* is a fresh and playful trio of *eaux de toilettes*. Each fragrance is centred around a singular fruit, composed of a complex combination of rare and carefully crafted essences. The collection captures the vitality of Mediterranean orchards in full bloom. Elegant and sophisticated, the fruit-shaped caps are inspired by the motifs of Sicily's iconic Maiolica earthenware, recalling the iconic cologne bottles used by all Italian families in the past.

NONAGON

Este guarda-chuva é só um protótipo, mas acreditamos que poderia ter grande aceitação no mercado. É que ele dá-lhe a possibilidade de armazenar e beber água da chuva purificada devido ao seu sistema de filtragem, que é composto por três níveis: malha metálica, na parte superior, para recolher gotas; bloco removível, no interior, que contém um filtro de carbono; e uma membrana para remover todos os químicos e orgânicos, bem como gostos e odores da água. Quando o processo de filtragem é concluído, a água potável desce pelo cano de vidro com capacidade para guardar 220 ml. Também poderá atarraxar uma garrafa padrão no fundo do cano. O projeto chama-se *Nonagon* e é da autoria do jovem designer russo Volkan Ugurel.

This umbrella is only a prototype, but we believe it could go down extremely well on the market. The umbrella allows you to store and drink purified rainwater due to its filtering system, which is composed of three levels: metal mesh at the top to collect drops; a removable block inside that contains a carbon filter; and a membrane to remove all chemicals and organics as well as tastes and odours from the water. When the filtration process is complete, the drinking water flows down the glass shaft, which is able to hold up to 220 ml. You can also screw a standard bottle to the bottom of the shaft. The project is called *Nonagon* and is by young Russian designer Volkan Ugurel.



LATCH

A LATCH surge da ambição de dois jovens, Sofi e César, que pretendiam, através da sua paixão pela moda, ter um impacto positivo na sociedade que os rodeia, respondendo a uma das indústrias mais poluidoras do mundo – a moda. Resultado: cintos originais, unissexo, sustentáveis e de qualidade. Cada um dos produtos é feito à mão por um conjunto de artesãs da Guatemala. Ou seja, não há uma peça igual a outra, são irrepetíveis. Todo o processo de fabrico é realizado com matérias-primas locais, utilizando corantes vegetais e fibras de algodão orgânico. Graças à atividade desta empresa, várias famílias ganham um salário mais elevado.

LATCH came about through the ambition of two young people, Sofi and César, who wanted, through their passion for fashion, to have a positive impact on the society around them, responding to one of the most polluting industries in the world – fashion. The result: original, unisex, sustainable and quality belts. Each of their products is handmade by a group of craftswomen from Guatemala. In other words, no two pieces are alike, they are unrepeatable. The entire manufacturing process is achieved with local raw materials, using vegetable dyes and organic cotton fibres. Thanks to the activity of this company, several families see their income increase.



Juice BEAUTY

A máscara em pó *vegan* da atriz Kate Hudson hidrata com ingredientes vegetais ricos em antioxidantes e de alta tecnologia. Desintoxica e clarifica, deixando a pele luminosa, hidratada, suave e mais radiante. Com ingredientes certificados, garante não ter sido testada em animais e, ao mesmo tempo, é amiga do ambiente. A embalagem também não foi deixada ao acaso: usa vidro reciclável e tem tampa de madeira, sem forro de plástico, para permitir a reciclagem. Tudo certificado pelo Forest Stewardship Council, a organização sem fins lucrativos, de âmbito internacional, dedicada à promoção de uma gestão florestal ambientalmente adequada.

Actress Kate Hudson's vegan powder mask moisturises with antioxidant-rich, high-tech plant ingredients. It detoxifies and clarifies, leaving skin glowing, hydrated, smooth and more radiant. With certified ingredients, and the guarantee that it has not been tested on animals, this is an environmentally friendly product. The packaging hasn't been left to chance either: it uses recyclable glass and has a wooden lid, with no plastic lining to enable recycling. All certified by the Forest Stewardship Council, the international non-profit organisation dedicated to promoting environmentally sound forest management.





Furla

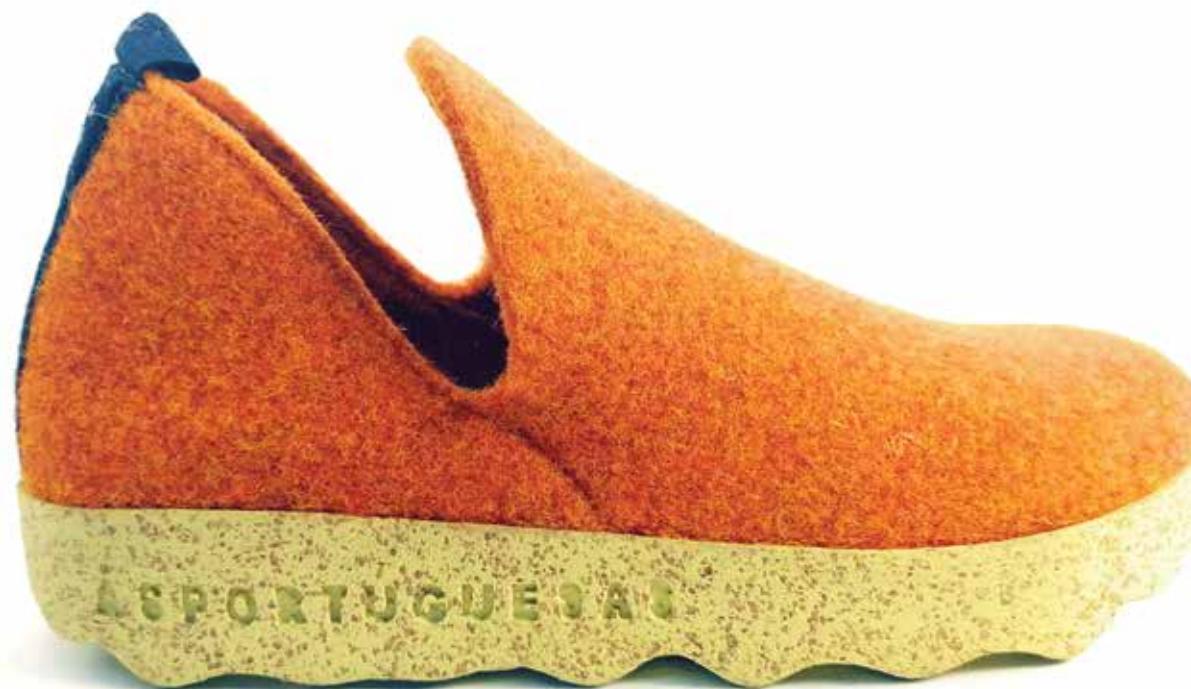
O colorido *Field of Flowers*, que decorreu na *Milan Fashion Week*, celebrou o regresso do icónico modelo *Furla Candy*, numa nova versão que assumiu o nome de *Furla Re-Candy*. A nova edição da mala, apresentada no evento exclusivo para conhecidas celebridades, foi fabricada utilizando uma gama de materiais criativamente reciclados. A exposição representa o espírito da primeira coleção cápsula totalmente sustentável da Furla. As bolsas estão disponíveis numa variedade de quatro cores e dois tamanhos.

The colourful *Field of Flowers*, which took place at *Milan Fashion Week*, celebrated the return of the iconic *Furla Candy* model, in a new version that took on the name *Furla Re-Candy*. The new edition of the bag, presented at the exclusive event for famed celebrities, was made using a range of creatively recycled materials. The show represents the spirit of Furla's first fully sustainable capsule collection. The bags are available in a variety of four colours and two sizes.



ASPORTUGUESAS

De confeção totalmente portuguesa, não poderia ter outro nome. ASPORTUGUESAS começou, em 2014, por produzir apenas chinelo. Seguiram-se os sapatos e as botas. A startup contou com o investimento do maior grupo de transformação de cortiça do mundo, o Grupo Amorim. E, em 2018, juntou-se também à experiência da produção de calçado de Fortunato Frederico. O conceito da marca assenta na ecologia. É um produto 100% sustentável, que usa materiais como grãos de café, algodão e lã. Mas, maioritariamente, tem cortiça. As solas são feitas dos restos usados para produzir rolhas. O segredo está na casca dos sobreiros que crescem algures entre Trás-os-Montes, Ribatejo e Alentejo. No fim, a cortiça é misturada com borracha natural numa fábrica em Paredes de Coura.



Made entirely in Portugal, it couldn't have any other name. ASPORTUGUESAS started, in 2014, with producing nothing but slippers. Then shoes and boots followed. The start-up enjoyed investment from the world's largest cork processing group, the Amorim Group. And, in 2018, it also joined by the footwear production experience of the Fortunato Frederico. The brand's concept is based on ecology. It is a 100% sustainable product, which uses materials such as coffee beans, cotton and wool. But, for the most part, it has cork. The soles are made from the leftovers resulting from cork stopper production. The secret lies in the bark of the cork oaks that grow somewhere between Trás-os-Montes, Ribatejo and Alentejo. At the end, the cork is mixed with natural rubber in a factory in Paredes de Coura.

Spa Ceylon

Se há marca que tem, na sua génese, a preocupação com os valores humanos e ambientais é a Spa Ceylon. Esta referência no setor global do bem-estar de luxo, que se estabeleceu como uma das maiores cadeias de Ayurveda do mundo, nasceu em 2009, no Sri Lanka. Um sucesso que se deve à qualidade dos mais de 500 produtos cuja gama completa inclui os cuidados de corpo (pele, banho, cabelos, óleos, bálsamos, cosméticos) e também *home aroma* (velas, incensos, infusões de ervas e chás *gourmet*). Todos concebidos sob o signo do respeito pelo comércio justo, da colheita sustentável dos ingredientes, da conservação da vida selvagem, da proteção dos direitos humanos e ambientais. Uma marca 100% vegetariana com aromas irresistíveis e duráveis. Não há como não gostar.

If there is a brand that has, at its very origin, a concern for human and environmental values, it is Spa Ceylon. This leading name in the global luxury wellness sector, which has established itself as one of the world's largest Ayurveda chains, was founded in Sri Lanka in 2009. A success that is due to the quality of more than 500 products, the complete range of which includes body care (skin, bath, hair, oils, balms, cosmetics) and also home aromas (candles, incense, herbal infusions and gourmet teas). All designed with a mind to respect for fair trade, the sustainable harvesting of ingredients, the preservation of wildlife and the protection of human and environmental rights. A 100% vegetarian brand with irresistible, long-lasting aromas. You can't help but love it.





TOUS

A coleção *Hav* da TOUS desafia todas as normas para que também se possa desafiar todos os dias. Falamos de joias versáteis [anéis, colares, brincos e pulseiras], com formas onduladas que representam a água, as ondas, as suas sombras e os seus reflexos, através de *designs* contemporâneos em prata e prata *vermeil* que convidam ao *mix & match* [uma mistura dos dois materiais]. Descubra também a *Hav XL*, a versão maximalista da coleção, com peças de grande volume para um *look* impactante.

The *Hav* collection, from TOUS, defies all norms, so that you can also challenge yourself every day. We are talking about versatile jewellery [rings, necklaces, earrings and bracelets], in undulating shapes, representing water, waves, their shadows and reflections through contemporary designs in silver and *vermeil* silver that invite you to mix and match [a mixture of the two materials]. Take a look at *Hav XL* too, the maxi version of the collection, with large-volume pieces for a striking look.



SUL

Dora Osório sabe exatamente aquilo que quer encontrar nas suas peças, sejam bolsas, carteiras, estojos ou aventais – simplicidade. Artigos que perdurem no tempo e que passem de pais para filhos, com memórias associadas, gravadas como tatuagens. E não há interesse em ter muitos modelos ou em seguir tendências da moda. Não há coleções de verão ou de inverno ou sessões de fotos sazonais. A marca pretende contribuir para um consumo responsável. Os modelos adaptam-se às necessidades da maioria das pessoas. Tudo feito à mão, peça a peça, por artesãos que lhes dedicam todo o tempo necessário.

Dora Osório knows exactly what she wants to see in her pieces, be they bags, wallets, cases or aprons – simplicity. Items that last over time and that are passed down from parents to children, with associated memories, engraved like tattoos. And she has no interest in developing many models or in following fashion trends. There are no summer or winter collections or seasonal photo shoots. The brand's goal is to make an effective contribution to responsible consumption. The creations adapt to the needs of most people. Everything is handmade, piece by piece, by craftsmen, who devote all the time necessary to them.





Petit Pli

Fundada em 2017 pelo engenheiro aeronáutico Ryan Mario Yasin, a Petit Pli inventa e aplica tecnologias de materiais inovadoras que resolvem problemas de indivíduos, empresas e do planeta em toda a cadeia de valor têxtil. Inspirado pela sua experiência, Ryan criou roupas que crescem com as pessoas, reduzindo a pegada de água e de carbono e a necessidade de continuar a comprar roupas novas. Poupa-se na carteira e poupa-se o meio ambiente. E aposta-se na roupa sem género, versátil, que se adapta a uma ampla variedade de formas e tamanhos corporais, estilos, atividades e objetivos. Se estender a vida útil das roupas por nove meses isso equivale a uma redução de carbono e de água de 20-30%, imagine o que 90 anos ou mais poderiam fazer.

Founded in 2017 by aeronautical engineer Ryan Mario Yasin, Petit Pli invents and applies innovative textile technologies that solve problems for individuals, businesses and the planet across the textile value chain. Inspired by his experience, Ryan has created clothes that grow with people, reducing water and carbon footprints and the need to keep buying new clothes. You save money and you save the environment. And you invest in genderless, versatile clothing that fits a wide variety of body shapes and sizes, styles, activities and objectives. If extending the life of clothes by nine months equates to a carbon and water reduction of 20-30%, imagine what 90 years or more could do.

PURA

A PURA é portuguesa, artesanal e feita com matérias-primas 100% nacionais e naturais, autóctones do Alentejo. Uma linha de cosmética composta por óleos e cremes hidratantes, aos quais se juntam desodorizantes em creme, bálsamos labiais, champôs sólidos, sabonetes e chás. Produtos ecológicos que promovem um estilo de vida mais saudável e que produzem o menor impacto possível na vida do planeta. Todos não-tóxicos, dando uma nova reputação às plantas do montado alentejano de Carla e Jorge, como é o caso da esteva, do rosmaninho e da camomila, que abundam em todas as veredas e montes.

PURA is Portuguese, handmade and made with 100% national and natural raw materials, native to the Alentejo. A cosmetic range composed of moisturising oils and creams, joined by cream deodorants, lip balms, solid shampoos, soaps and teas. Eco-friendly products that promote a healthier lifestyle and have as little impact as possible on the life of the planet. All non-toxic, giving a new reputation to the plants of Carla and Jorge's Alentejo estate, such as rock rose, rosemary and chamomile, which abound along all the trails and hills.



MISSONI

A MISSONI assumiu o compromisso de, progressivamente, ser o mais sustentável e ética possível. Sustentabilidade e responsabilidade social fazem agora parte da estética M. Por isso a marca busca constantemente melhorar e avançar nessa direção: "com Cuidado", "com Respeito", "com Propósito". É neste âmbito que surge esta coleção, feita a partir de materiais sustentáveis reciclados e orgânicos, enriquecidos por um cordão multicolorido. As hastes apresentam o logotipo MISSONI por fora e a reivindicação #REMIXREUSERRESPECT na parte interna. A paleta inclui cores impactantes: preto com lentes em cinza, marfim com lentes em verde, azul-celeste com lentes em cinza, vermelho e preto com lentes em cinza.



MISSONI has made a commitment to progressively be as sustainable and ethical as possible. Sustainability and social responsibility are now part of M aesthetics. Therefore, it constantly seeks to improve and move in this direction: "with Care", "with Respect", "with Purpose". And within this very framework we find this collection, made from sustainable recycled and organic materials, enriched by a multi-coloured cord. The temples feature the MISSONI logo on the outside and the #REMIXREUSERRESPECT claim on the inside. The palette includes striking colours: black with grey lenses, ivory with green lenses, sky blue with grey lenses, red and black with grey lenses.

Lobo Apparel

A Lobo Apparel é inspirada nos avós maternos de Bruno Pereira. Maria do Carmo Rosa era modista. Manuel Lucas Rosa era marceneiro e contador de histórias. Ambos criavam peças com mestria, para durarem para sempre. Um legado que inspirou o neto a seguir-lhes o exemplo: produzir peças e artigos de qualidade, duráveis e com uma estética intemporal: calçado, mochilas e malas, canecas e roupa. "Queremos que as pessoas as usem e as estimem, pois assim estamos a contribuir para um planeta melhor, poupando ao máximo os seus recursos e preservando o meio onde vivemos". Parte dos produtos e matérias-primas utilizadas provêm de excessos de produção.

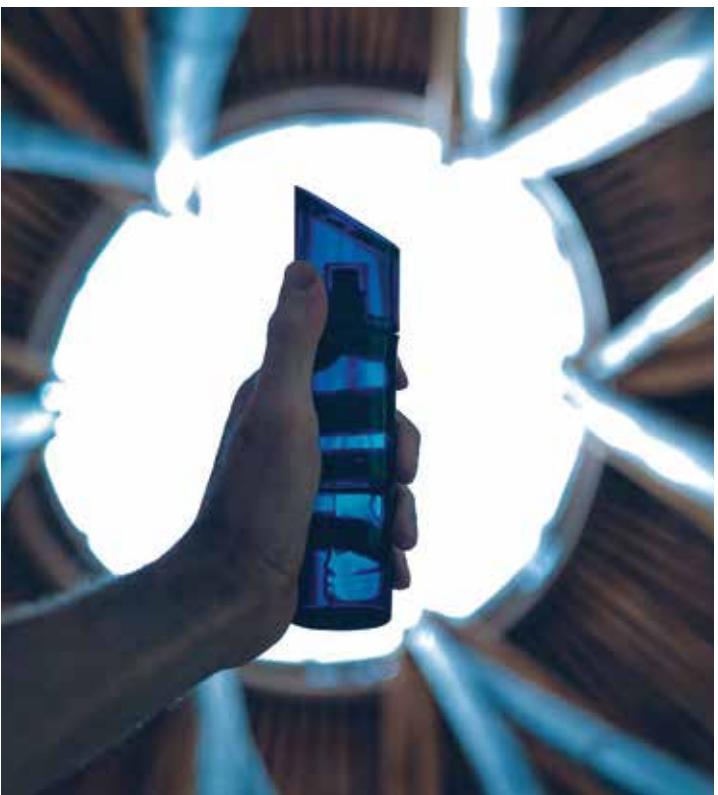
Lobo Apparel is inspired by Bruno Pereira's maternal grandparents. Maria do Carmo Rosa was a fashion designer. Manuel Lucas Rosa was a cabinetmaker and a storyteller. Both were incredibly skillful at creating pieces, to last forever. A legacy that has inspired their grandson to follow their example: to produce quality, durable pieces and items with a timeless aesthetic: footwear, backpacks and bags, mugs and clothing. "We want people to use and cherish them, because in this way we are contributing to a better planet, saving its resources as much as possible and preserving the environment in which we live." Part of the products and raw materials used come from surpluses from production.



Kenzo Homme

Resistente e flexível, o bambu é uma força tranquila da natureza, cada vez mais usado como material de construção para um futuro sustentável e reciclável. Algo que encarna bem o compromisso da Kenzo Parfums com o planeta. Assim, a marca usou o bambu para trazer ares de liberdade a quem o usa. Para que se possa reconectar com a sua natureza e abrace o mundo de forma mais profunda. E, assim, ajude a construir um mundo cada vez mais bonito. *Kenzo Homme Eau de Toilette Intense* é, por isso, um perfume em sintonia com o seu tempo.

Tough and flexible, bamboo is a quiet force of nature, increasingly used as a building material for a sustainable and recyclable future. Something that perfectly embodies Kenzo Parfums' commitment to the planet. Thus, the brand has used bamboo to bring an air of freedom to those who wear it, so that they can reconnect with nature and embrace the world in a deeper way. And thus help to build an ever more beautiful world. *Kenzo Homme Eau de Toilette Intense* is, therefore, a perfume in tune with its time.



GANT

A marca de moda e *lifestyle*, que conta já com 72 anos, posicionou-se no mercado com a *The Future of American Sportswear*. A campanha conta com um elenco ousado de artistas apaixonados e líderes de opinião, que representam a comunidade GANT contemporânea. Juntos, encontram o espaço onde desafiar a conformidade se cruza com as aspirações para o futuro e atribuem autenticidade à campanha com uma mensagem inspiradora de abertura, tolerância e ousadia, promovendo a ideia de uma comunidade inclusiva onde todos são bem-vindos e onde o lema é “desafiar o *status quo*”.

The 72-year-old fashion and lifestyle brand has positioned itself in the market with *The Future of American Sportswear*. The campaign features a bold cast of passionate artists and opinion leaders who represent the contemporary GANT community. Together, they find the space where challenging conformity intersects with aspirations for the future and attribute authenticity to the campaign with an inspiring message of openness, tolerance and boldness, promoting the idea of an inclusive community where everyone is welcome and where the motto is “challenge the *status quo*”.





Eszter Imre

A designer e ceramista húngara Eszter Imre fala ao coração quando o tema são as suas joias de porcelana. A avó fazia coleção de pratos e xícaras, sem que ela entendesse o fascínio. Só quando já era uma artista em formação e foi exposta ao material para fazer arte e esculturas percebeu o quanto apreciava os detalhes delicados e requintados da paixão da avó. O resultado está à vista em muitas outras coleções. Aqui destacamos a *Table Wear*, que captura a essência dessas heranças clássicas. A coleção contém centenas de peças individuais feitas à mão, divididas pelos temas *Handle it*, *Rim*, *Cross cut* e *The everyday porcelain*.

Hungarian designer and ceramicist Eszter Imre speaks to the heart when it comes to her porcelain jewellery. Her grandmother used to collect plates and cups, but Eszter didn't yet understand her fascination. Only when she was already an artist-in-training and was exposed to the material to make art and sculptures did she realise how much she appreciated the delicate and exquisite details of her grandmother's passion. The result can be seen in many other collections. Here we highlight *Table Wear*, which captures the essence of these classic heirlooms. The collection contains hundreds of individual handmade pieces, divided into themes *Handle it*, *Rim*, *Cross cut* and *The everyday porcelain*.

Fradiquita

A Fradiquita é sobre e para mulheres. Mulheres que desafiam os seus próprios limites, que se reinventam, que quebram convencionalismos. É também sobre ousadia e elegância. Irreverência, charme e personalidade. Em cada modelo, irá encontrar a dedicação de artesãos que há várias décadas criam, com as suas próprias mãos, chapéus de qualidade sublime. A Fradiquita adiciona-lhes um toque especial que os torna no reflexo da verdadeira essência feminina. Toda a alma da marca é 100% portuguesa. Para quem quer ser vanguardista sem esquecer a tradição.



Fradiquita is about and for women. Women who challenge their own limits, who reinvent themselves, who break from convention. It is also about bravado and elegance. Irreverence, charm and personality. In each model, you will find the dedication of artisans who, for several decades, have been creating, with their own hands, hats of sublime quality. Fradiquita adds a special touch to them that makes them a reflection of feminine essence at its truest. The soul of the brand is 100% Portuguese. For anyone who wants to be avant-garde without forgetting tradition.



Hunter

Projetada com a sustentabilidade em mente, esta mochila é feita de poliéster 100% reciclado, que foi remasterizado a partir de resíduos pós-consumo. Fiel à identidade da Hunter – uma marca à prova de intempéries –, é resistente à água e até conta com um forro adicional para proteção extra, que também é feito de poliéster 100% reciclado. Com alças acolchoadas ajustáveis, para maior conforto, e bolsos laterais elásticos, para objetos de valor, tem no interior uma capa almofadada para guardar o computador, com acesso lateral. Uma escolha prática e consciente, para usar diariamente.

Designed with sustainability in mind, this backpack is made from 100% recycled polyester, which has been remastered from post-consumption waste. True to Hunter's identity – a weatherproof brand – it is water resistant and even features an additional lining for extra protection, which is also made from 100% recycled polyester. With adjustable padded straps, for greater comfort, and elasticated side pockets, for valuables, it has a padded case inside, with side access, to store your computer. A practical and conscious choice for daily use.



CyanoFabbrica

Inspirada pela pesquisa da Universidade do Colorado, o projeto CyanoFabbrica, da *biodesigner* italiana Cinzia Ferrari, visa aproveitar a capacidade intrínseca das cianobactérias para novas estratégias de biofabricação. As cianobactérias são organismos fotossintéticos e unicelulares que sobreviveram às cinco últimas extinções em massa e podem ser encontrados em quase todos os habitats. Uma espécie de primeiros organismos fotossintéticos a partir dos quais o oxigénio se originou. Estes óculos nascem daí. Giros, ecológicos e resistentes.

Inspired by research at the University of Colorado, the CyanoFabbrica project, by Italian biodesigner Cinzia Ferrari, aims to harness the intrinsic ability of cyanobacteria to biomineralse for novel biofabrication strategies. Cyanobacteria are photosynthetic, single-celled organisms that have survived the last five mass extinctions and can be found in almost all habitats. A species of the first photosynthetic organisms from which oxygen originated. These sunglasses are the result of this. Cool, eco-friendly and tough.



CO2AT

A produtora paquistanesa Azgard9 desenvolveu, em parceria com o laboratório inglês Post Carbon Lab, um casaco que transforma dióxido de carbono em oxigénio. O conceito tem também mão das marcas portuguesas Stream and Tough Guy e This is Pacifica. Batizado *CO2AT*, o casaco tem um capuz tratado com pigmentação microbiana que faz com que este se comporte como uma planta ao utilizar microrganismos fotossintéticos que lhe permitem absorver dióxido de carbono e transformá-lo em glicose e oxigénio. Dessa forma, ao longo do seu ciclo de vida, o casaco liberta oxigénio – equivalente ao produzido por um carvalho, segundo a informação no site da Stream and Though Guy – e melhora o meio ambiente.

In partnership with the UK's Post Carbon Lab, Pakistani producer Azgard9 has developed a coat that transforms carbon dioxide into oxygen. Portuguese brands Stream and Tough Guy and This is Pacifica are also involved in the concept. Named *CO2AT*, the coat has a hood treated with microbial pigmentation that makes it behave like a plant by using photosynthetic micro-organisms that allow it to absorb carbon dioxide and transform it into glucose and oxygen. According to the information on Stream and Though Guy's website, the coat thus releases oxygen throughout its life cycle – equivalent to that produced by an oak tree – and improves the environment.



InfiniteBook

Chama-se InfiniteBook, é *made in Portugal* e é uma espécie de quadro em forma de caderno que permite escrever, apagar e voltar a escrever todas as suas folhas maleáveis e reutilizáveis. Para quem ainda gosta da organização do papel para assentar ideias – mesmo quem é mais tecnológico – este é o formato ideal. Daí a indicação de ser um caderno "infinito". Os cadernos, que incluem sempre uma caneta, vêm em páginas lisas, pautadas, quadriculadas ou pontilhadas. O conceito acaba por também ser ecológico, já que é para reutilizar as mesmas folhas várias vezes, eliminando o desperdício de papel.

Its name is InfiniteBook and it is made in Portugal. A kind of notebook-shaped whiteboard on which you can write, rub out and rewrite on all its malleable and reusable sheets. For anyone who still likes the organisation of paper to put down their ideas – even those who are more technological – this is the ideal format. Hence the indication that it is an "infinite" notebook. The notebooks, which always comes with a pen, come in plain, lined, squared or dotted pages. The concept is ecological as well, since you reuse the same sheets several times, eliminating paper waste.

Bear Fruits

Já diz o ditado que o caminho se faz fazendo, e a Bear Fruits é disso exemplo. Após atrair as atenções de vários países europeus, a Procter & Gamble lançou recentemente em Portugal a nova marca de *haircare* Bear Fruits. O objetivo, como se pode constatar pelas coloridas embalagens, é dar vida ao cabelo, com uma inovadora gama de seis máscaras capilares frutadas que trazem excêntricas, divertidas e reutilizáveis toucas, criadas para garantir uma hidratação profunda, sempre que precisar. Feitas com ingredientes totalmente naturais, *cruelty-free*, sem sulfatos e sem pesticidas, as máscaras são específicas para os diferentes tipos de cabelo e as suas necessidades. Atreva-se a experimentar.



As the saying goes, you'll only find out by doing it, and Bear Fruits is an example of this. After attracting the attention of several European countries, Procter & Gamble recently launched its new haircare brand Bear Fruits in Portugal. The aim, as you can see from the colourful packaging, is to bring hair to life, with an innovative range of six fruity hair masks that come with eccentric, fun and reusable caps, created to ensure deep hydration, whenever you need it. Made with all-natural, cruelty-free, sulphate-free and pesticide-free ingredients, the masks are specific to different hair types and their needs. Dare to try them.



Wondaleaf

Um ginecologista da Malásia criou aquilo que diz ser o primeiro preservativo unissex. Sim, exatamente, pode ser usado tanto por mulheres como por homens. O *Wondaleaf* (nome inspirado nas folhas que Adão e Eva usam em representações bíblicas) é feito de um material médico normalmente utilizado como curativo de feridas e lesões. A natureza do material faz com que seja fino, flexível, confortável e à prova de água. O inventor espera que o *Wondaleaf Unisex Condom* dê poder às pessoas para assumirem controlo da sua saúde sexual, independentemente do seu género ou orientação sexual.

A Malaysian gynaecologist has created what he says is the first unisex condom. Yes, exactly, it can be used by both women and men. The *Wondaleaf* (named after the leaves Adam and Eve wear in biblical depictions) is made from a medical material commonly used as a dressing for wounds and injuries. The nature of the material makes it thin, flexible, comfortable and waterproof. The inventor hopes that the *Wondaleaf Unisex Condom* will empower people to take control of their sexual health, regardless of their gender or sexual orientation.

Alice Neiva Jewellery

Em 2016, nasceu a marca Tundra, com forte ligação à natureza e inspirada pelas paisagens frias do Canadá, onde Alice Neiva estudou joalharia. Aprofundou, nas suas peças, os temas da (bio) diversidade da flora e da fauna e dos vários ecossistemas, sendo uma das suas coleções mais icónicas os Anéis Paisagem (*Landscape Rings*), com elementos cénicos, animais e vegetais, que, quando sobrepostos e combinados entre si, criam paisagens únicas e pessoais. Em 2021, Alice Neiva volta a surpreender. Surge com uma imagem renovada e uma marca assinada em nome próprio. *Paper Folds* é a coleção de lançamento e é encantadora.



The Tundra brand came into being in 2016, with a strong connection to nature and inspired by the cold landscapes of Canada, where Alice Neiva studied jewellery. In her pieces, she explored the (bio) diversity of flora and fauna and the various ecosystems. One of her most iconic collections is *Landscape Rings*, with scenic, animal and plant elements, which, when superimposed and combined with each other, create unique and personal landscapes. In 2021, Alice Neiva amazes us once again. She appears with a revamped image and a brand bearing her own name. *Paper Folds* is the launch collection and it's truly enchanting.



Mad Lab

Diz a tradição que no Japão, durante o reinado do imperador Tengi, um homem, depois de contemplar a revoada dos morcegos, concebeu o projeto de fazer leques com folhas unidas por uma fita. Chamou-lhes leques de "kuwahori", palavra japonesa que significa "morcego". Com o passar do tempo, ficaram conhecidos como "senzu", conta José Guillot Carratalá, no livro *El abanico*. O "senzu" que aqui apresentamos, feito com ripas de madeira de carvalho fumado, foi desenhado por Vicent Martínez para a Mad Lab, como um importante "objeto de memória", com alma.

Tradition has it that in Japan, during the reign of Emperor Tengi, a man, after contemplating swarms of bats, came up with the project of making fans out of leaves held together by a ribbon. He called them "kuwahori" fans, the Japanese word for "bat". With the passing of time, they became known as "senzu", says José Guillot Carratalá, in his book *El abanico*. The "senzu" we present here, made with slats of smoked oak wood, was designed by Vicent Martínez for Mad Lab, as an important "memory object", with soul.



O
OPINIÃO / OPINION

Marita Setas Ferro

GERENTE & DIRETORA CRIATIVA DA MARITA MORENO
MANAGER & CREATIVE DIRECTOR OF MARITA MORENO

A sustentabilidade na indústria da moda

Quando falamos de moda sustentável, falamos de evitar o esgotamento dos recursos naturais, mas também a exploração de indivíduos e comunidades. Significa encontrar um equilíbrio ao projetar, fabricar e consumir peças de vestuário, calçado e outros produtos ligados à indústria da moda. Significa que a moda tem de manter este equilíbrio no futuro, criando uma abordagem e estratégia de longo prazo para a produção e consumo de produtos de moda. É importante que consiga garantir evitar os danos e criar o bem para as pessoas, para o planeta e para os animais. Por isso, muitas vezes falamos de "moda ética e sustentável", pois a moda Ética concentra-se mais no impacto social da indústria da moda e no que é "moralmente certo", cobrindo uma ampla gama de questões, como salários dignos, condições de trabalho, contribuições fiscais e sociais. Paralelamente, não se pode ignorar as dimensões éticas dos desafios ambientais catastróficos, como o impacto da mudança climática ou a destruição de fontes de água doce, em humanos e animais.

Para mudar, temos de pensar a indústria da moda com

os princípios do *Eco Design* e do *Design Sustentável*. *Eco design* significa produzir bens e serviços que atendam às necessidades dos consumidores, usando os níveis mínimos de recursos e com um impacto mínimo no meio ambiente e na sociedade, projetando ou redesignando produtos, serviços, processos ou sistemas que evitem danos ao meio ambiente, à sociedade e à economia. No *Design* para a sustentabilidade temos de considerar o impacto de um produto ou serviço nas pessoas e no ambiente através da produção, do uso e do desperdício. E a chave para alcançar um futuro sustentável baseia-se em encontrar uma forma de satisfazer o estilo de vida contemporâneo de forma mais construtiva e responsável, tendo em conta valores económicos, ambientais e sociais na produção, no ciclo de vida dos produtos e na escolha dos materiais. O objetivo é integrar a consciência ecológica e sustentável na prática do *design*, pois os *designers* desempenham um papel-chave na evolução destas práticas, dado que tomam decisões de vital importância relativamente aos materiais e à fabricação de bens de consumo.

Sustainability in the fashion industry

When we talk about sustainable fashion, we talk about avoiding the depletion of natural resources, but also the exploitation of individuals and communities. It means finding a balance when designing, manufacturing and consuming clothes, footwear and other products connected to the fashion industry. It means that fashion has to maintain this balance in the future by creating a long-term approach and strategy for the production and consumption of fashion products. What's important is ensuring that harm is avoided and good created for people, the planet and animals. This is why we often talk about "ethical and sustainable fashion", as ethical fashion focuses more on the social impact of the fashion industry and what is "morally right", covering a wide range of issues such as decent wages, working conditions, tax and social contributions. In parallel, the ethical dimensions of catastrophic environmental challenges, such as the impact of climate change or the destruction of fresh water sources on humans and animals, cannot be ignored.

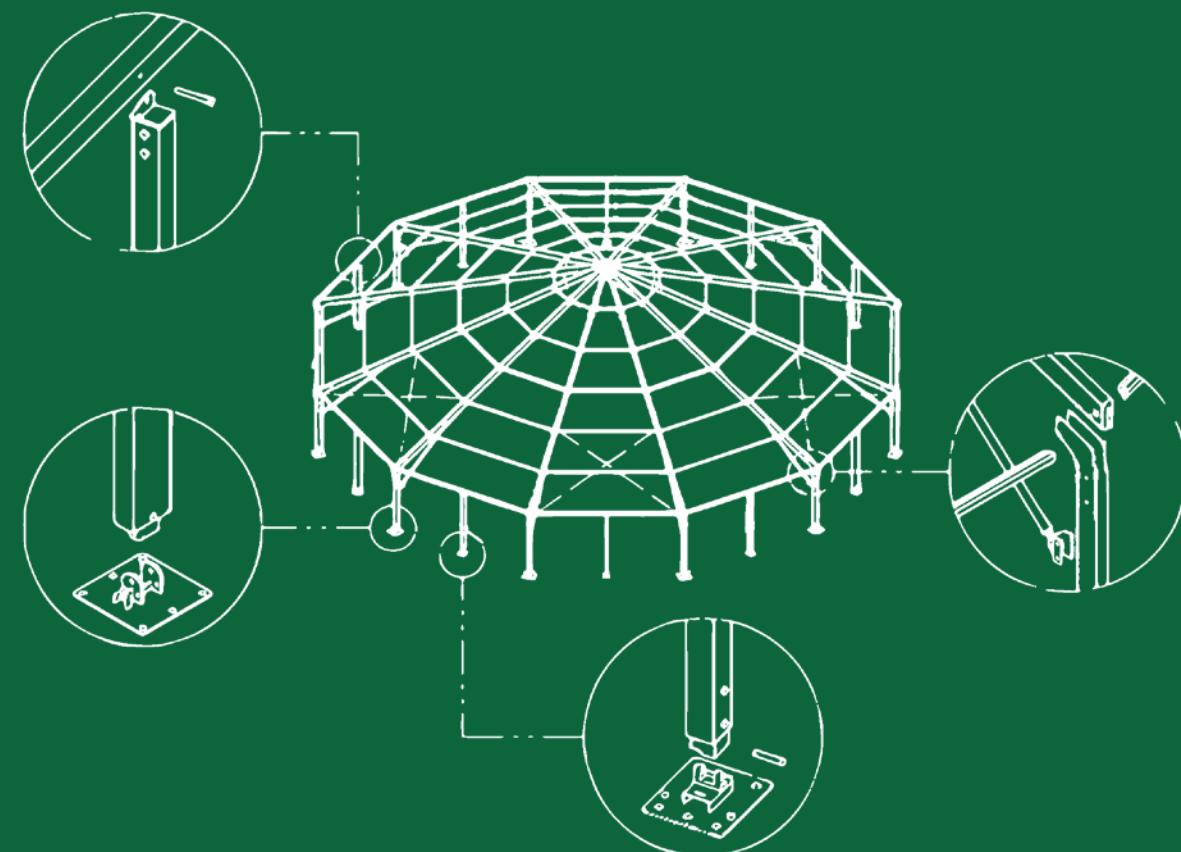
In order to change, we have to contemplate the fashion

industry with the principles of Eco Design and Sustainable Design.
Eco Design means producing goods and services that meet consumer needs, using the minimum levels of resources and having a minimum impact on the environment and society, designing or redesigning products, services, processes or systems that avoid damage to the environment, society and the economy. In design for sustainability we have to consider the impact of a product or service on people and the environment through production, use and waste. And the key to achieving a sustainable future is to find a way to satisfy contemporary lifestyles in a more constructive and responsible way, taking into account economic, environmental and social values in production, the life cycle of products and the choice of materials. The aim is to integrate ecological and sustainable awareness into design practice, as designers play a key role in the evolution of these practices, as they make vitally important decisions regarding materials and the manufacture of consumer goods.



CONSIGO QUEREMOS CONTINUAR A CONSTRUIR O FUTURO

MAIS DE 35 ANOS DE EXPERIÊNCIA
NO ALUGUER E VENDA DE TENDAS E
COMERCIALIZAÇÃO DE TÊXTEIS TÉCNICOS





talking to:

MARINA RUY BARBOSA

T FILOMENA ABREU FERNANDO TOMAZ

“Queremos ser um agente de transformação e isso também vai guiar os nossos passos”

Marina Ruy Barbosa tem quase tantos anos de carreira como de vida, sendo um nome incontornável no panorama artístico brasileiro. A jovem, hoje com 26 anos, começou [e continua] como atriz, é modelo e recentemente [oficialmente] empresária. Foi durante a pandemia que, com o desacelerar do ritmo de trabalho, surgiu a hipótese de pôr em prática um dos seus grandes sonhos. Assim nasceu a Ginger, uma marca de moda autoral baseada no respeito pela natureza e comprometida em fazer do futuro um lugar melhor. Marina, ou as muitas ‘Marinas’ que esta encerra, diz estar em constante processo de aprendizagem e em luta contra o efêmero e o superficial. Tal como a marca que criou. Por isso a desenhou com propósito e a coseu com dedicação. Resultado: tem sido um sucesso.

“We want to be an agent of transformation and this will also guide our steps”

An inescapable name in the Brazilian artistic scene, Marina Ruy Barbosa’s career is almost as old as she is. The young woman, now 26, started [and continues] as an actress. She is a model and very recently [officially] a businesswoman. During the pandemic, with the slowing down in the pace of work, the chance arose to put one of her greatest dreams into practice. And thus, Ginger came into being, a fashion label based on respect for nature and committed to making the future a better place. Marina, or the many ‘Marinas’ that it encompasses, says she is in a constant learning process and in a fight against the ephemeral and superficial. Just like the brand she has created. That’s why she has designed it with purpose and sewn it with dedication. The result: it has been a success.

Ainda tão nova e já com uma longa carreira. Começou cedo na atuação, mas sempre soube que tinha outras paixões além da atuação? Eu amo ser atriz e é algo que quero exercer para o resto da minha vida, mas gosto de ser uma mulher múltipla e de cultivar outras paixões, além da atuação. A moda sempre esteve presente na minha vida por conta da minha carreira, mas é um interesse que surgiu desde a infância. Com o passar dos anos e as oportunidades geradas pelo meu trabalho, esse interesse foi aumentando e se desenvolvendo – até chegarmos no lançamento da Ginger, minha marca de moda.

Marina atriz, Marina designer, Marina filantropa, Marina empresária. Marinas diferentes, mas a mesma Marina. Quantas Marinas ainda há para conhecer?
A Marina é uma só e, ao mesmo tempo, muitas. Eu acho importante e saudável investir em interesses diferentes e fico feliz em ter a coragem para me aventurar em novos projetos. Gosto de me tirar da zona de conforto, de me desafiar e, principalmente, de construir novos caminhos. Toda a mulher tem o direito de ser quem ela quiser e de cumprir múltiplos papéis, sejam eles quais forem. Eu sou feliz nas minhas escolhas. A Marina é uma pessoa que está numa jornada de aprendizado, em constante evolução, e certamente vão surgir novas versões de mim nos próximos anos. Quero ser uma pessoa melhor a cada dia e me redescobrir constantemente no meio desse processo.

Quando e porque começou a pensar mais a sério neste projeto de moda?

A vontade de empreender sempre esteve dentro de mim, querendo dar a cara para o mundo. Sempre fiquei atenta aos movimentos do mercado e, ao longo dos anos, fui me envolvendo em negócios de forma mais tímida. Enquanto isso, na minha carreira de atriz, eu estava sempre rodeada de projetos importantes que precisavam da minha dedicação e energia. Então precisei guardar os meus planos e minhas ideias mais ambiciosas para o momento certo. Aí veio a pandemia, que me obrigou a desacelerar e a repensar algumas coisas. Depois de muita reflexão e amadurecimento, decidi montar uma marca autoral que ressignificasse a forma como enxergamos e usamos a moda. Essa diminuição do meu ritmo de trabalho me permitiu ter mais tempo e finalmente tirar a Ginger do papel. Foi uma forma de deixar aflorar essa outra parte de mim e dar vazão a uma nova forma de me conectar com a moda. Eu me encontrei, mais uma vez; agora, no papel de empreendedora.

Faz questão de estar em cada etapa dos processos de criação? O que a move?

Estou 100% envolvida em todas as etapas e áreas da Ginger. Tenho mais afinidade com as áreas de criação e comunicação, mas, como fundadora, procuro entender todos os processos da marca. Liderar e administrar uma empresa é conhecer os diversos setores para poder desenvolver uma estratégia sólida de negócios. Mas vale dizer que parte de ser uma empresária também é entender quais são os meus pontos fortes e saber procurar talentos complementares que possam atuar nas áreas em que eu tenho menos experiência e familiaridade. Quis montar um *time* competente para que a Ginger pudesse ser a sua melhor versão. Ser uma empresa nova tem seus desafios e delícias. Parte das delícias é poder acompanhar tudo de perto, pois é o momento em que estou definindo o que é a nossa marca, como ela se apresentará para o mundo, quais serão os seus valores. Minha atenção é fundamental, pois todas as etapas precisam de estar alinhadas com o que vislumbro para a Ginger. Não conseguia fazer de outra forma, eu me entrego totalmente a todos os meus projetos. É um processo de aprendizado constante, tanto para a empresa quanto para mim. Queremos aprender e evoluir sempre, procurar novas formas de fazer as coisas.

Quando a coleção foi lançada, esgotou em 24 horas. E os lucros foram doados a 100% a uma ONG que atua nas favelas do Brasil. Esse caráter social filantropo é também uma característica que a Marina imprimiu na marca?

Quando criámos a Ginger, sabíamos que o impacto faria parte do nosso DNA. Isso pode acontecer de muitas formas: apoiando causas sociais relevantes, fazendo escolhas melhores de tecidos e matéria-prima, estimulando um consumo consciente e editado, entre outras iniciativas. Temos muito orgulho em ter apoiado instituições como a Gerando Falcões e a Casa do Rio, que são grandes agentes de transformação. Queremos continuar envolvidos em causas importantes e contribuir cada vez mais.

A indústria da moda é uma das que mais polui em todo o mundo. Porque é que podemos dizer que a Ginger é um projeto sustentável que olha para o futuro e para a sobrevivência do planeta?

A Ginger traz um olhar da moda do futuro, que é mais inteligente e editado. Queremos mostrar que é possível ter peças que geram um impacto positivo, sem perder a qualidade e o caráter *fashion*. Não sentimos a obrigação de seguir o tradicional calendário da moda. Lançaremos novos produtos quando fizer sentido e sempre

com peças em que realmente acreditamos. Um das partes mais legais de empreender é poder fazer as coisas de uma forma em que a gente acredita. Pessoalmente, eu não acho que faz mais sentido tantos lançamentos de coleção durante o ano, só pela obrigação de estar dentro do calendário da moda. Não queremos seguir uma cartilha. Para nós também era fundamental apresentar roupas versáteis, que podem ser usadas de muitas formas, sem o peso das tendências. Para mim, esse é o segredo para um guarda-roupa mais consciente: mais qualidade nas escolhas. Os nossos produtos serão sempre guiados pelos valores que estabelecemos para a marca: qualidade, versatilidade e estética. Outra parte igualmente importante da nossa identidade é o impacto socioambiental, seja na escolha de materiais ou no apoio a causas sociais importantes. Como marca, queremos ser um agente de transformação e isso também vai guiar os nossos passos.

Após um ano e meio, que balanço faz desta aventura que tem sido a Ginger?

Tenho muito orgulho em dizer que o nosso primeiro ano da Ginger foi muito positivo e surpreendente. Fomos um sucesso de vendas e de engajamento desde o lançamento da nossa primeira coleção. Desde então, a Ginger vem contabilizando drops notáveis dentro da moda nacional, apoiando projetos sociais relevantes, criando grandes parcerias e estabelecendo sua imagem dentro do mercado. Só em 2020, fechamos o ano com crescimento de 1010% no faturamento em relação ao primeiro

mês de vida da marca. No último trimestre de 2021, o crescimento superou os 233%, sem contar com a abertura da nossa primeira *pop-up store*. Temos muito para comemorar e agradecer! A marca está em pleno crescimento e queremos reforçar o nosso comprometimento com uma moda mais inteligente e com olhar voltado para o futuro. Estou muito animada, e cheia de planos, com a entrada de mais um novo ano da Ginger.

“Não sentimos a obrigação de seguir o tradicional calendário da moda”

Para onde quer levar a Ginger, quais os planos a curto e longo prazo?

Nos próximos anos, temos o objetivo de nos estabelecer como um *player* importante no cenário nacional. Já conquistamos espaço, mas temos oportunidade para crescer, nos posicionarmos como uma marca de moda relevante e ganhar relevância dentro do mercado. Manter o e-commerce como principal ferramenta também está entre as nossas prioridades, sempre tentando melhorar a experiência do usuário. Agora, com a abertura da nova *pop-up*, um dos nossos objetivos é fortalecer a nossa estratégia *omnichannel*. Também queremos encontrar novas formas de continuar contribuindo com causas importantes para o mundo. Promover transformação faz parte do nosso DNA e estaremos sempre em busca de projetos para apoiamos e nos envolvermos.

Still so young and with a long career already. You started acting early on, but did you always know you had other passions besides acting?

I love being an actress and it's something I want to pursue for the rest of my life, but I like being a multiple woman and cultivating other passions besides acting. Fashion has always been present in my life because of my career, but it is an interest that came about ever since childhood. As the years went by and with the opportunities generated by my work, this interest has grown and developed – until we got to the launch of Ginger, my fashion brand.

Marina actress, Marina designer, Marina philanthropist, Marina businesswoman. Different Marinas, but the same Marina. How many Marinas are there left to meet?

There is just one Marina and many Marinas at the same time. I think it's important and healthy to invest in different interests and I'm happy to have the courage to venture into new projects. I like to pull myself out of my comfort zone, to challenge myself and, mainly, to build new paths. Every woman has the right to be whoever she wants to be and to fulfil multiple roles, whatever they may be. I am happy with my choices. Marina is a person who is on a learning journey, in constant evolution, and new versions of me will certainly emerge in the coming years. I want to be a better person every day and constantly rediscover myself in the midst of this process.

When and why did you start thinking more seriously about this fashion project?

The desire to embark on a business has always been inside me, wanting to put my face out into the world. I've always been aware of market movements and, over the years, I've been getting involved in business in a more timid way. Meanwhile, in my acting career, I was always surrounded by important projects that needed my dedication and energy. So I had to save my plans and my more ambitious ideas for the right moment. Then came the pandemic, which forced me to slow down and rethink some things. After a lot of reflection and maturing, I decided to set up my own brand that would give new meaning to the way we see and use fashion. This reduction in my workload allowed me to have more time and finally get Ginger off the drawing board. It was a way to let this other part of me emerge and give birth to a new way of connecting with fashion. I found myself, once again; now, in the role of an entrepreneur.

Do you make a point of being at every stage of the creative process? What drives you?

I am 100% involved in all stages and areas of Ginger. I have more affinity with the areas of creation and communication, but as the founder, I try to understand all the processes of the brand. To lead and manage a company is to know the various sectors to be able to develop a solid business strategy. But it should be said that part of being an entrepreneur is also understanding

what my strengths are and knowing how to look for complementary talents who can work in the areas where I have less experience and I'm less familiar with. I wanted to put together a competent team so that Ginger could be the best version of itself. Being a new company has its challenges and delights. Part of the delight is being able to follow everything closely, because it's the moment when I'm defining what our brand is, how it will present itself to the world, what its values will be. My attention is fundamental, because all the steps need to be aligned with what I envision for Ginger. I couldn't do it any other way; I surrender myself entirely to all my projects. It's a constant learning process, both for the company and for me. We always want to learn and evolve, to look for new ways of doing things.

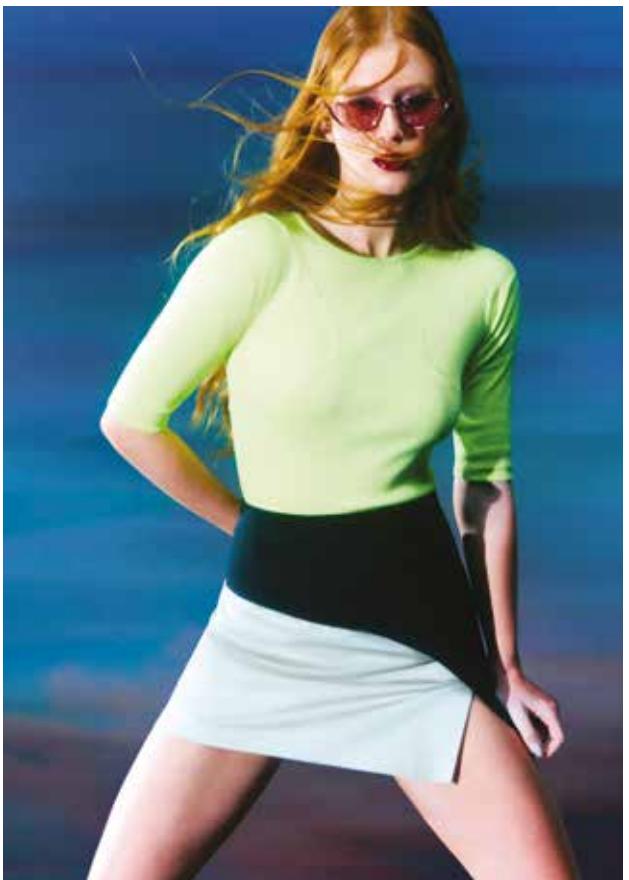
“We don't feel obliged to follow the traditional fashion calendar”

When the collection was launched, it sold out in 24 hours. And all of the profits were donated to an NGO that works in the favelas of Brazil. Is this social philanthropic also a characteristic that Marina imbued the brand with?

When we created Ginger, we knew that impact would be part of our DNA. This can happen in many ways: by supporting relevant social causes, making better choices when it comes to fabrics and raw materials, encouraging conscious and revised consumption, among other initiatives. We are very proud to have supported institutions such as *Gerando Falcões* and *Casa do Rio*, which are great agents of transformation. We want to continue to be involved in important causes and contribute more and more.

The fashion industry is one of the most polluting in the world. Why can we say that Ginger is a sustainable project that looks to the future and the survival of the planet?

Ginger gives an insight into the fashion of the future, which is smarter and revised. We want to show that it is possible to have pieces that generate a positive impact, without losing quality and their fashionable nature. We don't feel obliged to follow the traditional fashion calendar. We will launch new products when it makes sense and always with pieces we really believe in. One of the coolest parts of being an entrepreneur is being able to do things in a way that you believe in. Personally, I don't think it makes sense to launch so many new collections during the year, just because of the obligation to be on the fashion calendar. We don't want to follow the hymn sheet. For us it was also fundamental to present versatile clothes, which can be worn in many ways, without the burden of trends. For me, that's the secret to a more conscious wardrobe: more quality in the choices. Our products will always be guided by the values we have established for the brand: quality, versatility and aesthetics. Another equally important part of our identity is the socio-environmental impact, whether in the choice



of materials or support for important social causes. As a brand, we want to be an agent of transformation and this will also guide our steps.

After a year and a half, what would you assess the adventure Ginger has been thus far?

I am very proud to say that our first year of Ginger has been very positive and surprising. We have enjoyed sales and engagement success ever since the launch of our first collection. Since then, Ginger has been making notable stirs within national fashion, supporting important social projects, forging great partnerships and establishing its image within the market. In 2020 alone, we closed the year with 1010% growth in turnover compared to the first month in the brand's life. In the last quarter of 2021, growth exceeded 233%, not counting the opening of our first pop-up store. We have a lot to celebrate and to be thankful for! The brand is booming and we want to reinforce our commitment to smarter,

forward-looking fashion. I am very excited, and full of plans, as Ginger enters another new year.

Where do you want to take Ginger, what are the short and long term plans?

In the coming years, we aim to establish ourselves as a major player on the national scene. We have already gained ground, but we have the opportunity to grow, position ourselves as an important fashion brand and gain importance within the market. Keeping e-commerce as the main tool is also among our priorities, always trying to improve the user experience. Now, with the opening of the new pop-up, one of our goals is to strengthen our omnichannel strategy. We also want to find new ways to continue contributing to important causes for the world. Promoting transformation is part of our DNA and we will always be looking for projects to support and get involved in.

T Entrevista na íntegra: www.trends-mag.com
Full Interview: www.trends-mag.com



MARAZZI

A photograph of a modern bathroom interior. The walls and floor are covered in dark green marble tiles with prominent veining. A white, rectangular vessel sink is mounted on a dark, polished marble counter. Above the sink is a large, rectangular mirror with a thin metal frame. To the left of the sink, there is a small potted plant in a black pot. On the counter, there are several small bottles of toiletries and a small white decorative object. The lighting is warm, coming from a circular pendant lamp above the sink. The overall aesthetic is sophisticated and minimalist.

ALLMARBLE

Uma coleção de grés que traduz a elegância e raridade dos mármores clássicos em peças de design contemporâneo. Com uma criteriosa seleção de matérias-primas e tecnologias exclusivas, a linha Allmarble reinterpreta mais de 10 variedades de mármore diferentes, oferecendo assim um grande leque de combinações e infinitas possibilidades arquitetônicas.

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



TO MOVE



Tankoa Yacht T760 Apache

© FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

UMA "JOIA" EM AÇO E ALUMÍNIO DE 76 METROS

Com um estilo moderno, linhas simples e uma piscina suspensa na proa entre o deck superior e o principal, o *Tankoa Yachts T760 Apache* é único. Um super iate inovador criado por Alberto Mancini, como uma visão de luxo discreta e original.

Uma ideia contemporânea de navegação, expressa através do *design* que cria uma inesperada ligação entre o interior e o exterior, para amplificar a relação entre o ser humano e o mar, dando origem a espaços repletos de luz.

O *beach club* é a sua imagem de marca, quando os terraços laterais são abertos, são mais de 125 metros quadrados de área habitacional, com uma piscina que se afunda no mar e uma escada central ligada a uma garagem. O salão e o cais principal oferecem um espaço de 118 metros quadrados; no convés principal há quatro cabines de hóspedes, enquanto a luxuosa suíte VIP fica à frente, envolvida por grandes janelas. Cada acabamento torna-se uma narrativa de *status* exclusivo, formulada pelo estaleiro de Génova em constante busca pela beleza. O fino acabamento pode ser visto nos interiores, onde tecidos e papéis de parede de Loro Piana são habilmente combinados com painéis azul-escuro em freixo, pisos de carvalho e camurça *nabuk*. O *Tankoa Yachts T760 Apache* tem duas alternativas no que se refere aos motores, ambas com considerável potência específica e com torque disponível em baixas rotações: dois motores CAT C3512E de 1901 kW, cada a 1.800 rpm; duas MTU V4000M73 de 1920 kW, cada a 1.970 rpm. A velocidade máxima que pode ser alcançada é de 16,5 nós, a velocidade de cruzeiro é de 15 nós.

A 76 METRE STEEL AND ALUMINIUM "JEWEL"

With a modern style, simple lines and a suspended pool in the bow between the upper and main decks, *Tankoa Yachts T760 Apache* is unique. An innovative superyacht created by Alberto Mancini, as a vision of discreet and original luxury. A contemporary idea of yachting, expressed through design that creates an unexpected connection between the interior and the exterior, to amplify the relationship between human being and sea, giving rise to spaces flooded with light. The *beach club* is its hallmark, when the side terraces are opened up, it provides more than 125 square metres of living space, with a pool that sinks into the sea and a central staircase connected to a garage. The main deck saloon offers 118 square metres of living space; on the main deck there are four guest cabins, while the luxurious VIP suite at the front, wrapped in large windows.

Every finish becomes a narrative of the status of exclusivity, formulated by the Genoa shipyard's constant pursuit of beauty. The fine workmanship can be seen in the interiors, where fabrics and wallpapers by Loro Piana are skilfully combined with dark blue ash panels, oak flooring and *nabuk* suede.

The *Tankoa Yachts T760 Apache* has two alternatives when it comes to engines, both with considerable specific power and with torque available at low revs: two CAT C3512E 1901-kW engines, each at 1,800 rpm; two MTU V4000M73 1920-kW engines, each at 1,970 rpm. A top speed of 16.5 knots can be reached, while the cruising speed is 15 knots.

WWW.TANKOA.IT



Shape

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

UM SÚPER IATE COM "DECK HOLE"

Depois de um iate em forma de um cisne e de um outro que se assemelhava a um tubarão, o mais recente conceito de superyacht do Lazzarini Design Studio pode ser um dos mais ousados até agora.

A equipa de design, sediada em Roma, revelou as imagens do *Shape*, um iate de 69 metros com um buraco no meio. O conceito, que pretende funcionar totalmente com energia "limpa", apresenta uma enorme abertura vazia na sua superestrutura, resultando numa silhueta distinta de tudo o que já viu.

Chamado de "deck hole", o espaço é acessível por uma entrada na proa e possui degraus que descem até ao nível do mar, tornando-o numa área ideal para banhos de sol e podendo ser personalizado, de acordo com as necessidades do proprietário.

Enquanto isso, o convés superior do iate está

A SUPERYACHT WITH A "DECK HOLE"

After a yacht shaped like a swan and another that resembled a shark, Lazzarini Design Studio's latest superyacht concept may be one of its boldest yet.

The Rome-based design team has revealed images of *Shape*, a 69-metre yacht with a hole in the middle. The concept, which aims to run entirely on "clean" energy, features a huge empty opening in its superstructure, resulting in a silhouette unlike anything you have ever seen before.

Called a "deck hole", the space is accessible via a bow entrance and has steps that go down to sea level, making it an ideal sunbathing area and able to be customised, to match the owner's requirements.

In the meantime, the yacht's upper deck is equipped with a glass-bottomed infinity pool, offering swimmers fabulous views of the open

equipado com uma piscina infinita, em fundo de vidro, oferecendo aos nadadores uma vista fabulosa do espaço aberto abaixo. A sala de estar, localizada nas traseiras da superestrutura, é composta por seis suítes, com capacidade para até 12 hóspedes. Há também uma plataforma de mergulho a bordo e um heliponto.

O *Shape*, que tem um preço estimado de 80 milhões de dólares (cerca de 69 milhões de euros), será equipado com sistema de propulsão movido a hidrogénio e funcionará inteiramente com energia limpa, com velocidade máxima em torno dos 24 nós, ou 12 nós quando em pleno modo elétrico. Os painéis solares no *deck* devem ser usados para carregar todos os sistemas a bordo. Embora ainda seja apenas um conceito, a equipa da Lazzarini afirma que o *design* não convencional tem recebido muita atenção. Se o *Shape* recebesse uma proposta, levaria cerca de 20 meses para ser construído.

space below. The saloon, located at the rear of the superstructure, is joined by six suites, with room for up to 12 guests. There is also a diving platform on board and a helipad.

The *Shape*, which has an estimated price of USD80 million (about 69 million euros), will be equipped with a hydrogen-powered propulsion system and will run entirely on clean energy, with a top speed around 24 knots, or 12 knots when in full electric mode. Solar panels on the deck are to be used to charge all the systems on board. Although still only a concept, the Lazzarini team says the unconventional design has received a lot of attention. If the *Shape* were to receive a proposal, it would take around 20 months to build.

WWW.LAZZARINIDESIGNSTUDIO.COM



Racebird

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED



A LANCHAS QUE IRÁ INAUGURAR A EI

O criador das competições de carros elétricos Fórmula E e Extreme E, Alejandro Agag, anunciou, no prestigioso Yacht Club do Mónaco, o *Racebird*, o primeiro barco elétrico voltado para a corrida de lanchas. O projeto, desenvolvido com o engenheiro Rodi Basso, irá inaugurar o primeiro circuito da categoria de corrida marítima eletromóvel, a *EI*.

Construída pelas empresas de tecnologia marítima Seabird e Victory Marine, a lancha terá motores Mercury Racing e foi projetada para "voar" na água, a uma velocidade impressionante de 50 nós (aproximadamente 93 quilómetros por hora). O *Racebird* terá uma bateria Kreisel de 35 W e apresentará potência máxima de 150 kW. Sem obstáculos físicos, a competição para a qual foi criado – prevista começar em 2023 – será mapeada apenas por triangulação em GPS. Para percorrer o percurso, o *Racebird* vai rasgar as ondas usando cartogra-

THE SPEEDBOAT THAT WILL OPEN THE EI

The creator of the *Formula E* and *Extreme E* electric car competitions, Alejandro Agag, recently revealed, at the prestigious Yacht Club de Monaco, the *RaceBird*, the first electric powerboat geared towards speedboat racing. The project, developed with engineer Rodi Basso, will open the first circuit of the electric powerboat racing category, the *EI Series*.

Built by marine technology companies SeaBird Technologies and Victory Marine, the powerboat will have *Mercury Racing* engines and is designed to "fly" on the water at an impressive speed of 50 knots (approximately 93 kilometres per hour). The *RaceBird* will feature a 35kWh Kreisel battery and will boast a peak power output of 150 kW.

With no physical obstacles, the competition for which it was created – scheduled to begin in 2023 – will be mapped by GPS triangulation only. When racing the course,

fia digital e navegação com software de posicionamento da Navico. Os barcos terão pilotagem única, com cabine fechada e aerodinâmica longilínea, para facilitar a preservação de velocidade.

A primeira corrida do *Racebird* deve acontecer na costa do Mónaco. Neste momento, os engenheiros trabalham na integração dos sistemas de bateria e controlo da plataforma, que será seguida pela arquitetura de propulsão. Uma etapa que levará alguns meses, até que o protótipo da lancha entre em fase de testes, no início deste ano. As autoridades locais estão a ajudar no traçado do percurso, para que a corrida tenha o menor impacto ambiental possível.

RaceBird will tear up the waves using digital cartography and navigation with positioning software from Navico. The boats will have single piloting, with enclosed cockpit and elegant aerodynamics to facilitate speed preservation.

The first *RaceBird* race is expected to take place off the coast of Monaco. At the moment, engineers are working on the integration of the battery and control systems of the platform, which will be followed by the propulsion architecture. A stage that will take a few months, before the prototype powerboat enters the testing phase at the beginning of this year. The local authorities are helping with the design of the route to ensure that the race has as little environmental impact as possible.

WWW.EISERIES.COM



Overture

T FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

UM SUPERSÓNICO A CAMINHO

Era apenas uma questão de tempo, todos sabiam. Desde que o franco-britânico *Concorde* pousou as suas asas, em 2003, que se aguardava que um avião supersónico aparecesse para fazer renascer a sua alma adormecida. Aconteceu 18 anos depois e os entusiastas desta matéria não podiam estar mais contentes. O *Overture*, da empresa americana Boom Supersonic, é esse novo aparelho, cujo lançamento está previsto para 2025, embora só deva começar a voar no ano seguinte, prevendo-se que o arranque das viagens comerciais de passageiros possa ter início em 2029. Projetado para acomodar entre 65 e 88 pessoas, vai ser o maior avião comercial do mundo a voar com combustível 100% sustentável, com zero emissões de carbono, e será também duas vezes mais rápido do que os atuais, o que permitirá ligar mais de 500 destinos em quase metade do tempo. Para os mais céticos, há razões para acreditar que esta viagem corre a bom ritmo, principalmente depois de a companhia aérea americana

A SUPERSONIC ON THE WAY

It was only a matter of time. Everyone knew it. Ever since the Franco-British *Concorde* made its last flight, in 2003, there has been an expectation that a supersonic aircraft would appear to revive its dormant soul. It has happened 18 years later and aviation enthusiasts couldn't be happier. The *Overture*, from US company Boom Supersonic, is that new aircraft, which is scheduled to launch in 2025, although flights are not due to start until the following year, with commercial passenger travel expected to begin in 2029. Designed to seat between 65 and 88 people, it will be the largest commercial aircraft in the world to fly on 100% sustainable, zero-emissions fuel, and will also be twice as fast as current ones, allowing it to connect more than 500 destinations in almost half the time. For the more sceptical, there is reason to believe that this journey is flying at a good pace, especially after US airline United Airlines announced that it will acquire 15 *Overture* aircraft, "as soon as all safety, operational and sustainability

United Airlines ter anunciado que vai adquirir 15 aviões *Overture*, "assim que estiverem cumpridos todos os requisitos de segurança, operacionalidade e sustentabilidade deste novo avião, com a opção de compra de mais 35 aeronaves". Entre as muitas futuras rotas possíveis para a United, encontra-se a ligação Nova Iorque-Londres, em cerca de três horas e meia; Nova Iorque-Frankfurt, em quatro horas; e São Francisco-Tóquio, em apenas seis horas. Romper a barreira do tempo pode mudar a nossa forma de estar na vida, garantiu, já por várias vezes, Blake Scholl, fundador e CEO da Boom Supersonic. "Muda onde podemos tirar férias, muda onde podemos fazer negócios... Mudanças pelas quais se pode apaixonar."

requirements of this new aircraft are met, with the option to purchase a further 35 aircraft". The many possible future routes for United include: New York-London in about three and a half hours; New York-Frankfurt in four hours; and San Francisco-Tokyo in just six hours. Breaking the time barrier can change the way our lives are organised, Blake Scholl, founder and CEO of Boom Supersonic, has assured us several times. "It changes where we can go on holiday, it changes where we can do business... Changes you can fall in love with."

WWW.BOOMSUPersonic.COM





One

FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

ESTACIONE A SUA AERONAVE NA GARAGEM

A AIR, uma startup de aviação com sede em Israel, lançou recentemente uma aeronave elétrica para duas pessoas chamada *ONE*, projetada para recreação pessoal. Criado para ser um aparelho prático, do gênero “compre e voe”, não precisa de alugar um hangar para o estacionar, uma vez que as asas são dobráveis e pode perfeitamente estacioná-lo na sua garagem, ocupando apenas um lugar. Ou seja, a ideia é que faça dele um transporte diário. Mas vamos às especificidades. O *AIR ONE* apresenta um design de asa fixa e é impulsionado por oito motores em dois conjuntos de *pods*, posicionados na parte dianteira e traseira da nave. A cabine abre-se em concha para que possa acomodar duas pessoas, ambas com acesso aos comandos deste eVTOL (Electric Vertical Take-Off and Landing; em português, descolagem e aterrissagem vertical elétrica). A estrutura de vidro dá-lhe a visão necessária para ver o que está a sobrevoar. A empresa informou que a nave será capaz de atingir até 155 milhas por hora e tem um alcance de voo de 110 milhas. E sabe-se também que o *AIR ONE* terá um sistema de controlo *fly by intent*, que tornará a pilotagem fácil e acessível, embora tal não dispense a licença para assumir os seus comandos. Haverá também um sistema

PARK YOUR AIRCRAFT IN THE GARAGE

AIR, an Israel-based aviation start-up, recently launched a two-person electric aircraft called *AIR ONE*, designed for leisure use. Created to be a practical, “buy-and-fly” machine, you don’t need to rent a hangar to park it as the wings are foldable and you can perfectly park it in your garage, taking up just one parking space. In other words, the idea is that you make it your daily transporter. But let’s get to its specific features. The *AIR ONE* features a fixed-wing design and is powered by eight rotors on two sets of pods, positioned at the front and rear of the aircraft. The cabin opens like a shell so that it can accommodate two people, both with access to the controls of this eVTOL (Electric Vertical Take-Off and Landing). The glass structure gives you the view you need to see what you are flying over. The company says the craft will be capable of reaching speeds of up to 155 miles per hour and has a flight range of 110 miles. And it is also known that the *AIR ONE* will have a “fly by intent” control system, which will make piloting easy and accessible, although this does not mean you don’t need a licence to take over its controls. There will also be an Artificial Intelligence monitoring system that will carry out “frequent inspections” of the machine to ensure it is safe to

de monitoramento de Inteligência Artificial que realizará “inspeções frequentes” do aparelho para garantir que é seguro voar. Divertido, não é? Mas há ainda alguns obstáculos para ultrapassar. O principal é a certificação da Federal Aviation Administration, que a empresa ainda luta por conseguir. Independentemente disso, já é possível pré-encomendar um destes aviões-ninhos no site da AIR.

fly. Fun, isn’t it? But there are still some hurdles to overcome. The main one is Federal Aviation Administration certification, which the company is still striving to obtain. Regardless of this, you can already pre-order one of these little planes on the AIR website.

WWW.AIREV.AERO





Bandit 9 Submarine

■ FILOMENA ABREU ■ DIREITOS RESERVADOS / RIGHTS RESERVED

INSPIRADA NOS OCEANOS

Para celebrar o aniversário de 10 anos, a marca de motocicletas Bandit 9 apresentou o seu mais recente modelo futurista, a *Submarine*. O corpo, inspirado nos oceanos, faz lembrar a graciosidade de uma manta, enquanto a moldura foi buscar as formas dos recifes de coral. Os modelos Bandit 9 são amplamente considerados itens de colecionador e a *Submarine* é uma obra de arte e um feito de engenharia. Com uma liga de alumínio 7075, normalmente usada em mísseis e outras aplicações de defesa, garante que o chassis seja resistente, enquanto o bimotor Triumph oferece grande potência às rodas: 74 cv na versão 900 cc e 102 cv na versão 1200 cc. Uma condução confiante é alcançada graças às suspensões e freios de ponta. Se o objetivo é um desempenho leve, está disponível uma versão com estrutura de fibra de carbono e titânio, com peso reduzido de 190 quilos. É só acelerar.

INSPIRED BY THE OCEANS

To celebrate its 10th anniversary, the Bandit 9 motorbike brand has unveiled its latest futuristic model, the *Submarine*. The body, inspired by the oceans, is reminiscent of the gracefulness of a manta ray, while the frame borrows its shapes from coral reefs. Bandit 9 models are widely regarded as collector pieces and the *Submarine* is a work of art and a feat of engineering. The 7075 aluminium alloy, typically used in missiles and other defence applications, ensures that the chassis is sturdy, while the Triumph twin engine delivers great power to the wheels: 74 hp in the 900 cc version and 102 hp in the 1200 cc version. A confident ride is achieved thanks to state-of-the-art suspension and brakes. If lightweight performance is the goal, a version with carbon fibre frame and titanium exhaust is available, with a reduced weight of 190 kilograms. All you need to do is accelerate.

WWW.BANDIT9.COM





SR-C21

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

PARA EMOÇÕES FORTES

Há uma coisa que todos já sabem sobre esta moto: foi uma das grandes novidades do ano que passou. É uma prova evidente da 'explosão' da CFMOTO. O fabricante, com sede em Hangzhou, na China, apresentou a sua visão futurista de maior cilindrada. A *CFMoto SR-C21 Vision Concept* é uma desportiva para os que gostam de emoções fortes. Projetada pelo estúdio de design europeu Modena 40, localizado em Rimini, Itália, é, como se pode ver, uma moto marcadamente de inspiração europeia. O destaque vai para as formas afiladas, de arestas vivas e linhas fortes. As asas aerodinâmicas são vincadas pela presença de luzes diurnas em LED, com desenho bastante agressivo, conferindo ao conjunto uma imagem estilizada. Neste protótipo há um bloco de dois cilindros paralelos de 890 cc, originário da *KTM 890R Super Duke*, com 115 cavalos de potência. Haverá mais novidades em breve. Fiquemos atentos.

FOR THRILL SEEKERS

There is one thing that everyone already knows about this motorbike: it was one of the great innovations of last year. And clear proof of the CFMOTO 'boom'. The manufacturer, based in Hangzhou, China, presented its futuristic vision of a bigger cylinder capacity. The *CFMoto SR-C21 Vision Concept* is a sports bike for thrill seekers. Projected by the European design studio Modena 40, located in Rimini, Italy, it is, as you can see, a markedly European-inspired motorbike. The highlight of the bike is its tapered shapes, with sharp edges and strong lines. The aerodynamic wings are marked by the presence of LED day lights, with a very aggressive design, giving the whole a stylised image. This prototype features an 890 cc parallel twin engine, from the *KTM 890R Super Duke*, with 115 horse power. More news is to be announced soon. We'll be watching out for it.

WWW.GLOBAL.CFMOTO.COM



Blizwheel E-Scooter

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

CABE NUMA GAVETA E CUSTA TANTO COMO UM TELEMÓVEL

A Blizwheel criou uma e-scooter elétrica de duas rodas, que pode caber numa mochila ou numa gaveta. Apresentada como a "menor e-scooter do mundo", é também 70% mais leve do que as normais. Dobrada, mede apenas 39,6 x 16,2 x 9,9 cm, e tem três versões: padrão, Air Special e Pro. A primeira pesa apenas 3,9 quilos, a Air Special 3,5 quilos e a Pro 5,4 quilos. A Blizwheel E-Scooter padrão ou a Air Special têm uma bateria com autonomia de 13 quilómetros, a uma velocidade máxima de cerca de 20 quilómetros por hora. A versão Pro aumenta a autonomia para 24 quilómetros. Todas vêm com uma aplicação que trava o motor em caso de roubo. No guiador há um ecrã LED que lhe dá informações sobre a velocidade, bateria, distância percorrida, etc. O preço da Blizwheel E-Scooter começa nos 300 dólares [aproximadamente 260 euros], a versão Air Special nos 479 dólares [cerca de 418 euros] e a versão Pro 499 dólares [cerca de 435 euros]. Todas deverão começar a ser comercializadas em maio.

FITS IN A DRAWER AND COSTS AS MUCH AS A MOBILE PHONE

Blizwheel has created a two-wheeled electric e-scooter that can fit into a backpack or a drawer. Presented as the "world's smallest e-scooter", it is also 70% lighter than normal ones. Folded up, it measures just 39.6 x 16.2 x 9.9 cm, and comes in three versions: standard, Air Special and Pro. The first weighs just 3.9 kilos, the Air Special 3.5 kilos and the Pro 5.4 kilos. The standard Blizwheel E-Scooter or the Air Special has a battery boasting a range of 13 kilometres, at a top speed of about 20 kilometres per hour. The Pro version increases the range to 24 kilometres. All come with an application that locks the engine in case of theft. On the handlebar there is an LED screen that gives you information about speed, battery, distance travelled, etc. The price of the Blizwheel E-Scooter starts at 300 US dollars [approximately 260 Euros], the Air Special version at 479 USD [approximately 418 Euros] and the Pro version 499 USD [approximately 435 Euros]. All are due to go on sale in May.

WWW.BLIZWHEEL.COM





Cake Electric

FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

FUTURISTA E ELETRIZANTE

Esgotada em poucas horas, a motocicleta elétrica de edição limitada da CAKE – fabricada em colaboração com a Buster + Punch, de Londres – parece mesmo que veio do futuro. O veículo inclui todos os recursos típicos da empresa sueca de bicicletas CAKE, mas ao contrário da estética elegante, que abrange muitos de seus modelos anteriores, esta versão recebe uma atualização exclusiva com um chassis roxo eletrizante e novos materiais de ponta. Com a paixão de Buster + Punch por *design* arrojado, inspirado nas subculturas de East London, é uma parceria natural que resulta de uma criação impetuosa e inovadora, por dentro e por fora. Com uma única carga, a moto tem autonomia de três horas e é equipada com uma unidade de energia de 110 kW e chega aos 90 quilómetros por hora. Embora o motor possa ser silencioso, o visual da *Cake Electric* é tudo menos isso.

FUTURISTIC AND ELECTRIFYING

Sold out within hours, CAKE's limited edition electric motorbike – manufactured in collaboration with London's Buster + Punch – really does look like it's come from the future. The vehicle includes all the typical features of Swedish bike company CAKE, but unlike the sleek aesthetic that covers many of its previous models, this version is given a exclusive update with an electrifying purple chassis and new cutting-edge materials. With Buster + Punch's passion for bold design, inspired by the subcultures of East London, this is a natural partnership that results in a brash and innovative creation; inside and out. On a single charge, the bike has a three-hour range and is equipped with a 110-kW power unit and reaches 90 kilometres per hour. While the engine may be silent, the look of the *Cake Electric* is anything but.

WWW.BUSTERANDPUNCH.COM



Dynamic Cargo

FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

UM TRICICLO PARA DESCARBONIZAR

A BMW revelou há meses os seus mais recentes trunfos a favor da descarbonização, ao desenvolver dois protótipos que são soluções alternativas de mobilidade urbana. Tratam-se do *Clever Commute*, uma trotinete elétrica, e do *Dynamic Cargo*, um triciclo também com assistência elétrica, mas muito mais versátil, com a particularidade de possuir uma caixa de carga na traseira para o transporte de mercadorias, tipo *pick-up*. A ideia da marca alemã era encontrar uma empresa externa que mostrasse interesse em avançar com a produção de um ou dos dois veículos, o que se confirmou recentemente, pelo menos no caso do *Dynamic Cargo*. O protótipo ganhou vida com a fabricante de bicicletas alemã Cube. O veículo elétrico multifunções foi concebido para transportar pequenas cargas no ambiente urbano e pode ser útil para entrega e compra de produtos. Tem capacidade para 60 quilos na plataforma de carga e 200 quilos no total. Há espaço ainda para adaptar a plataforma para dois assentos para crianças.

A TRICYCLE TO DECARBONISE

A few months ago, BMW revealed its latest trump cards advocating decarbonisation by developing two prototypes that are alternative solutions for urban mobility. They are the *Clever Commute*, an electric scooter, and the *Dynamic Cargo*, a tricycle also with electric assistance, but much more versatile, with the distinct feature of having a cargo box at the rear for the transport of goods, like a pick-up. The idea of the German brand was to find an external company that showed interest in moving forward with the production of one or both vehicles, this was recently confirmed, at least in the case of the *Dynamic Cargo*. The prototype has been brought to life by German bike manufacturer Cube. The multifunction electric vehicle is designed to carry small loads in the urban environment and can be useful for delivering and buying products. It has a capacity of 60 kilos on the loading platform and 200 kilos in total. There is also room to adapt the platform to carry two child seats.

WWW.CUBE.EU





OpenBike

T FILOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

PARA IMPRIMIR E MONTAR EM CASA

Uma bicicleta feita de madeira compensada foi criada pelo atelier de arquitetura basco Arquimaña com o intuito de fazer com que mais pessoas tenham foco na sustentabilidade. O design open source é chamado de *Openbike*, um modelo 3D de uma bicicleta que pode imprimir e montar sozinho. Apesar dos problemas óbvios que vêm com uma bicicleta feita neste material, ainda é uma alternativa acessível e leve para aqueles que têm orçamento, mas querem ser ecologicamente corretos.

Para fabricar a bicicleta, deve descarregar os desenhos do site do escritório. Em seguida, pode levá-los a uma oficina de fabricação digital, onde a máquina CNC corta o corpo da bicicleta de madeira e usa a impressão 3D para elementos como o selim, cubo dianteiro e punhos de mão, que podem muito bem ser reciclados de bicicletas antigas.

Os arquivos de fabricação do *Openbike* são licenciados sob Creative Commons 4.0, permitindo que o design seja melhorado, modificado, fabricado e compartilhado por qualquer pessoa, em todo o mundo. O projeto faz parte da iniciativa global *fab city*, que desafia as cidades a produzir tudo o que consomem até 2054.

TO PRINT AND ASSEMBLE AT HOME

A bicycle made of plywood has been created by Basque architecture studio Arquimaña with the aim of making more people focus on sustainability. The open-source design is called *Openbike*, a 3D model of a bicycle that you can print and assemble yourself. Despite the obvious problems that come with a bike made in this material, it is still an affordable and lightweight alternative for anyone on a budget, but who wants to be ecologically conscious.

To make the bike, you should download the designs from the firm's website. You can then take them to a digital manufacturing workshop, where a CNC machine can cut out the body of the wooden bike and 3D printing is used for elements such as the saddle, front hub and handles, which can easily be recycled from old bikes.

Openbike's manufacturing files are licensed under Creative Commons 4.0, allowing the design to be improved, modified, manufactured and shared by anyone, worldwide. The project is part of the global *fab city* initiative, which challenges cities to produce everything they consume by 2054.

WWW.ARQUIMAÑA.COM

VIDAGO VILLA

Vidago Villa Collection

edições numeradas e limitadas

vidagovilla@vidagovilla.com

VIDAGO VILLA

VIDAGO VILLA

VIDAGO VILLA

Rivian R1T

FLOMENA ABREU | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED



UMA PICK-UP CHEIA DE ESTILO

Enquanto Elon Musk exibe os veículos da Tesla durante os lançamentos das suas "naves" espaciais, Jeff Bezos aproveitou a boleia que deu ao ator William Shatner [o capitão James T. Kirk, na série Star Trek] até à cápsula New Shepard, que o levou finalmente aos limites do espaço, para exibir a sua pick-up.

O plano de marketing de Bezos funcionou tão bem que houve logo quem quisesse saber que carro era aquele. Trata-se de uma R1T, a pick-up da start-up americana Rivian. E não é uma coincidência. O dono da Amazon é um dos investidores no projeto, iniciado por Robert Scaringe em 2009. Hoje, a fabricante de veículos elétricos é uma das mais promissoras e será a primeira a colocar uma pick-up 100% elétrica à venda no mercado.

O modelo tem 5,5 metros de comprimento e 2,1 metros de largura. Trata-se de um veículo com boa capacidade de carga, versatilidade e conforto para viagens de lazer, com autonomia para 400 quilómetros.

A genialidade da Rivian é ter desenvolvido uma plataforma padrão batizada de "skateboard".

A STYLISH PICK-UP

While Elon Musk reveals Tesla's vehicles during the launches of his space "spaceships", Jeff Bezos took advantage of the lift he gave actor William Shatner [Captain James T. Kirk in the Star Trek series] to the New Shepard capsule, which finally took him to the threshold of space, to show off his pick-up.

Bezos' marketing plan worked so well that some people immediately wanted to know what kind of car it was. We're talking about the R1T, the pick-up truck from US start-up Rivian. And this is no pure coincidence. Amazon's owner is one of the investors in the project, started by Robert Scaringe in 2009. Today, the electric vehicle manufacturer is one of the most promising out there and will be the first to put a 100% electric pick-up truck on the market.

The model is 5.5 metres long and 2.1 metres wide. This is a vehicle with plenty of cargo space, versatility and comfort for leisure trips, with a range of 400 kilometres.

Rivian excels in having developed a standard platform which it has called "skateboard". On it, it has concentrated all the main components,

Nela, concentrou todos os principais componentes, como motores, baterias e transmissão numa 'prancha' pouco abaixo do eixo das rodas. O design interior da Rivian R1T segue uma estética minimalista com materiais agradáveis. O painel e as partes do volante são revestidos de madeira recuperada. Os bancos são de couro sintético e o teto de vidro opcional dá ao carro uma sensação arejada. A verdadeira reivindicação de criatividade funcional da Rivian R1T está entre o compartimento do passageiro e a cama: o "túnel de engrenagem". É um grande buraco no meio do veículo com uma porta em cada extremidade. Uma plataforma longa pode deslizar para fora e ser apoiada numa perna dobrável para fazer um banco. A Rivian R1T oferece um "fogão de acampamento" elétrico e tem até gavetas para guardar tachos, frigideiras e talheres. Espetacular, não é?

such as motors, batteries and transmission on a 'board' just below the wheel axle.

The interior design of the Rivian R1T follows a minimalist aesthetic with pleasing materials. The dashboard and parts of the steering wheel are lined with reclaimed wood. The seats are synthetic leather and the optional glass roof gives the car an airy feel.

The Rivian R1T's real claim to functional creativity lies between the passenger compartment and the truck bed: the "gear tunnel". This is a large hole in the middle of the vehicle with a door at each end. A long platform can slide out and be supported on a folding leg to make a seat. The Rivian R1T offers an electric "camping stove" and even has drawers to store pots, pans and cutlery. Spectacular, isn't it?

WWW.RIVIAN.COM



Rolls-Royce Spectre

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

O PRIMEIRO ELÉTRICO COM ARQUITETURA DE LUXO

THE FIRST ELECTRIC WITH LUXURY ARCHITECTURE

Começou a extinção dos motores a combustão da marca. A Rolls-Royce Motor Cars, pertencente ao grupo BMW, anunciou que o seu primeiro automóvel 100% elétrico chegará ao mercado até ao final de 2023. Segundo o CEO da Rolls-Royce, Torsten Müller-Ötvös, a denominação do novo modelo, embora inédita, seguiu a mesma lógica dos anteriores: "Tinha de ser um nome que fosse forte e evocativo, *Spectre*, assim como os demais modelos que tão perfeitamente nos serviram no século passado – como *Phantom*, *Ghost* e *Wraith*. Ele ajusta-se perfeitamente ao entorno etéreo e consagrado onde estão nossos produtos", diz o executivo.

Com o novo carro, a Rolls-Royce pretende marcar o início do processo de eletrificação de todo o seu portfólio, abandonando assim os motores V12 a combustão. "Até 2030, a Rolls-Royce não irá mais produzir ou vender nenhum produto com motor de combustão interna", garantiu o CEO da marca.

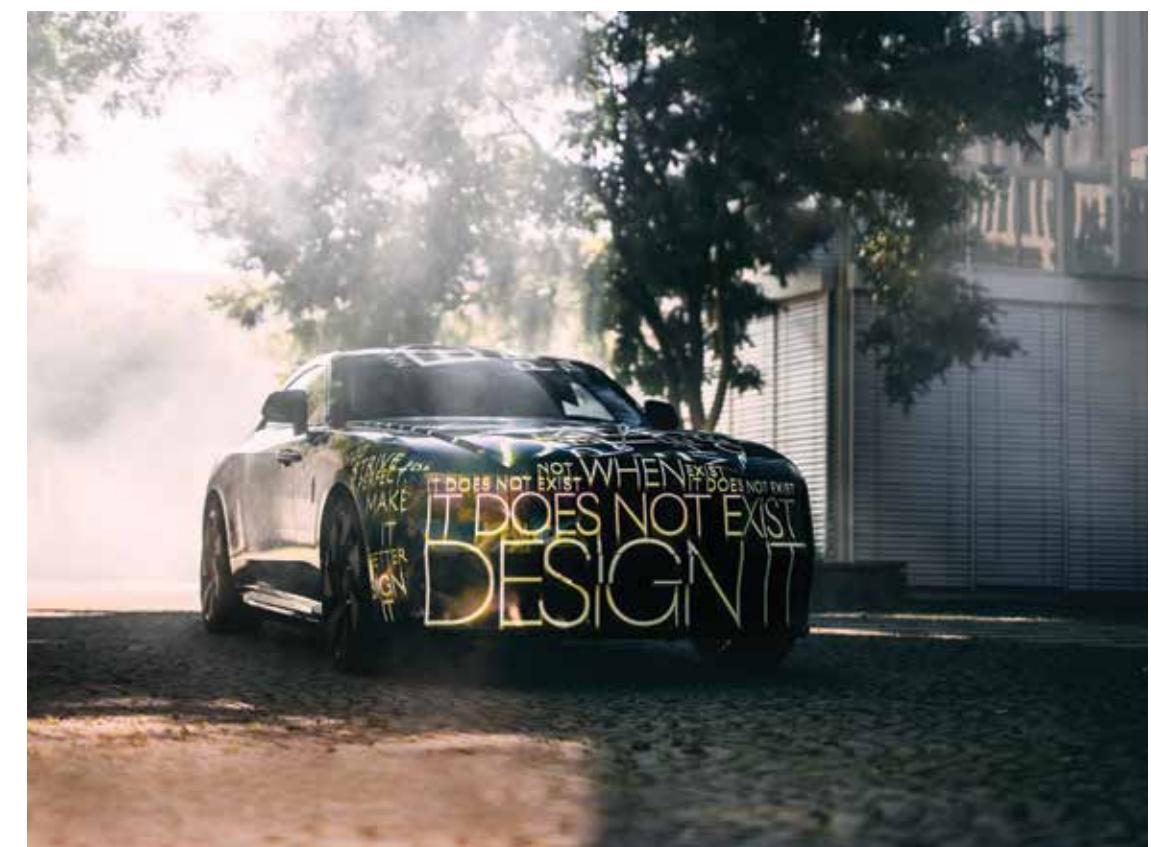
A empresa não divulgou ainda mais detalhes sobre a propulsão do *Spectre*: baterias, performance ou autonomia. Manter a informação em segredo, aliás, é também uma das imagens de marca da Rolls-Royce. Mas especula-se que seja utilizada a mesma tecnologia empregada nos carros mais caros da gama elétrica da BMW. Certo mesmo é a garantia de luxo e os preços situados no alto do segmento mais caro do mercado.

The demise of the manufacturer's combustion engines has begun. Rolls-Royce Motor Cars, part of the BMW group, has announced that its first 100% electric car will hit the market by the end of 2023. According to Rolls-Royce CEO Torsten Müller-Ötvös, the naming of the new model, although unprecedented, followed the same logic as the previous ones: "It had to be a name that was strong and evocative, *Spectre*, just like the other models that have served us so perfectly in the last century – such as *Phantom*, *Ghost* and *Wraith*. It fits perfectly with the ethereal and other worldly environment in which our products exist," says the executive.

With the new car, Rolls-Royce intends to mark the beginning of the process of electrification of its entire portfolio, thus abandoning V12 combustion engines. "By 2030, Rolls-Royce will no longer produce or sell any product with an internal combustion engine," the brand CEO guaranteed.

The company has not yet disclosed further details about the *Spectre*'s propulsion system: batteries, performance or autonomy. Keeping information secret is also one of Rolls-Royce's hallmarks. But it is speculated that the same technology employed in the most expensive cars of BMW's electric range will be used. What is certain is the guarantee of luxury and the prices situated at the top of the most expensive segment of the market.

WWW.ROLLS-ROYCEMOTORCARS.COM .





Mercedes - AMG SL

T FILOMENA ABREU © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

A NOVA GERAÇÃO DO ROADSTER

Este é o novo Mercedes-AMG SL. Quando a empresa alemã revelou as primeiras imagens oficiais da nova geração do roadster desportivo, os aficionados ficaram em êxtase. O carro foi totalmente renovado e conta agora com opções de motor V8 de até 593 cv. O novo SL será produzido exclusivamente pela divisão desportiva Mercedes-AMG, e será o substituto do AMG GT Roadster e do Classe S Coupé e Cabriolet. O AMG SL revela linhas modernas e atraentes, sendo ainda mais comprido do que o da geração anterior (4,705 m contra 4,640 m). A capota retrátil deixou de ser rígida, tendo a Mercedes optado por substituí-la por uma em lona, por ser uma solução menos volumosa e mais leve. Pode ser acionada em apenas 15 segundos com uma velocidade máxima de 50 km/h. Por fora, o design segue a atual identidade visual da Mercedes. Na dianteira, os faróis de LED têm

THE NEW GENERATION OF THE SPORTS ROADSTER

This is the new Mercedes-AMG SL. When the German company revealed the first official images of the new generation of the sports roadster, fans went into raptures. The car has been completely revamped and now features V8 engine options of up to 593 hp. The new SL will be produced exclusively by the Mercedes-AMG sports division, and will be the replacement for the AMG GT Roadster and the S-Class Coupé and Cabriolet. The AMG SL reveals modern and attractive lines, and is longer than the previous generation (4,705 m versus 4,640 m). The retractable hard top is no longer rigid, with Mercedes choosing to replace it with a canvas one, as it is a less bulky and lighter solution. It can be activated in just 15 seconds at a maximum speed of 50 km/h. On the outside, the design follows the current Mercedes visual identity. In the front, the

um formato angular, que se parece com a atual geração do coupé SLS. A grade dianteira conta com 14 aletas verticais, e o para-choque é mais agressivo, com grandes entradas de ar na parte inferior. Na lateral, há saídas de ar nos para-lamas dianteiros e as maçanetas são embutidas. Por dentro, o destaque do novo Mercedes SL fica para a nova central multimédia MBUX de 11,9 polegadas. A tela conta com orientação vertical e aspeto flutuante. Além disso, conta com suporte de comandos de voz e recursos Apple CarPlay e Android Auto. Por fim, o interior vem com um painel de instrumentos digital de 12,3 polegadas e iluminação ambiente. Com layout 2+2, o novo SL pode levar até quatro pessoas, mas as que vão atrás não podem ter mais do que 1,5 metros.

LED headlights have an angular shape, which resembles the current generation of the SLS coupé. The front grille has 14 vertical fins, and the bumper is more aggressive, with large air inlets in the lower part. On the side, there are air outlets in the front wings and the door handles are recessed. Inside, highlights of the new Mercedes SL include the new MBUX 11.9-inch infotainment system. The screen is mounted vertically, as if floating. In addition to this, it features voice command support and Apple CarPlay and Android Auto capabilities. Finally, the interior comes with a 12.3-inch digital instrument cluster and ambient lighting. With a 2+2 layout, the new SL can carry up to four people, but those in the back cannot be taller than 1.5 metres.

WWW.MERCEDES-BENZ.PT



O
OPINIÃO / OPINION

André Silveira

RESPONSÁVEL DE COMUNICAÇÃO MERCEDES-BENZ CARS
HEAD OF COMMUNICATION MERCEDES-BENZ CARS

Estratégia AMBITION 2039

Vivemos uma era sem precedentes. Alterações climáticas, digitalização, declínio dos mercados devido à pandemia COVID-19 e enormes desafios relacionados com a escassez de componentes. Ao mesmo tempo, como em qualquer crise, surgem novas oportunidades.

Hoje, para continuarmos a ser "a Mercedes" entre os principais fornecedores de mobilidade, é preciso mudar. O nosso objetivo passa por criar uma nova Mercedes-Benz para uma nova era: sustentável, fascinante, neutra em carbono e, por último, mas não menos importante, rentável. Para nós, a sustentabilidade significa criar valor duradouro para os nossos acionistas, colaboradores e parceiros, tendo sempre em conta os impactos ambientais e sociais das nossas atividades e dos nossos stakeholders ao longo de toda a cadeia de valor. Com a estratégia AMBITION 2039, a nossa linha orientadora e a nossa visão do futuro, estamos a incorporar a sustentabilidade no centro do nosso negócio, uma vez que estamos convencidos de que a mobilidade de amanhã é possível com uma frota de veículos livre de emissões.

A Mercedes-Benz prepara-se para se tornar numa

marca totalmente elétrica até ao final da década, onde as condições de mercado o permitam. Até 2022 vamos ter uma oferta de veículos movidos a bateria em todos os segmentos. A partir de 2025, todas as arquiteturas serão apenas elétricas e os clientes poderão escolher uma alternativa para cada modelo.

Para facilitar esta mudança, a Mercedes-Benz está a investir e a acelerar desenvolvimentos na área da inovação. No total, serão investidos, entre 2022 e 2030, mais de 40 mil milhões de euros em veículos elétricos. O nosso principal objetivo é manter a reconhecida liderança tecnológica no segmento de luxo, bem como nos veículos comerciais ligeiros, reafirmando um claro compromisso com as nossas ambiciosas metas.

Temos uma estratégia clara, uma equipa altamente qualificada e motivada, bem como um forte apoio de todo o conselho de administração da Mercedes-Benz AG. Queremos crescer de forma rentável e criar valor sustentável para os nossos clientes, colaboradores, acionistas e parceiros. A estratégia está montada, a nossa visão alinhada, resta-nos mostrar, como sempre fizemos, o rumo para o futuro da mobilidade.

AMBITION 2039 Strategy

We live in an unprecedented era. Climate change, digitalisation, declining markets due to the COVID-19 pandemic and huge challenges related to component shortages. At the same time, as in any crisis, new opportunities arise. Today, for us to remain "Mercedes" among the leading mobility providers, we need to change. Our aim is to create a new Mercedes-Benz for a new era: sustainable, fascinating, carbon-neutral and, last but not least, profitable. For us, sustainability means creating lasting value for our shareholders, employees and partners, while always taking into account the environmental and social impacts of our activities and of our stakeholders along the entire value chain.

With the AMBITION 2039 strategy, our guiding principle and vision of the future, we are integrating sustainability into the heart of our business, as we are convinced that tomorrow's mobility is possible with an emission-free fleet of vehicles.

Mercedes-Benz is getting ready to become an all-electric brand by the end of the decade, where market conditions

allow. By 2022 we will offer a range of battery-powered vehicles in every segment. From 2025, all architectures will be just electric and customers will be able to choose an alternative for each model.

To facilitate this change, Mercedes-Benz is investing and accelerating developments in the area of innovation. In total, more than 40 billion Euros will be invested in electric vehicles between 2022 and 2030. Our main aim is to maintain our renowned technological leadership in the luxury segment, as well as in light commercial vehicles, while reaffirming a clear commitment to our ambitious goals.

We have a clear strategy, a highly qualified and motivated team, as well as strong support from the entire Board of Directors of Mercedes-Benz AG. We want to grow cost-effectively and create sustainable value for our customers, employees, shareholders and partners. The strategy is in place, our vision aligned. All that remains is for us to show, as we have always done, the way ahead for the future of mobility.



talking about:

LEXUS LC 500

T MARIA CRUZ © DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED



Beleza absoluta

Entre o cair das folhas de outono do ano passado, pintava-se no chão um manto de cores em tons castanhos, vermelhos e amarelos. Sentia-se o suspiro fresco do cimo dos vales do Douro, enquanto se assistia às filmagens e ao *test drive* do Lexus LC 500, para mais um mágico *amazing stories* da marca. As imagens levam-nos a viajar, assim como o novo modelo da Lexus, que nos surpreende pela forma perfeita do *design* e não só. Este é um dos mais emblemáticos modelos da marca – o LC 500 Cabrio. Marcado pela forte grelha, que se estende pela frente do carro; pelo painel de vidro e pilares traseiros escurecidos, que dão a sensação de teto flutuante; pelas molduras cromadas e linhas curvas; e pelos faróis traseiros, cujo *design* distinto foi inspirado nos pós-combustores de um jato. É claro que para quem possa ter a oportunidade de testar esta viatura, tal como o fizeram Dirk Niepoort e Nina Gruntkowski, o resultado só pode ser um: deslumbrante e irresistível.

Aqui partilhamos histórias. E as *amazing stories* da marca têm contado muitas daquelas narrativas que habitualmente ficam no *backstage*. Fotografou-se. Filmou-se. Testou-se. E entre a natureza envolvente fomos partilhando histórias e fazendo história. Registámos momentos, com o elegante Lexus LC 500 a revelar-se o príncipe do dia. Com linhas harmoniosas e corajoso, este modelo proporciona uma condução singular. Conheceu-se a cultura ví尼ca e entusiasmamo-nos com a forte ligação entre o automóvel, que é uma força da natureza, e o homem que se apaixonou pela essência da vinha, Dirk, acompanhado por Nina, também ela uma inspiração – não fosse a primeira pessoa a trazer para Portugal a tradicional cultura japonesa do chá e a primeira

produtora a fazer crescer folhas de Chá Camélia na Europa. Tal como o seu trabalho é minucioso, também o processo de fabrico do LC 500 foi elaborado com toda a atenção e dedicação, desde logo no *design* e nos pormenores do seu interior. Uma combinação perfeita. Para testemunhar isto, registou-se em filme a beleza do Douro, do LC 500 e do casal inspirador.

“Um dos mais emblemáticos modelos da marca – o LC 500 Cabrio”

Por entre as curvas das estradas, uma evolução da motorização de luxo exibiu-se. E assim foi revelado o novo modelo da Lexus. Com uma suspensão preparada para um desempenho mais suave, amortecedores ajustados e uma maior rigidez da barra estabilizadora traseira, foi ainda introduzido o *Active Cornering Assist* (ACA) e houve melhorias na transmissão automática de 10 velocidades por forma a aprefeioar a condução quotidiana. Mas não fica por aqui. O LC 500 está equipado com o sistema híbrido *Multi Stage* do LC 500h, que permite reduzir para segunda, e não para terceira, por forma a permitir uma operação mais suave e uma aceleração mais robusta em curvas acentuadas. Também foram introduzidas novas cores interiores, como o couro Vermelho Flamejante e o Laranja Manhattan, e exteriores, sendo incluído as tonalidades Blazing Carnelian e Terrane Khaki, além das habituais Branco, Cinza Escuro, Prata Sonic, Sonic Titanium, Preto Sólido, Vermelho Radiante, Amarelo Flamejante e Azul Profundo. E ainda não falamos das jantes de liga leve

forjadas de 20 polegadas, nem do sistema multi-média atualizado com integração de *smartphone* via *Apple CarPlay*® e *Android Auto*®, pois, além de tudo isto, a experiência de condução ficou ainda mais atrativa, graças ao volante com uma seção transversal, que muda de forma permitindo variações na pega. Desde o arranque, o motor V8 do LC 500, com potência 464 DIN hp/351 kW, pode levar o automóvel dos 0 aos 100 km/h em 4,7 segundos.

Posto isto, não há muito mais a acrescentar. Apenas, prego a fundo!

Absolute beauty

As the autumn leaves fell on the last year, a blanket of colours in browns, reds and yellows painted the ground. A cool breeze could be felt from the top of the Douro valleys as we watched the filming and test drive of the Lexus LC 500, for another magical ‘amazing story’ of the brand. The images take us on a journey, as does the new Lexus model, amazing us with the perfect shape of its design and more besides. This is one of the most iconic models of the brand – the LC 500 Cabrio. Marked by its powerful front grille, which extends across the front of the car; the glass panel and darkened rear pillars, which give the feeling of a floating roof; the chrome trim and curved lines; and the rear headlights, the distinctive design of which was inspired by the afterburners of a jet. Of course, for anyone who might have the opportunity to test drive this car, as Dirk Niepoort and Nina Gruntkowski did, the result can only be one: stunning and irresistible. Here we share stories. And the brand’s ‘amazing stories’ have told many of those narratives that are usually left behind the lens. Photographs were taken. Filming took place. And the car was tested. And amidst the surrounding nature, we shared stories and made our own piece of history. We captured moments, with the elegant Lexus LC 500 revealing itself as the prince of the day. With harmonious and daring lines, this model provides a singular driving experience. We got to know the wine culture and got excited about the strong connection between the car, which is a force of nature, and the man who fell in love with the essence of the vine, Dirk, accompanied by Nina, also an inspiration – she was the first person to bring the traditional Japanese tea culture to Portugal and the first producer to grow camellia tea leaves in Europe. Just as her work is meticulous, the manufacturing process of the LC 500 has also been undertaken with the utmost attention and dedication, starting with the design and details of the interior. A perfect combination. To bear witness to this, the beauty of the Douro,



**"One of the brand's most iconic models
– the LC 500 Cabrio"**

of the LC 500 and of the inspiring couple were recorded on film.

Along the curves of the roads, an evolution of the luxury motoring was showcased. And this is how the new Lexus model was revealed. With suspension calibrated for smoother performance, dampers adjusted and a stiffer rear anti-roll bar, Active Cornering Assist (ACA) has also been introduced and improvements to the 10-speed automatic transmission were made to enhance day-to-day driving. But it doesn't stop there. The LC 500 is equipped with the LC 500h's Multi Stage Hybrid system, which allows you to downshift to second, rather than third, to allow smoother operation and more robust acceleration through sharp bends. New interior colours, such as Flaming Red leather and Manhattan Orange, and exterior colours have also been introduced, the latter including Blazing Carnelian and Terrane Khaki hues, in addition to the usual F White, Dark Grey, Sonic Silver, Sonic Titanium, Solid Black, Radiant Red, Flaming Yellow and Deep Blue. And we still haven't mentioned the 20-inch forged alloy wheels, or the upgraded multimedia system with smartphone integration via Apple CarPlay® and Android Auto®, because, in addition to all this, the driving experience just was made even more appealing, thanks to the steering wheel with a cross-section, which differs in shape around its circumference, allowing for variations in grip. Right from ignition, the LC 500's V8 engine, powering in at 464 DIN hp/351 kW, can take the car from 0 to 100 km/h in 4.7 seconds. That said, there's not much more to add. Just, put your foot down!

WWW.KLEIN-VISION.COM



WWW.TRENDS-MAG.COM

TRENDS
KNOW THE DIFFERENCE



CAMPANHA DE
ASSINATURAS

SUBSCRIPTION
CAMPAIGN

*More than a magazine,
a world of trends. Since 2004*

Assine a TRENDS e acompanhe as
tendências mais inovadoras

Subscribe to TRENDS and follow the
most innovation TRENDS

Envie email para // send your email to:
info@trends-mag.com

O valor da assinatura é de
10,00€ x 4 edições = 40€.
Subscreva agora e receba
um presente especial.

The subscription cost
10,00€ x 4 issues = 40€
Subscribe now and
receive a special gift.

siga-nos em // follow us on



trendsknowthedifference

JAGUAR I-PACE

LIGADO AO FUTURO.



O Jaguar I-PACE, o nosso primeiro SUV 100% elétrico, é o Jaguar mais inovador até à data, e isso nota-se à primeira vista. O seu exterior elegante e aerodinâmico foi desenhado para otimizar a sua autonomia e estabilidade. Além disso, os seus 400 CV e a sua aceleração instantânea (alcança os 100 km/h em 4,8 segundos) fazem dele um verdadeiro desportivo.

Fiaal

EN 125 (Nó do Aeroporto) Pontes de Marchil
289 891 700

fiaal.jaguarportugal.pt

Gama Jaguar I-PACE 20MY: consumo combinado 22,0-24,8 kWh, autonomia combinada 470-415 km (valores homologados segundo o ciclo WLTP). O WLTP mede o consumo de combustível, o consumo de energia, a autonomia e as emissões. Foi concebido para proporcionar valores mais próximos dos obtidos com comportamentos de condução reais; podem variar em função das jantes e do equipamento selecionados.