TRENDS

TRENDS®

KNOW THE DIFFERENCE

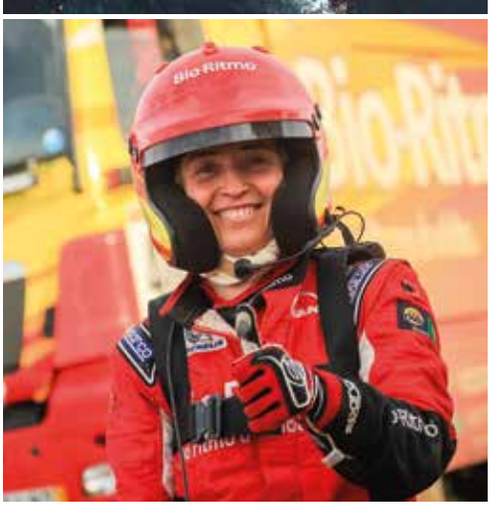
Architecture,
Elora Hardy
Koichi Takada

Interiors,
Karim Rashid
Sara Folch

Trendsetter,
Nuno Matos Cabral
Pedro d'Orey

In Style,
Nuno Miguel Ramos
Lucie Gomes

To Move,
Elisabete Jacinto
Rodi Basso



SEMESTRAL • N.º**76** • €10,00

SÉRIE IV • ANO 17 • N.º **76** • 2022

5 607727 053699 00076

© JNF Architectural Hardware

LINK OPTIC 01 - IN.00.455.OP1
Door lever handle / Puxador de porta

LINK OPTIC 02 - IN.00.455.OP2
Door lever handle / Puxador de porta

JNF A NEW HARDWARE VISION!

#JNFARCHITECTURALHARDWARE

EN

LINK OPTIC DRAWS INSPIRATION FROM CELLULOSE ACETATE EYEWEAR, EXPLORING TURTLE PATTERNS FOR A BOLD APPROACH TO THE INTERSECTION OF FASHION AND INTERIOR DESIGN. THE TWO MODELS AVAILABLE HAVE A SURPRISING FINISH THAT PLAYS WITH LIGHT AND HIGHLIGHTS COLORS, ALLOWING DECORATIVE CONTRASTS. A SIMPLE LEVER HANDLE IS CAPABLE OF STANDING OUT AS A SINGULAR PIECE AND A SOURCE OF INSPIRATION.

PT

LINK OPTIC INSPIRAM-SE NOS ÓCULOS DE ACETATO DE CELULOSE, EXPLORANDO OS PADRÕES DE TARTARUGA, PARA UMA ABORDAGEM ARROJADA AO CRUZAMENTO DA MODA COM O DESIGN DE INTERIORES. OS DOIS MODELOS DISPONÍVEIS TRAZEM UM ACABAMENTO SURPREENDENTE QUE BRINCAM COM A LUZ E DESTACAM AS SUAS CORES, PERMITINDO CONTRASTES DECORATIVOS QUE FAZEM DE UM PUXADOR UMA PEÇA DE DESTAQUE E ELE PRÓPRIO UMA FONTE DE INSPIRAÇÃO.

JNF ARCHITECTURAL HARDWARE

57 YEARS 1965.2022

WWW.JNF.PT
ALWAYS MORE

JNF A NEW HARDWARE VISION!

LINK OPTIC
IN.00.455.OP2

CREATIVE LEMONS
FILMS AND DESIGN

Estás a lançar um produto?

Junta-te ao lado Amarelo da Força

AGROS NOS PARFOIS Uber SUPER BOCK AMORIM FLAMA PEDRAS

Para começar, ativa o botão

VÍDEO • FOTOGRAFIA • DESIGN • MOTION • WEB • 360°

mail@lemons.pt +351 935 365 295 www.lemons.pt

IT'S THE TIME

Ano Verde TRENDS

O verde foi a escolha para a cor tendência do verão 2022. E foi também a nossa escolha para a edição que se segue. A TRENDS, que está repleta de temas verdes, com foco na sustentabilidade a vários níveis, desde o mundo *fashion* à arquitetura, do produto aos motores, convidam-no a percorrer páginas de artigos inspiradores. Podemos dizer que o verde é a cor que procuramos usar em todas as áreas da nossa vida, nos *looks*, nas coleções, nos projetos e na mensagem que procuramos passar ao nosso leitor. E o verde é também a cor que precisamos depois dos tempos controversos que o mundo tem vindo a atravessar, uma pandemia, a guerra na Ucrânia... o planeta não merece tanta adversidade e o meio ambiente precisa, hoje mais do que nunca, ser desintoxicado e respirar ar puro. O verde carrega simbolismo, tem um efeito calmante e natural. E que tons combinam com o verde? Todos os tons com os quais queiramos pintar os nossos dias, porque o verde harmoniza com tudo, e prova disso são os demais projetos sustentáveis que apresentamos, as entrevistas e opiniões de rostos internacionais, que muito têm para nos ensinar. Elora Hardy e Koichi Takada, na Arquitetura; Karim Rashid e Sara Folch, no Design de Interiores; Nuno Matos Cabral e Pedro d'Orey, Design de Produto; Nuno Miguel Ramos e Lucie Gomes, na Moda; Elisabete Jacinto e Rodi Basso, nos Motores. Deixe-se contagiar pelo nosso espírito *green*. Boas leituras!

[MARIA CRUZ]

Green TRENDS Year

Green was the colour of choice for the summer 2022. And it was also our choice for this issue. TRENDS, which is full of green features, focusing on sustainability at various levels, from the fashion world to architecture, from products to engines, invites you to browse through its pages of inspiring articles. We can say that green is the colour we strive to use in all areas of our lives, in looks, in collections, in projects and in the message we want to convey to our readers. And green is also the colour we need after the controversial times the world has been going through, a pandemic, the war in Ukraine... the planet does not deserve so much adversity and the environment needs, today more than ever, to be detoxified and breathe pure air. Green is heavy with symbolism, has a calming and natural effect. And what colour palette goes with green? All the hues with which we want to paint our days, because green harmonises with everything, and this can be proved through the various sustainable projects that we present, the interviews and opinions of international faces, who have much to teach us. Elora Hardy and Koichi Takada, in architecture; Karim Rashid and Sara Folch, in interior design; Nuno Matos Cabral and Pedro d'Orey, product design; Nuno Miguel Ramos and Lucie Gomes, in fashion; and Elisabete Jacinto and Rodi Basso, in the motor industry. Let yourself get infected by our green spirit. Happy reading!

TRENDS

Propriedade/Editora:
PM Media, Lda.
www.pmmediacorporate.com
Rua António Nobre, 23, Fração B
4450-618, Matosinhos,
Porto, Portugal
T: (+351) 252 299 010

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

Fotografia de Capa:
© 1 Suki Zoe; 2 Nuno Almendra; 4 Alex Ulreich; 6 Igor Martins; 7 CIFA; 3 e 5 Direitos Reservados

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

N.º 76 JUL-DEZ

Periodicidade: Semestral
Impressão: Lusoimpress
Preço de Capa: €10,00
ISSN: 2183-6779
Depósito Legal: N.º 205996/04
Publicação Registada: ERC sob o n.º 124365
Estatuto Editorial: www.trends-mag.com/pt/estatuto-editorial/
Publicidade e Assinaturas:
adsales@trends-mag.com

TRENDS - KNOW THE DIFFERENCE® marca registada. Todos os direitos reservados. Os anúncios publicitários e artigos de opinião, os seus conteúdos e o impacto que deles advier são da total responsabilidade dos seus autores. 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.

LEXUS ELECTRIFIED SPORT CONCEPT

O festival inglês Goodwood Festival of Speed foi o acontecimento escolhido pela Lexus para apresentar o seu modelo exclusivo, um carro totalmente desportivo e elétrico, com elevado desempenho. Apresentou-se à Europa como um modelo de *design* futurista, eletricamente divertido. Contendo uma autonomia superior a 700 km, o *Lexus Electrified* apela à nostalgia, evocando, com o seu estilo e presença, as memórias do *Lexus LFA*. A novidade foi a alma da festa, incluindo a divulgação do novo *SUV* elétrico de bateria RZ 450e, e o crossover compacto UX 300e, 100% elétrico.

LEXUS ELECTRIFIED SPORT CONCEPT

The Goodwood Festival of Speed was the chosen event for Lexus to present its exclusive model, a high performance all-electric sports car. It was presented to Europe as a model of free design, futuristic and electrically fun. Boasting a range of over 700 km, the *Lexus Electrified* is nostalgic in feel, evoking, with its style and presence, memories of the *Lexus LFA*. The new car was the soul of the party, which also included the unveiling of the new RZ 450e battery electric SUV, and the 100% electric UX 300e compact crossover.

DESIGN EDUCATES AWARDS 2023

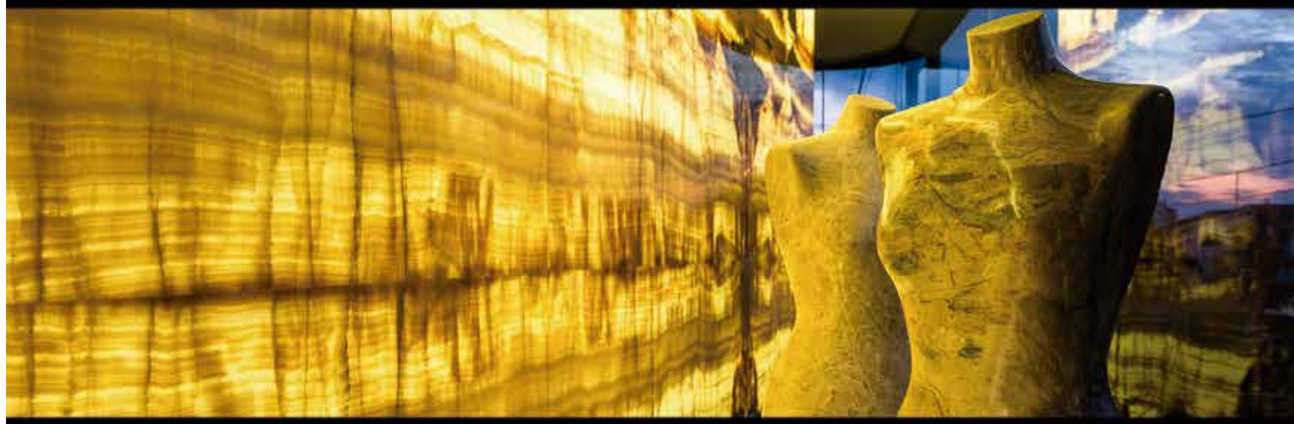
Superior ao agradável esteticamente, está o agradável educativamente, diria o DEAwards como forma de alertar para o que aí vem na próxima edição. Ao divulgarem os melhores projetos de arquitetura e *design*, procuram explicar a complexidade da realidade e as influências socioeconómicas no mundo. Os juízes nomeiam, anualmente, as melhores ideias dentro do *design* arquitetónico, de produto, universal e responsivo, embora o tema da próxima edição exija mais do que conhecimento técnico, colocando à prova a veia criativa dos participantes com o tema "Educar Edifícios".

DESIGN EDUCATES AWARDS 2023

Above and beyond aesthetically pleasing is educationally pleasing, the DEAwards would say, as a way of warning of what's to come in the next edition. By showcasing the best architecture and design projects, they seek to explain the complexity of reality and the socio-economic influences on the world. The judging panel annually nominates the best ideas within architectural, product, universal and responsive design, although the theme of the next edition demands more than technical knowledge, putting the creative skills of participants to the test with the theme "Educating Buildings".

MERCADO DA PEDRA
LUXURY IS ABOUT TIME

Mercado da Pedra works with highly distinctive natural stones, stimulating architects and designers to personalise private and social spaces.



BRAGA Portugal • MARBELLA Spain

+351 253 304 200
info@mercadodapedra.com
www.mercadodapedra.com

Follow us on:

PAVELS LIEPINS DESCOBRE COMO TRANSFORMAR PLÁSTICO EM PROTEÍNAS COMESTÍVEIS

Já é possível dividir compósitos plásticos em proteínas degustativas, com a vantagem da redução da pegada de CO_2. Do laboratório Inxects saiu uma fórmula assente na simbiose entre colónias de minhocas e o corpo humano, salvaguardando a segurança alimentar e a diminuição da poluição em grande escala. A inovação foi motivada pela relação desequilibrada entre a produção de alimentos poluentes e a vida natural, utilizando a minhoca como protagonista graças à capacidade que tem de digerir plástico sem armazenar algum tipo de componente tóxico.

PAVELS LIEPINS DISCOVERS HOW TO TURN PLASTIC INTO EDIBLE PROTEIN

It is already possible to break down plastic composites into edible proteins, with the advantage of a reduced CO_2 footprint. The Inxects laboratory has come up with a formula based on the symbiosis between colonies of worms and the human body, safeguarding food safety and reducing pollution on a large scale. The innovation was brought about by the unbalanced relationship between the production of polluting food and natural life, using the earthworm as a protagonist thanks to its ability to digest plastic without storing any type of toxic component.

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

MISTERIOSO EGITO EM EXIBIÇÃO NA IMMERSIVUS GALLERY LISBOA

O Reservatório da Mãe D'água das Amoreiras apresenta a mais recente criação de OCUBO: uma experiência audiovisual que recorda os momentos mais simbólicos da civilização egípcia. Até 25 de setembro será possível viajar no tempo e reviver mais de três mil anos de história da cultura egípcia, através de recriações originais baseadas em conteúdos reunidos por bibliotecas e museus de todo o mundo. O tesouro do faraó, as pirâmides e a inscrição da Pedra de Roseta são algumas das atrações que passam alternadamente entre hologramas e projeções a 360º.

MYSTERIOUS EGYPT ON SHOW AT IMMERSIVUS GALLERY LISBOA

The Mãe D'água Reservoir of Amoreiras presents the latest creation of OCUBO: an audio-visual experience that recalls the most symbolic moments of Egyptian civilisation. Until 25 September, you will be able to travel back in time and relive more than three thousand years of Egyptian culture through original recreations based on content gathered by libraries and museums from all over the world. The Pharaoh's treasure, the Pyramids and the Rosetta Stone inscription are some of the attractions that alternate between holograms and 360º projections.

CRUISE EUROPE CONFERENCE ESTREIA-SE EM LISBOA EM 2023

A conferência internacional da Cruise Europe chega ao coração de Portugal no próximo ano, resultado da vencedora candidatura portuguesa, apresentada pelo Porto de Lisboa. Trata-se de um evento que envolve mais de 20 países, reunindo os maiores *stakeholders* da área de cruzeiros durante três longos dias. Com o objetivo de promover o desenvolvimento e qualificação da atividade do setor, a primeira associação europeia da indústria de cruzeiros reúne anualmente, contando com a representação de mais de 20 países. Em 1992, o Porto de Lisboa aderiu à Cruise Europe, e será em 2023 que receberá o reconhecimento procurado desde então.

CRUISE EUROPE CONFERENCE DEBUTS IN LISBON IN 2023

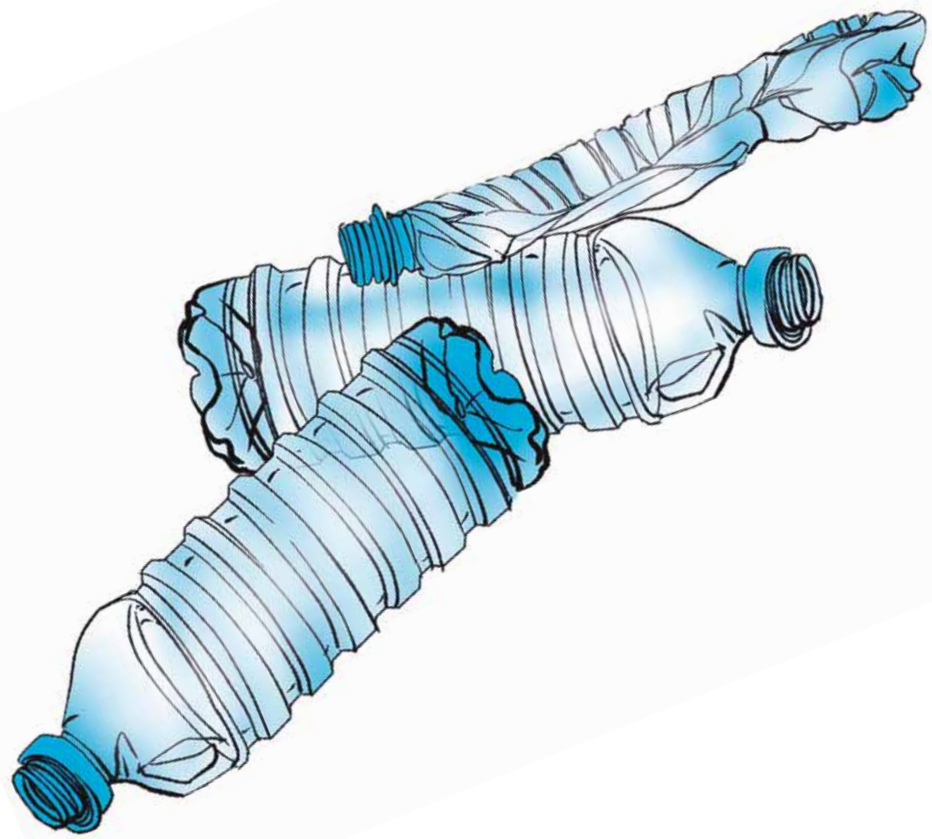
The Cruise Europe international conference comes to the heart of Portugal next year, the result of the winning bid, presented by the Port of Lisbon, going to Portugal. This is an event involving more than 20 countries, bringing together the major stakeholders in the cruise industry over three long days. With the objective of promoting the development and enhancement of the sector's activity, the first European cruise industry association meets annually, with the representation of more than 20 countries. In 1992, the Port of Lisbon joined Cruise Europe, and in 2023 it will receive the recognition it has sought since then.

MODA UCRANIANA ‘VESTE-SE’ DE PATRIOTISMO

Numa loja no centro de Kiev, a capital ucraniana, mãe e filha conferem t-shirts estampadas com símbolos patrióticos, uma tendência que tem vindo a crescer desde a invasão russa da Ucrânia. Uma das camisolas, criadas pela marca local J.Cook, mostra a imagem de um cão vestido com um colete à prova de bala e óculos escuros. “Temos vários assim”, conta Tatiana, referindo-se a Patron, mascote condecorada em maio pelo presidente ucraniano, Volodimir Zelensky, pela sua habilidade em encontrar minas terrestres. Segundo o criador da J.Cook, Sergeyi Fiut, atualmente estas t-shirts são “as mais populares” da marca.

UKRAINIAN FASHION ‘DRESSES UP’ IN PATRIOTISM

In a shop in the centre of Kiev, the Ukrainian capital, mother and daughter purvey t-shirts printed with patriotic symbols, a trend that has been growing since the Russian invasion of Ukraine. One of the t-shirts, created by local brand J.Cook, shows an image of a dog dressed in a bulletproof vest and sunglasses. “We have several like that,” Tatiana says, referring to Patron, a mascot decorated in May by Ukrainian President Volodimir Zelensky for his ability to find landmines. According to J.Cook creator Sergeyi Fiut, these t-shirts are currently “the most popular” of the brand.



PROJETO TRANSFORMA PLÁSTICO PET EM SENSORES PARA DETETAR POLUENTES NA ÁGUA

Um grupo de investigadores da Faculdade de Ciências da Universidade do Porto está a transformar o plástico PET recolhido na costa, que por norma vai para aterro, em novos materiais para sensores óticos (com propriedades fluorescentes) para detetar poluentes ambientais na água. Nesse sentido, os investigadores estão a desenvolver um “processo inovador de transformação”, usando a água como solvente (via hidrólise) do plástico associado ao aquecimento óhmico, “uma tecnologia muito usada para o processamento de alimentos, conservando as suas propriedades”.

PROJECT TURNS PET PLASTIC INTO SENSORS TO DETECT POLLUTANTS IN WATER

A group of researchers from the Faculty of Sciences of the University of Oporto is transforming PET plastic, collected on the coast, which usually goes to landfill, into new materials for optical sensors (with fluorescent properties) to detect environmental pollutants in water. In this regard, researchers are developing an “innovative transformation process”, using water as a solvent (via hydrolysis) of the plastic associated to ohmic heating, “a technology widely used for food processing, preserving its properties.”

A REVOLUCIONÁRIA BATERIA DE AREIA QUE PROMETE AQUECER AS CASAS FINANDESAS

Os investigadores finlandeses desenvolveram a primeira "bateria de areia" totalmente operacional, que pode armazenar energia renovável durante meses. Segundo os cientistas, a nova bateria pode resolver um dos grandes problemas das energias renováveis: garantir o fornecimento contínuo durante todo o ano. O dispositivo usa areia de baixa qualidade, que é aquecida por energia solar ou eólica. A areia armazena calor a uma temperatura de 500ºC, que pode ser usado para aquecer casas no inverno, quando a energia é mais cara. A Finlândia importa a maior parte do gás que consome da Rússia. E a guerra na Ucrânia intensificou o interesse por alternativas viáveis. Talvez esta venha a ser uma delas.

THE REVOLUTIONARY SAND BATTERY THAT PROMISES TO HEAT FINNISH HOMES

Finnish researchers have developed the first fully operational "sand battery" that can store renewable energy for months. According to scientists, the new battery can solve one of the big problems of renewable energy: ensuring continuous supply all year round. The device uses low-grade sand, which is heated by solar or wind energy. The sand stores heat at a temperature of 500ºC, which can be used to heat homes in winter, when energy is more expensive. Finland imports most of the gas it consumes from Russia. And the war in Ukraine has intensified interest in viable alternatives. Perhaps this can be one of them.

NEW HULLAHOOP MODEL BY CARLESITONELLI 2022

WOODEN
CHAIRS
TAILORS

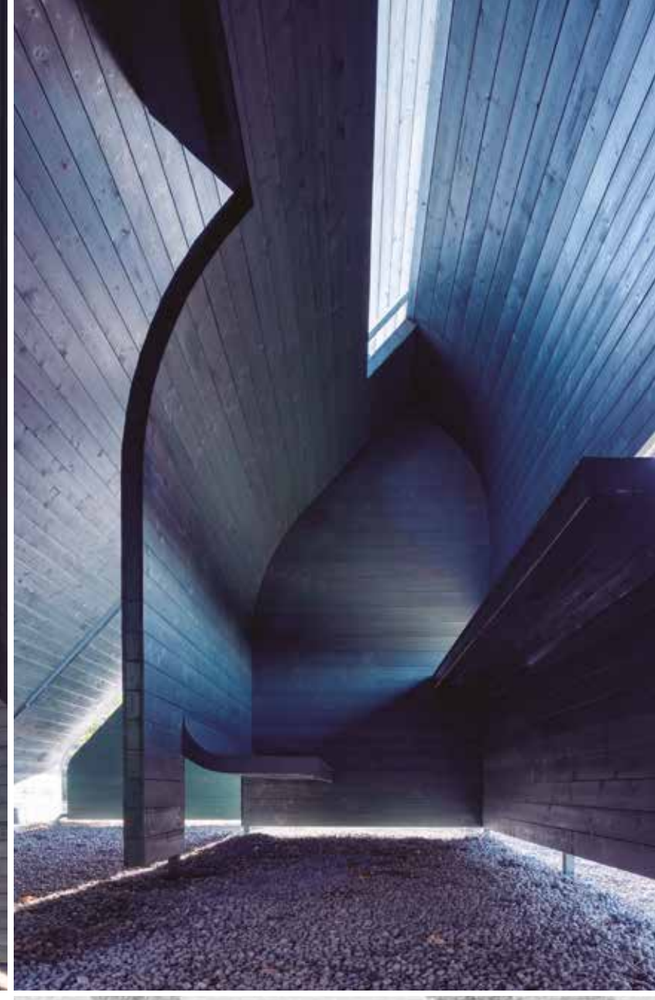
fenabel 30 1992—2022
the heart of seating

fenabel.pt

SKETCH

Wood Pavilion

T FILOMENA ABREU SONGKAI LIU



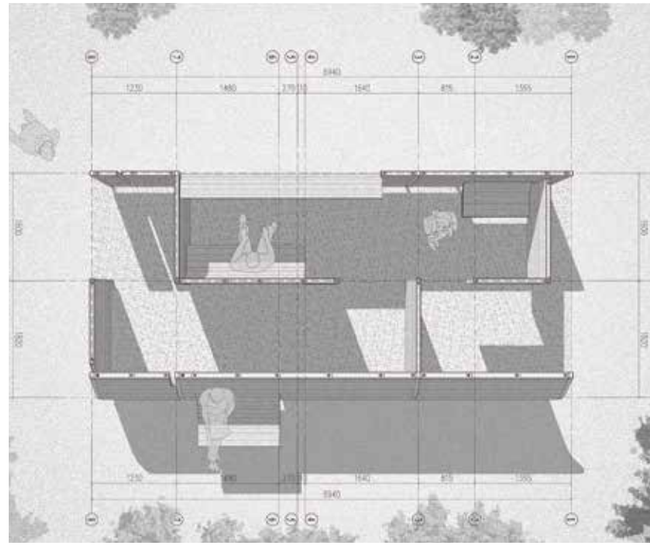
UMA CABANA QUE É UMA EXPERIÊNCIA

Este projeto é uma experiência espacial sobre o uso de edifícios temporários de pequena escala para dinamizar locais. As propriedades dos sítios mudam de acordo com a procura: desde a cabana primitiva, que atende às necessidades básicas da vida humana, até a igreja, que mantém a fé comum e fornece os primeiros espaços de reunião formal. Isso requer uma nova abordagem na arquitetura que passa por detetar problemas urbanos macroscópicos e propor sistemas para corrigi-los através da arquitetura em pequena escala. Localizado em Zhenjiang, Jiangsu, na China, o Wood Pavilion #2 não só dialoga com as formas arquitetónicas tradicionais da vila, como serve os moradores locais que, nos seus tempos livres, podem encontrar-se e usufruir da relação harmoniosa entre o espaço e a natureza envolvente.

A HUT THAT IS AN EXPERIMENT

This project is a spatial experiment on the use of small-scale temporary buildings to boost locations. The properties of the sites change according to demand: from the primitive hut, which meets the basic needs of human life, to the church, which maintains the common faith and provides the first formal meeting spaces. This requires a new approach in architecture that involves detecting macroscopic urban problems and proposing systems to correct them through small-scale architecture. Located in Zhenjiang, Jiangsu, China, Wood Pavilion #2 not only dialogues with the traditional architectural forms of a village, but also serves the local residents, who, in their leisure time, can meet and enjoy the harmonious relationship between the space and the surrounding nature.

WWW.LIN.ARCHI



Pioneer Bank Building

T FILOMENA ABREU JGMA

CENTRO DE COMÉRCIO LATINO

A cidade de Chicago, nos Estados Unidos, selecionou a Team Pioneros, uma equipa 100% latina, liderada pelo escritório JGMA, para reconstruir o histórico Pioneer Bank Building, em Humboldt Park. O projeto de 53,9 milhões de dólares restaurará a antiga estrutura de referência e o estacionamento, estabelecendo moradias populares, um espaço para uma incubadora empresarial, um centro cultural latino e escritórios. Também vai albergar a nova sede dos escritórios da JGMA, que espera que o novo edifício sirva como um símbolo para o futuro do bairro. A fachada multicolorida pretende espelhar aquele que será o novo centro de comércio latino. A estrutura de nove andares dará ainda abrigo à nova Biblioteca Pública de Chicago.

CENTRE FOR LATINO BUSINESS

The city of Chicago, in the United States, has selected Team Pioneros, a 100% Latino team led by JGMA studio, to rebuild the historic Pioneer Bank Building in Humboldt Park. The 53.9 million dollar project will restore the former landmark structure and car park, creating affordable housing, a business incubator space, a Latino cultural centre and offices. It will also house the new JGMA office headquarters, which hopes the new building will serve as a symbol for the neighbourhood's future. The multi-coloured façade is intended to mirror what will be the new centre for Latino business. The nine-storey structure will also provide a home for the new Chicago Public Library.

WWW.ARCHINECT.COM

Edifício Eagle 4

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

TRANSPARÊNCIA A COMBINAR COM ELEGÂNCIA

Conectado com o meio verde e natural do exterior, o edifício encontra-se no Oeiras Golf & Residence, desdobrando-se em vários conjuntos de moradias. Estende-se por 22 apartamentos com tipologias entre T2 e T4, possui uma área total de 5.035 m2 e oferece uma localização de rápido acesso aos grandes centros urbanos. O destaque vai para a fluidez espacial, através de varandas e envidraçados que se conectam com o exterior. Já no interior, o *atelier* Traçado Regulador apresenta aos seus clientes uma linguagem contemporânea, disponibilizando cozinhas incorporadas nas salas, quartos com casa de banho privativa e um parqueamento para dois ou mais automóveis. Um verdadeiro jogo de transparência e espaço.

TRANSPARENCY COMBINED WITH ELEGANCE

Connected to the green and natural surroundings outdoors, the building is located in the Oeiras Golf & Residence development, unfolding in several series of properties. The building is comprised of 22 apartments ranging from in 2- to 4-bedroom configurations, with a total area of 5,035 sqm and offers a location with quick access to major urban centres. The highlight of these properties is their spatial fluidity, through balconies and glazing intended to connect indoors with the exterior. With regard to indoors, Traçado Regulador presents its clients with a contemporary language, providing kitchens incorporated into the living rooms, bedrooms with private bathrooms and parking for two or more cars. A triumph of transparency and space.

WWW.TRACADO.PT

Chalet à Oka

T FILOMENA ABREU RAPHAËL THIBODEAU

O BARCO NAS ÁRVORES

Os proprietários deste chalé são amantes de vela e entusiastas do ar livre. Por isso, adquiriram este terreno em Lac des Deux-Montagnes, Oka (Canadá), uma área conhecida pelo seu clube de vela. O perímetro definido pela linha de inundação e vários recuos esculpiram a pegada do edifício que lhe deu a sua forma particular. A casa tinha que ser pequena, mas otimizada. Trata-se de uma espécie de caixa de madeira protegida por um grande telhado branco, que sustenta um volume elíptico que se assemelha à forma de um barco. No interior, o quarto principal ocupa a proa, oferecendo uma vista panorâmica do lago e do pôr do sol. Os proprietários apelidaram a cabana de *Le bateau dans les arbres* (o barco nas árvores). Visto da rua em frente, o chalé intriga os transeuntes e anima o bairro.

THE BOAT IN THE TREES

The owners of this chalet are sailing fans and outdoor enthusiasts. That is why they acquired this land in Lac des Deux-Montagnes, Oka (Canada), an area known for its sailing club. The perimeter defined by the flood line and several setbacks helped sculpt the footprint of the building, giving it its particular shape. The house had to be small, but optimised. It is a kind of wooden box protected by a large white roof, which supports an elliptical volume that resembles the shape of a boat. Inside, the master bedroom occupies the bow, offering a panoramic view of the lake and the sunset. The owners have nicknamed the lodge *Le bateau dans les arbres* (the boat in the trees). Seen from the road opposite, the chalet intrigues passers-by and brings life to the neighbourhood.

WWW.PAULBERNIER.COM

Wave One

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

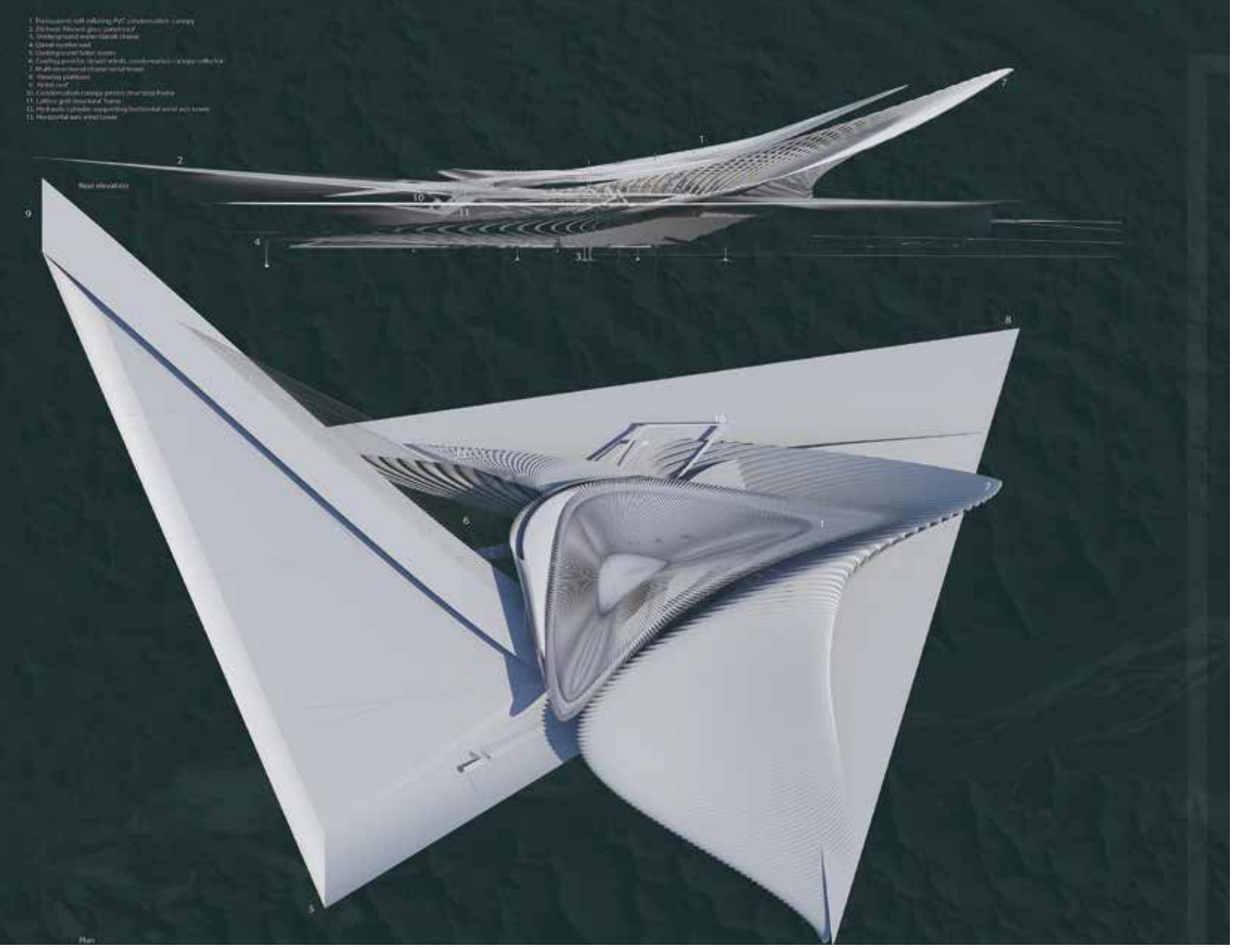
A ARQUITETURA DE UMA ONDA

A 400 metros do Mar Báltico encontra-se a Wave One, uma combinação da FAAB Studio entre a complexidade das ondas e os autênticos elementos locais. Composto por cinco edifícios ligados entre si, possui laboratórios médicos especializados, incluindo laboratório de teste à SARS-CoV-2, um centro de investigação e espaços de administração. Inspirada na série de fotografias de Pierre Carreau, a forma final do edifício traduz a complexidade geométrica das ondas capturadas pelo artista. Tal como uma onda, a crista do edifício reproduz uma curvatura composta por 1.362 painéis triangulares. Graças às elevações em 3D da Wave One, efeito derivado dos painéis triangulares, a luz do sol reflete sobre o pavimento e cria um ambiente alegre e agradável.

THE ARCHITECTURE OF A WAVE

400 metres from the Baltic Sea stands Wave One, a blend of the complexity of waves and authentic local elements created by FAAB Studio. Comprising five connected buildings, it is home to specialised medical laboratories, including a laboratory for testing for SARS-CoV-2, a research centre and administration spaces. Inspired by Pierre Carreau's series of photographs, the final form of the building translates the geometric complexity of the waves captured by the artist. Like a wave, the crest of the building reproduces a curvature composed of 1,362 triangular panels. Thanks to the 3D elevations of Wave One, an effect derived from the triangular panels, while the sunlight reflects on the pavement and creates a cheerful and pleasant atmosphere.

WWW.FAAB.PL



Qanat Hotel

T JOANA REBELO MARGOT KRASOJEVIC ARCHITECTURE

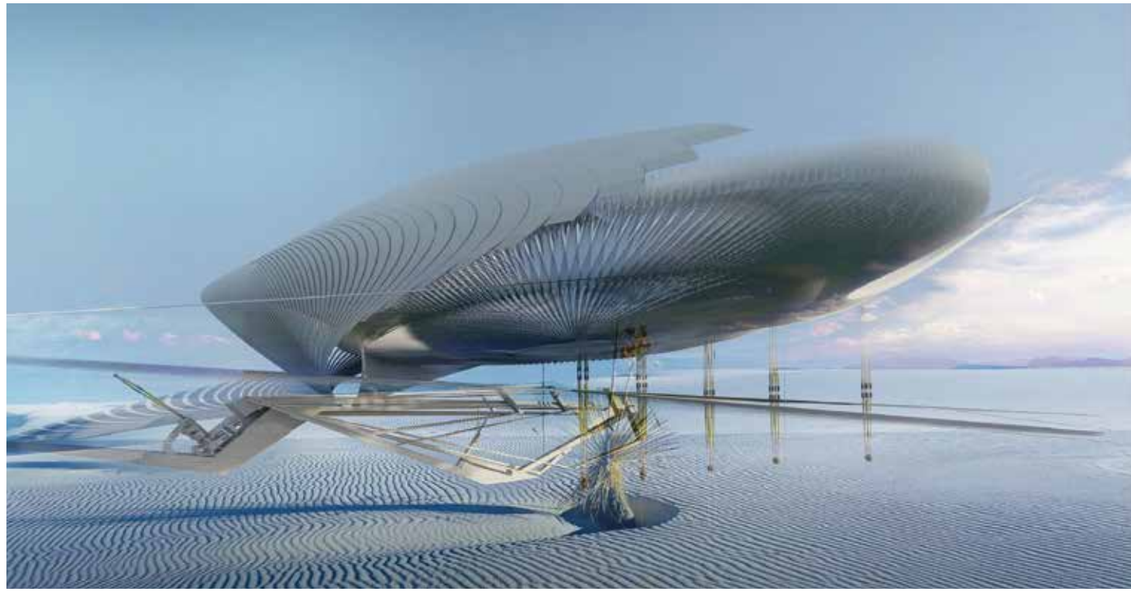
O QUE O DESERTO TEM DE APRAZÍVEL

Um *resort* futurista, que dá resposta às adversidades climáticas numa zona deserta, no Sul de Baluchistão, em Makran, é o convite de Margot Krasojević. O *design* do hotel serve-se do vento, do calor e dos aquíferos para criar torres eólicas e um sistema de gestão de água persa, o Qanat. Os quartos são como tesouro enterrado no deserto, escondidos pela areia, garantindo condições de circulação de ar fresco e entrada de luz natural. Apostando no ecoturismo, o projeto abraça indivíduos socialmente responsáveis, rejeitando a convencionalidade e abrindo portas à divulgação da cultura local.

WHAT IS GOOD ABOUT THE DESERT

A futuristic resort that responds to climatic adversity in a desert area in Makran, South Baluchistan, is the invitation put forward by Margot Krasojević. The hotel's design makes use of the wind, the heat and the aquifers to create wind towers and a Persian water management system, the Qanat. The rooms are like a treasure trove buried in the desert, hidden by the sand, guaranteeing conditions of fresh air circulation and the entrance of natural light. Committed to ecotourism, the project embraces socially responsible individuals, rejecting conventionality and opening its doors to the dissemination of local culture.

WWW.MARGOTKRASOJEVIC.ORG



Habitação em Santa Joana

T FILOMENA ABREU IVO TAVARES STUDIO

A CONSTRUÇÃO DE UM REFÚGIO

Este projeto encontra-se numa rua de Aveiro marcada por um vasto conjunto de habitações destinadas à classe operária. O sentido de repetição e sistematização do processo construtivo é uma forte característica deste arruamento e foi exatamente esse ponto que o *atelier* Nu.ma quis destacar. Em termos de implantação, o edifício desenvolve-se no sentido longitudinal, adaptando-se à forma do terreno, criando e definindo os limites do mesmo. A opção de 'fechar' a casa para a rua deu-lhe privacidade e isolamento. Em termos formais, a habitação foi pensada para ter três volumes principais que se orientam de norte para sul, cada um com um sistema de cobertura de duas águas. A exceção surge com o volume da garagem que faz o fecho do terreno a norte.

THE CONSTRUCTION OF A REFUGE

This project is located on a street in Aveiro that is characterised by a vast series of houses for the working class. The sense of repetition and systematisation of the construction process is a strong feature of this address and it was exactly this point that the Nu.ma studio wanted to highlight. In terms of footprint, the building develops in a longitudinal direction, adapting itself to the shape of the land, creating and defining its limits. The option to 'close off' the house to the street gave it privacy and isolation. In terms of shape, the house was designed to have three main volumes facing north to south, each with a gable roof system. The exception is the garage volume that closes the plot to the north.

WWW.NUMA.PT

Prestige University

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

UM COMPROMISSO COM O MEIO AMBIENTE

Prestige University é uma forte resposta arquitetónica implementada na Índia, em Indore. Sanjay Puri Architects apresenta um *design* assente no compromisso da construção de um edifício energeticamente sustentável, que reduza a dependência da iluminação artificial e do ar condicionado, combatendo as temperaturas de 30ºC a 40ºC que persistem durante oito meses do ano. Comprometendo-se com o estilo amplo e simples, o edifício visa combinar a claridade do céu com a cultura indiana, satisfazendo as necessidades de uma cidade que sofre com os severos efeitos do aquecimento global.

A COMMITMENT TO THE ENVIRONMENT

Prestige University is a strong architectural response implemented in Indore, India. Sanjay Puri Architects presents a design based on the commitment to constructing an energetically sustainable building that reduces the dependence on artificial lighting and air conditioning, combating the 30°C to 40°C temperatures that persist for eight months of the year. Committing to a broad and simple style, the building aims to combine the brightness of the sky with Indian culture, meeting the needs of a city that suffers from the severe effects of global warming.

WWW.SANJAYPURIARCHITECTS.COM

River House

T MARIA CRUZ HÉCTOR VELAZCO FACIO | JOSÉ MARGALEFF

UM ESPELHO DA NATUREZA

Desenhada por Luciano Gerbisky Arquitectos, a River House é um espelho da natureza envolvente, não estivesse ela num terreno repleto de bosques, junto ao rio. Situada em Avandaro, Valle de Bravo, no México, a moradia de 1200 m² define-se em dois volumes – um social e outro privado –, que estão divididos por um rio artificial, criado a partir de um rio natural que faceja a casa, e construído com vigas de aço, amplos espaços sem colunas, grandes janelas e pé direito duplo.
A fachada é feita de revestimento com lascas de quartzo. Na cobertura utilizou-se telha esmaltada preta, madeira de álamo nas grades e janelas de alumínio preto. Na zona social encontramos a adega subterrânea, feita em pedra natural, painéis de madeira tratada e barris em bronze envelhecido. No acesso à sala de estar e jantar é uma lareira partilhada entre salas que corre a parede guia que conduz à sala interior. Neste espaço é albergado um grande touro *Alebrije*, feito por dois artesões octogenários, Jacobo e María Ángeles.
A cozinha interior é feita de madeiras naturais como a *parota*, e revestimento em pedra natural e está separada da sala de jantar, através de uma treliça composta por peças de madeira penduradas em correntes de aço, que cai do teto de 6 metros de altura.
No terraço está a sala de jantar ao ar livre, com capacidade para 14 pessoas e uma cozinha totalmente equipada com forno de pedra artesanal, churrasqueira *Viking* e churrasqueira argentina. Da cozinha, com cobertura semi-vidrada, a vista é para a piscina e *jacuzzi*.
A área privada é composta por cinco quartos com casa de banho e varanda exclusiva. A River House tem uma estação de tratamento de esgoto que é recuperada para uso na irrigação; a madeira utilizada é de reflorestamento; contém iluminação automatizada, câmaras IP, aquecimento, é uma casa inteligente.

A MIRROR OF NATURE

Designed by Luciano Gerbisky Arquitectos, the River House is a mirror of the surrounding nature, built on piece of land filled with woods, next to the river. Located in Avandaro, Valle de Bravo, in Mexico, the 1200-sqm property is defined by two volumes – one social and the other private –, which are divided by an artificial river, fed from a natural river that borders the land, and built with steel beams, that allow wide spaces without columns, large windows and double height ceilings.
The façade is lined with quartz stone cladding. Black glazed tiles have been used on the roof, alamo wood on the railings and the windows are made of black aluminium. In the social area we find the underground wine cellar, made of natural stone, treated wood panels and aged bronze barrels.
In the access to the living and dining room is a fireplace shared between rooms that runs along the guide wall that leads to the inner room. This space is home to a large *Alebrije* bull, made by Jacobo and María Ángeles, two octogenarian artisans.
The interior kitchen is made of natural woods such as *parota*, and natural stone cladding and is separated from the dining room by a trellis made up of wooden pieces hanging from steel chains, which fall from the 6-metre-high ceiling.
On the terrace is the open-air dining room with seating for 14 people and a fully equipped kitchen with a handcrafted stone oven, Viking grill and Argentinian barbecue. The kitchen, covered with a semi-glazed roof, offers views to the pool and Jacuzzi.
The private area consists of five bedrooms with en-suite bathrooms and own balcony. River House has a wastewater treatment system that recovers used water for irrigation; the wood used is from reforestation; it has automated lighting, IP cameras, heating and is a smart home.

WWW.GERBILSKY.COM

Texto na íntegra: www.trends-mag.com
Full text: www.trends-mag.com

Empalot Lot MG3

T FILOMENA ABREU 📷 CÉDRIC COLIN

LUZ, SOMBRA E REFLEXO

Este projeto confirma a sua ancoragem contextual em todas as escalas, do espaço íntimo à grande paisagem, através de três temas: luz, sombra e reflexo. O Empalot lot MG3 está localizado no sul do centro histórico de Toulouse, em frente à ilha de Ramier. O projeto inclui 110 unidades habitacionais. O piso térreo é ocupado por três instalações comerciais e um Club House atribuído ao campo desportivo adjacente. A sul

LIGHT, SHADOW AND REFLECTION

This project confirms its contextual grounding on all scales, from the intimate space to the large landscape, through three themes: light, shadow and reflection. Empalot lot MG3 is located in the south of the historic centre of Toulouse, opposite the island of Ramier. The project includes 110 housing units. The ground floor is occupied by three commercial premises and a Club House assigned to the adjacent sports field.

e a poente, de frente para o estádio e para o rio Garonne, o alojamento estende-se com varandas de 2 metros de profundidade, sendo verdadeiras "salas ao ar livre". O sistema de alumínio aumenta a luminosidade e contribui para o conforto climático dos espaços exteriores. Os jardins da frente e dos fundos dialogam com a arquitetura dos prédios.

To the south and west, facing the stadium and the Garonne River, the accommodation extends with 2-metre-deep verandas, which are true "open air rooms". The aluminium system increases the light and contributes to the climatic comfort of the outdoor spaces. The front and back gardens are in dialogue with the buildings' architecture.

WWW.COBE.FR

Caraccard: O cubo de Rubik

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

DO CONFORTO À SIMPLICIDADE

Rodeado pela imensidão do Monte Branco, Caraccard junta-se à coleção da Chevallier Architectes. O chalé, localizado em Chamonix-Mont-Blanc, França, é equiparado ao formato de um cubo mágico, feito de madeira larch. Inspirado nos terrenos íngremes dos Alpes, trata-se de uma casa educada pela força das tradições familiares e idealizada para oferecer um ambiente acolhedor, quente e harmonioso, que contrasta com a natureza fria do exterior. A vista panorâmica constitui a essência do edifício, convidando à contemplação de um cenário imponente.

FROM COMFORT TO SIMPLICITY

Surrounded by the immensity of Mont Blanc, Caraccard joins the Chevallier Architectes collection. The chalet, located in Chamonix-Mont-Blanc, France, is likened to the shape of a magic cube, made of larch wood. Inspired by the steep terrain of the Alps, this is a house schooled by the strength of family traditions and designed to offer a warm, welcoming and harmonious environment that contrasts with the cold of nature outside. The panoramic view establishes the essence of the building, inviting you to contemplate an impressive setting.

WWW.CHEVALLIER-ARCHITECTES.FR

Knubben

T FILOMENA ABREU SNØHETTA / AESTHETICA STUDIO

O PASSADO VIVE NO PRESENTE

Desenhos arquitetónicos da década de 1930 inspiraram a proposta de Snøhetta para a reconstrução do venerável banho do porto Knubben, em Arendal, na Noruega. A instalação icónica deve ser revivida como um presente para a cidade antes de seu 300º aniversário, em 2023. Originalmente usada pelo Arendal Swimming Club para competições de mergulho, treino de natação e outras atividades aquáticas, fechou ao portas em 1947, para na década de 1960 abrir como um clube de jazz. Após uma decadência substancial, a plataforma de mergulho foi demolida pelas Forças Armadas norueguesas, em 1980. Em 2018, a Snøhetta foi contratada para revitalizar a instalação com um estudo de viabilidade. O novo Knubben é interpretado como uma resposta arquitetónica ao passado, conservando partes vitais a serem memorizadas, ao mesmo tempo em que enfatiza o devir de Arendal como um destino urbano para o público nacional e internacional. A instalação acomodará um palco ao ar livre ao lado de um anfiteatro escultural, criando um cenário para todos os tipos de *performances*.

THE PAST LIVES IN THE PRESENT

Architectural designs from the 1930s are inspire the Snøhetta's proposal for the reconstruction of the venerable Knubben harbour bath in Arendal, Norway. The iconic facility is to be revived as a gift to the city ahead of its 300th anniversary in 2023. Originally used by the Arendal Swimming Club for diving competitions, swim training and other water activities, it closed its doors in 1947, only to open as a jazz club in the 1960s. After substantial decay, the diving platform was demolished by the Norwegian Armed Forces in 1980. In 2018, Snøhetta was contracted to revitalise the facility with a feasibility study. The new Knubben is interpreted as an architectural response to the past, preserving vital parts to be memorialised, while at the same time emphasising the Arendal's status as an urban destination for national and international audiences. The facility will accommodate an outdoor stage alongside a sculptural amphitheatre, creating a setting for all kinds of performances.

WWW.SNOHETTA.COM

Bistro Bergsteiger

T JOANA REBELO FLORIAN JAENICKE

MINIMALISMO E SUSTENTABILIDADE

Bistro Bergsteiger é um restaurante de dimensões reduzidas e de geometrias moldadas à Mãe Natureza, localizado em Sexten, Itália. O *atelier* Plasma Studio inspirou-se na área do Património Natural da Unesco, adotando uma visão futurista que dispensa metros quadrados em detrimento das necessidades do cliente. De mãos dadas com a envolvente, o *design* visa proporcionar paisagens montanhosas de tirar o fôlego. A sustentabilidade revelou-se um trunfo na construção dos móveis de pedra Dolomita e madeira de larch locais, tal como na utilização de gesso pulverizado, exibindo tendências contemporâneas.

MINIMALISM AND SUSTAINABILITY

Bistro Bergsteiger is a restaurant of small dimensions and of geometries moulded to Mother Nature, located in Sexten, Italy. Plasma Studio was inspired by the UNESCO Natural Heritage area, adopting a futuristic vision that dispenses with square metres to the detriment of the client's needs. Hand in hand with the surroundings, the design aims to provide breath-taking mountain landscapes. Sustainability proved to be an asset in the construction of the furniture made of Dolomite stone and local larch wood, as well as in the use of sprayed plaster, displaying contemporary trends.

WWW.PLASMASTUDIO.COM

TILT House

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM IVO TAVARES STUDIO

ROTAÇÃO EM TRÊS EIXOS

O terreno era regular, mas o facto de articular duas frentes, para ruas com níveis altimétricos distintos, promoveu a possibilidade de conferir à casa uma cota intermédia e assim separar estrategicamente o acesso pedonal do acesso automóvel. TILT é o conceito gerador da proposta e caracteriza o movimento de rotação em três eixos do volume, que constitui a área social da casa. Este movimento permitiu potenciar o espaço destinado ao logradouro, conferindo-lhe privacidade em relação à Avenida Miguel Bombarda, conhecida pela sua maior afluência de trânsito. E ainda acrescentou uma alteração dinâmica ao pé-direito da habitação, enaltecendo a zona destinada à sala.

ROTATION ON THREE AXES

The land was even, but the fact of linking two fronts, for streets with different levels of height, enabled the possibility of giving the house an intermediate level and thus strategically separating the pedestrian access from the car access. TILT is the concept behind the proposal and characterises the rotational movement on three axes of the volume, which constitutes the social area of the house. This movement allowed the enhancement of the space destined for the courtyard, giving it privacy with regards to Avenida Miguel Bombarda, known for its heavy traffic. It also added a dynamic change to the ceiling height of the house, highlighting the living room area.

WWW.MUTANT.PT

Koichi Takada

FUNDADOR DE KOICHI TAKADA ARCHITECTS
FOUNDER OF KOICHI TAKADA ARCHITECTS

Sustentabilidade na Arquitectura

Até 2100, haverá 11 mil milhões de pessoas no nosso planeta. Mais três mil milhões do que há agora. Estes futuros guardiães do planeta Terra precisarão de algum lugar para viver, da energia para alimentar as suas casas, da terra para cultivar os seus alimentos e do ar e água limpos necessários para prosperar. Mas como é que nós, enquanto guardiães de hoje, fornecemos tudo isto sem acelerar a crise climática?
Costumo dizer que a sustentabilidade é uma maratona e não um *sprint*. Na Koichi Takada Architects exploramos como tornar os nossos projetos mais sustentáveis, mais eficientes do ponto de vista energético e mais positivos do ponto de vista climático, agora e no futuro. Arranha-céus de madeira em massa, cidades flutuantes à prova de inundações e uma rede universal de energia renovável são tudo coisas a que podemos aspirar, mas há soluções que poderíamos estar a adotar agora. Os edifícios geram quase 40 por cento das emissões globais anuais de CO_2. Os arquitetos não ignoram isto e, no entanto, continuam a ser cúmplices. Podemos construir melhor. Temos de construir melhor. Casas multi-residenciais adaptáveis e flexíveis alimentadas por energias renováveis é uma forma de podermos acomodar este crescimento populacional projetado e combater as alterações climáticas no aqui e agora.
Num dos nossos recentes projetos, a Sunflower House, reimaginamos o que seria uma comunidade verde e como podemos ser menos intrusivos no nosso ambiente. Inspiradas pelo seu homónimo floral [sunflower quer dizer girassol], estas casas giram para recolher energia solar à medida que o sol se move através do céu. Não são apenas neutras em carbono, mas positivas em carbono, com o excesso de energia gerada alimentada de volta à rede para alimentar outros projetos, outros edifícios, de forma limpa e sustentável.
Na Koichi Takada Architects, reconhecemos o impacto que a construção tem sobre o ambiente e a crise climática. Hoje, estamos empenhados em tornar todos os nossos projetos neutros em carbono até 2030. No futuro, esperamos que sejam positivos em termos de carbono. O *sprint* e a maratona. Temos de ter cuidado com o ritmo das duas corridas. Casas como a Sunflower House não são a solução milagrosa que irá pôr fim à crise climática. Nenhuma solução é. Mas são um lugar sensato para começar.

Sustainability in Architecture

By 2100, there will be 11 billion people on our planet. That's three billion more than there are today. These future custodians of Planet Earth will need somewhere to live, the energy to power their homes, the land to grow their food and the clean air and water necessary to thrive. But how do we, as today's custodians, provide all of this without accelerating the climate crisis?
I often say sustainability is a marathon, not a sprint. At Koichi Takada Architects we are exploring how to make our projects more sustainable, more energy efficient and more climate positive now, and in the future. Mass timber skyscrapers, flood-proof floating cities and one universal renewable power grid are all things to which we can aspire, but there are solutions we could be adopting now.
Buildings generate nearly 40 per cent of annual global CO2 emissions. Architects are not ignorant of this and yet, they remain complicit. We can build better. We must build better. Adaptable and flexible multi-residential homes powered by renewable energy is one way we can accommodate this projected population growth and combat climate change in the here and now.
In one of our recent projects, Sunflower House, we reimagine what a green community would look like and how we can be less intrusive on our environment. Inspired by their floral namesake, these homes rotate to gather solar energy as the sun moves across the sky. They are not just carbon neutral, but carbon positive, with the excess energy generated fed back into the grid to power other projects, other buildings, cleanly and sustainably.
At Koichi Takada Architects, we recognise the impact construction has on the environment and the climate crisis. Today, we are committed to making all our projects carbon neutral by 2030. In the future, we hope they will be carbon positive. The sprint and the marathon. We must pace ourselves for both. Homes like Sunflower House are not the silver bullet that will end the climate crisis. No one solution is. But they are a wise place to start.

Artigo na íntegra: www.trends-mag.com
Full article: www.trends-mag.com

CASTLE STONES
MAURITS SIMONETTE

PEDRAS MONUMENTAIS INOVADORAS

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

www.castle-stones.pt

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

talking to:

ELORA HARDY

T FILOMENA ABREU 1 SUKI ZOE; 2-3 STEFANO SCATA; 4 ERROL

“É espantoso ver como o trabalho da Ibuku ajudou a mudar a ideia de design ‘sustentável’”

É uma espécie de mundo Avatar, mas bem real. Na selva de Bali, na Indonésia, há uma mansão de seis andares futurista feita quase exclusivamente num único material sustentável, que é espetacular. E o mais incrível é que este é apenas um exemplo do que Elora Hardy tem feito ao longo dos anos. A *designer* canadiana, que passou a sua infância neste país, entre espantalhos e cascas de coco, desenhava castelos que hoje ergue como autênticas obras de arte. Antes, ainda trabalhou como *designer* de impressão para a conceituada marca Donna Karan, em Nova Iorque. Uma vida que ficou para trás, a partir do momento em que lançou o seu escritório de arquitetura em Bali, a que chamou Ibuku, conhecido por criar edifícios únicos em bambu.

“It’s been amazing to see how Ibuku’s work has helped shift the idea of ‘sustainable’ design”

It’s like an Avatar world, but very real. In the jungle of Bali, Indonesia, there is a spectacularly futuristic six-storey mansion made almost exclusively from a single sustainable material. And the most amazing thing is that this is just one example of what Elora Hardy has done over the years. The Canadian designer, who spent her childhood in this country among scarecrows and coconut shells, designed castles that she now builds like authentic works of art. Before that, she worked as a print designer for prestigious brand Donna Karan, in New York. A life that was left behind when she launched her architecture practice in Bali, which she called Ibuku, known for creating unique buildings out of bamboo.

Porque escolheu tirar uma licenciatura em Belas-Artes?
Eu adoro beleza! Sobretudo a beleza da natureza e da cultura que me rodeou ao crescer em Bali. De facto, apercebi-me, mais tarde, que tinha confundido as Belas-Artes com artesanato e *design*, uma vez que a distinção é diferente tradicionalmente no Oriente e no Ocidente. Mas seja como for, estudar Belas-Artes significava aprender a desenhar, aprender a ver. E estudar História da Arte significava aprender a pensar e aprender a que as coisas fizessem sentido no contexto. Ou seja, era preciso questionar e pensar no contexto.

Porque abandonou a indústria da moda (especialmente deixar de trabalhar para a Donna Karan) para regressar a Bali e fundar o Ibuku?
À medida que fui avançando nos meus 20 anos, senti uma necessidade crescente de trabalhar para um futuro otimista e belo. Como *designer*, isso significava fabricar com materiais sustentáveis, algo que eu não conseguia encontrar uma maneira de fazer no mundo da moda, em que estava inserida na altura. De volta a casa, em Bali, vi que o meu pai John e a minha madrasta Cynthia Hardy, que estavam sempre a fazer grandes coisas, tinham estado a construir uma escola – a Green School. Para estar à altura do nome, escolheram o bambu, e o que me chamou a atenção foi a maravilha e o entusiasmo que senti na forma como a sua equipa tinha concebido os espaços. Depois da construção do campus, essa equipa precisava de oportunidades para continuar a conceber e construir. Embora não tivesse formação em arquitetura, construção, ou negócios, senti que tinha de encontrar uma forma de manter esse projeto a andar, bem como essa nova forma de arte. Se não encontrasse uma forma de utilizar as relações, os recursos e a rede de segurança que tinha, e dedicar as minhas competências à sustentabilidade, como poderia imaginar que qualquer outra pessoa o faria?

De onde vem esta “missão” ecológica que impulsiona a Elora a trabalhar no *design* sustentável?
As pessoas precisam da natureza, de sentir e de se lembrarem que fazem parte dela. Se conseguirmos criar espaços em que se sintam mais como se estivessem numa floresta ou num casulo, mais do que num edifício, então conseguimos reconectar algo vital. A beleza só importa se trouxer cada momento para um futuro em que queiramos estar. Em primeiro lugar, a inspiração para as estruturas da Ibuku vem da sensação de se ser humano na paisagem, e de escutar os materiais.
Os espaços da Ibuku querem ajudar-nos a sentirmo-nos abrigados dentro da natureza, e não separados dela. Porque os seres humanos precisam de abrigo, a própria arquitetura evoluiu como uma forma de nos proteger excessivamente e de nos isolar do mundo natural. Quando a nossa necessidade de abrigo é equilibrada com a experiência de estarmos imersos na natureza amigável, temos a oportunidade de sentir verdadeiramente que pertencemos ao local onde estamos.

O que significa a Ibuku para si e qual é o principal objetivo desta empresa?
Na Ibuku estamos a conceber com materiais naturais e inovadores para criar espaços que nos permitam estar mais próximos de como queremos viver no mundo. Após uma década a desenvolver um vocabulário inteiramente único para um material, o bambu, as pessoas começaram a convidar-nos a trazer a nossa forma de conceber a outros materiais, por isso, agora estamos a criar casas, campus, espaços de hospitalidade e bem-estar a nível internacional. Em cada lugar, trazemos a nossa perspetiva original para tecer uma colaboração com especialistas locais e inovadores internacionais. Estamos sempre atentos à forma como a paisagem quer descansar, ao que os materiais querem expressar e, claro, à forma como as pessoas podem ali pertencer de forma adequada. Acreditamos que podemos criar lugares onde podemos redescobrir a natureza em nós próprios, e sentir uma sensação de pertença e alegria.

“Os espaços da Ibuku querem ajudar-nos a sentirmo-nos abrigados dentro da natureza, e não separados dela”

Qual é o trabalho mais importante que fez até agora e porquê?
É espantoso ver como o trabalho da Ibuku ajudou a mudar a ideia de *design* ‘sustentável’, e sobretudo o *design* de bambu, desde o prático e obrigatório para o lúdico e elegante. Há uma década, o bambu começava a despertar a imaginação entre alguns grupos de inovadores, mas a maior parte do mundo considerava-o uma madeira pobre, talvez uma eventual solução ecológica. Hoje em dia, o bambu é um material orgulhoso e dinâmico por si só, digno de estudo e atenção criativa, que atrai *designers* e engenheiros que estão abertos a novas maneiras de pensar. Partilhamos o que estamos a aprender através de *workshops online* e presenciais denominados Bamboo U, que também fortalece a nossa comunidade internacional. O que o bambu nos ensinou no *atelier* é simples flexibilidade: que não estamos forçosamente no centro do universo. Que há riqueza e maravilha a ter em conta quando mudamos as nossas próprias perspetivas e vemos as coisas de uma forma nova.
Os espaços e estruturas que criamos acalmam os corações e despertam a imaginação das pessoas que lá passam os seus dias. Eles fundamentam-nas no mundo natural, e dão-lhes esperança para o futuro. Os espaços em si são concebidos para inspirar pensamentos brilhantes. Aquilo de que são construídos e como nos relacionamos conscientemente ou subconscientemente com esse material influencia fortemente a nossa reação emocional. Há a sensação de que se nós, uma pequena equipa que projeta na selva ao longo de apenas alguns anos, formos capazes de criar castelos

a partir da erva, então que mais é possível? Quero que as pessoas se apercebam e se lembrem que é possível um futuro maravilhoso, e que está nas nossas mãos criá-lo. Quando as pessoas entram no The Arc, ou Sharma Springs pela primeira vez, os seus olhos olham para o alto, inclinam-se para trás e os seus ombros relaxam, e iluminam-se com uma sensação de maravilha. Espaços que provocam sensações capturam o coração das pessoas, e motivam a ação.

"Os métodos naturais de tratamento transformaram o bambu num material de construção credível e duradouro"

Na sua opinião, o bambu poderá mudar o mundo?
O bambu é o material mais elegante, eficiente, de crescimento mais rápido e abundante que existe. A floresta tropical está quase a desaparecer, o contraplacado, na sua maioria, é feito da floresta tropical e o cimento tem uma carga de carbono que o futuro não pode tolerar. Embora a construção com bambu não seja nova, engenheiros, arquitetos e *designers* como nós são capazes de investir tempo e cuidado na criação de uma nova linguagem de *design* com bambu, porque os métodos naturais de tratamento transformaram o bambu num material de construção credível e duradouro.

Quantas obras de bambu é que 'projetou'?
Embora agora trabalhemos com muitos materiais, as nossas primeiras, aproximadamente 200, estruturas, durante os nossos primeiros 12 anos, foram construídas principalmente a partir do bambu. A forma como concebemos na Ibuku cresceu a partir da escolha de usar bambu. Na ausência daquilo a que se poderia chamar um vocabulário testado e comprovado ou mesmo um antecedente da arquitetura bambu, tivemos de inventar as nossas próprias regras, os nossos próprios processos, os nossos próprios sistemas. Aprendemos a escutar o material e a compreender o que o material se quer tornar no mundo. Em vez de ambicionarmos materiais raros ou escassos, o bambu deixa-nos partilhar e celebrar a abundância.

Já alguma vez pensou em fazer um curso de arquitetura?
Eu adoro estudar, e estou constantemente a aprender. Muitas vezes desejamos ter um currículo para nos orientar – mas em vez disso temos que ser os exploradores, os aventureiros. Adoraria complementar isso com o estudo de arquitetura, pergunto-me como fazer isso enquanto dirijo um gabinete! Tenho suspeitas de que por já trabalhar com arquitetos qualificados e talentosos, seria mais tentada a estudar formalmente o que tenho lido informalmente: antropologia do lar, a psicologia do espaço, e como o ADN está a revelar padrões de migração humana que influenciam a identidade de pertença.

BAMBU INDAH RIVERBEND

What led you to graduate in fine arts?
I love beauty! Especially the beauty of nature and culture that surrounded me growing up in Bali. Actually, I later realised that I had confused fine arts with craftsmanship and design, as the distinction is traditionally different in the East and the West. But regardless, studying fine arts meant learning to draw, which means learning to see, and studying art history meant learning to think and make meaning in context, which meant learning to question and think in context.

What made you leave the fashion industry (working for Donna Karan in particular) and return to Bali and found Ibuku?
As I got farther into my 20's I felt an increasing need to work toward an optimistic and beautiful future. As a maker, that meant making with sustainable materials, something that I couldn't find a way to do in the fashion world that I was in at that time. Back home in Bali, I saw that my dad John and stepmom Cynthia Hardy, who were always up to big things, had been building a school — the Green School. To live up the name, they chose bamboo, and what caught my heart was the wonder and excitement I felt at the way their team had designed the spaces. After the campus was built, that team needed opportunities to continue designing and building. Even though I had no architectural, construction, or business training, I felt I had to find a way to keep that project moving forward, and that new art form going. If I didn't find a way to utilise the connections and resources and safety net that I had, and devote my skills towards sustainability, then how could I imagine anyone else would?

Where does this ecological "mission" come from that moves you to work in sustainable design?
People need nature, to feel and remember that they are part of it. If we can create spaces that feel more like a forest or a cocoon than a building, then we feel that we have succeeded in reconnecting something vital. Beauty only matters if it brings each moment toward a future that we want to be in. Primarily, the inspiration for Ibuku's structures comes from the feeling of being a human in the landscape, and from listening to the materials. Ibuku spaces want to help us feel sheltered within, not separated from, nature. Because humans do need shelter, architecture itself has evolved as a way to over-protect us and shut us off from the natural world. When our need for shelter is well balanced with the experience of being immersed in friendly nature, we have the opportunity to really feel like we belong where we are.

What does Ibuku mean to you and what is the main goal of this company?
At Ibuku we are designing with natural and innovative materials to create spaces that bring us closer to how we want to live in the world. After a decade of evolving an entirely unique vocabulary for one material, bamboo, people began inviting us to bring our way of designing into other materials, so now we create homes, campuses, hospitality and wellness spaces, internationally. In each place, we bring our original perspective to weave into a collaboration with local experts and international innovators. We are always listening for how the landscape wants to come to rest, what the materials want to express, and of course how people can belong there in a good way. We believe we can create places where we can rediscover nature in ourselves, and feel a sense of belonging and delight.

"Ibuku spaces want to help us feel sheltered within, not separated from, nature"

What is the most important work so far and why?
It's been amazing to see how Ibuku's work has helped shift the idea of 'sustainable' design, and bamboo design especially, from the practical and obligatory toward the playful and elegant. A decade ago, bamboo was beginning to spark the imagination among a few pockets of innovators, but most of the world, if they thought of it at all, considered it a poor man's timber, perhaps a potential eco-solution. Today bamboo is a proud and dynamic material in its own right, worthy of study and creative attention, attracting designers and engineers, who are open to new ways of thinking. We share what we are learning through online and in-person workshops, called Bamboo U, which also builds our international community. What bamboo has taught us in the studio is simply flexibility: that we are not necessarily at the centre of the universe. That there is richness and wonder to be had when we shift our own perspectives and see things in a new light. The spaces and structures we create soothe the hearts and spark the imaginations of the people spend their days there. They ground them in the natural world, and give them hope for the future. The spaces themselves are designed to inspire brilliant thoughts. What they are built from and how we consciously or subconsciously relate to that material strongly influences our emotional reaction. There's a sense that if we, a small team designing in the jungle over the course of just a few years have been able to create castles out of grass, then what else is possible? I want people to realise and remember that a wonderful future is possible, and that it's in our hands to create it. When people step into The Arc, or Sharma Springs for the first time, their eyes gaze high up, they lean back and their shoulders relax, and they light up with a sense of wonder. Spaces that provoke feeling capture people's hearts, and motivate action.

In your opinion, could bamboo change the world?
Bamboo is the most elegant, efficient, fastest and abundantly growing material around. The rainforest is almost gone, plywood is mostly made from the rainforest and cement has a carbon load that the future can't tolerate. Though building with bamboo is not new, engineers, architects and designers like us are able to invest the time

and care in creating a new design vocabulary with bamboo, because natural treatment methods have turned bamboo into a credible, long lasting building material.

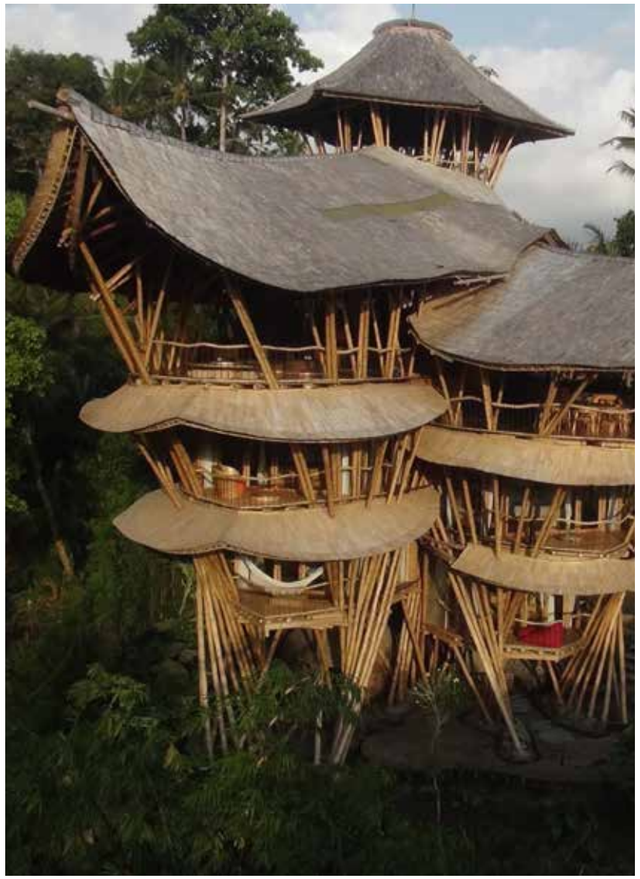
“Natural treatment methods have turned bamboo into a credible, long lasting building material”

How many bamboo works have you “designed”?
Though we now work with many materials, our first 200, or so, structures over our first 12 years as a practice were primarily built from bamboo. How we design at Ibuku grew out of the choice to use bamboo. In the absence of what you could call a tried-and-true vocabulary or even precedent of bamboo architecture, we had to invent our own rules, our own processes, our own systems. We learned to listen to the material and understand what the material wants to become in the world. Rather than aspiring for rare or scarce materials, bamboo lets us share and celebrate abundance.

Have you ever thought about taking an architecture course?
I love to study, and am constantly learning. We often wish we had a curriculum to guide us – but instead we must be the explorers, the adventurers. I would love to complement that with architectural study. I wonder how to do that while running a practice! I suspect that because I already work with talented qualified architects, I would be more tempted to formally study what I’ve been casually reading about: anthropology of home, the psychology of space, and how DNA is revealing human migration patterns that influence the identity of belonging.

BAMBU INDAH RIVERBEND

GVIBUKU_GV SHARMA SPRINGS



S·CAB
ESPECTÁCULO QUOTIDIANO.
Lisa Swing
design Marcello Ziliani
www.s-cab.it

INTERIORS

House with a view

T JOANA REBELO MICKAËL MARTINS AFONSO

UMA EXTENSÃO DO MAR

Renovar uma casa ancorada à beira-mar era o objetivo de Mickaël Martins Afonso. De espírito livre, o projeto situa-se no Sul da Ilha de Ré, em França, e colhe no vento e no mar a inspiração para o seu *design*. Totalmente renovado, o edifício ganhou um novo coração palpitante, verdadeiramente conectado com os elementos naturais que o rodeiam.
O arquiteto apresenta um espaço de sonho para casais, com pilares assentes no conforto e abertura para o exterior. O procedimento de renovação aleou-se ao piso mineral a contrastar com a utilização de madeira, proporcionando maior envolvimento do lugar com o exterior, como se de uma extensão do mar resultasse.
A sala de estar oferece uma vista deslumbrante, conectada com a sala de jantar e cozinha. Já os quartos garantem privacidade. Os pormenores do espaço tornam o lugar inclusivo, moldando-o a qualquer estilo de vida com as suas linhas matizadas em branco e os seus materiais em granito e carvalho.

AN EXTENSION OF THE SEA

Mickaël Martins Afonso's goal was to renovate a house stood next to the sea. Free-spirited, the project is located in the southern half of Île de Ré, France, and draws inspiration for its design from the wind and the sea. Fully renovated, the building has been given a new beating heart, truly connected to the natural elements that surround it. The architect presents a dream space for couples, with defining pillars based on comfort and openness to the outside. The renovation procedure was aligned to the mineral floor contrasting with the use of wood, providing a greater connection of the place with the outside, as if the result were an extension of the sea. The living room offers a stunning view, connected with the dining room and kitchen. The bedrooms, on the other hand, guarantee privacy. The details of the space make this an inclusive setting, moulding it to any lifestyle with its white nuanced lines and its granite and oak materials.

WWW.MARTINSAFONSO.COM

Green Massage

T JOANA REBELO YUNPU CAI

UMA VIAGEM À LUA

O fascínio do Homem sempre foi a Lua. Neil Armstrong nunca desistiu do sonho de pisar aquela brilhante bola de cristal, cheia de faces e fases, até que um dia foi possível. A calma e a beleza deste satélite serviram de inspiração a Yang Yong Liang para a criação do Green Massage. Tal como a solidão da Lua, o *design* incorporado isola o espaço da inquietação do exterior, tornando-o silencioso. É uma autêntica viagem à Lua em tempo recorde, despertando os sentidos para experiências deslumbrantes, a partir do predomínio da curvatura do efeito da luz suave, dos tons cinzentos e das texturas densas.

A JOURNEY TO THE MOON

Man has always been fascinated by the moon. Neil Armstrong never gave up on his dream of stepping on that shining crystal ball, full of faces and phases, until one day it was possible. The calm and beauty of this satellite inspired Yang Yong Liang to create Green Massage. Similar to the solitude of the moon, the design incorporated isolates the space from the restlessness of the outside world, making it silent. It is an authentic journey to the moon in record time, awakening the senses to dazzling experiences, through the predominant curvature, the effect of soft light, the grey hues and dense textures.

WWW.VERMILIONZHOU.COM

K11 Art House

T FILOMENA ABREU DENNIS LO

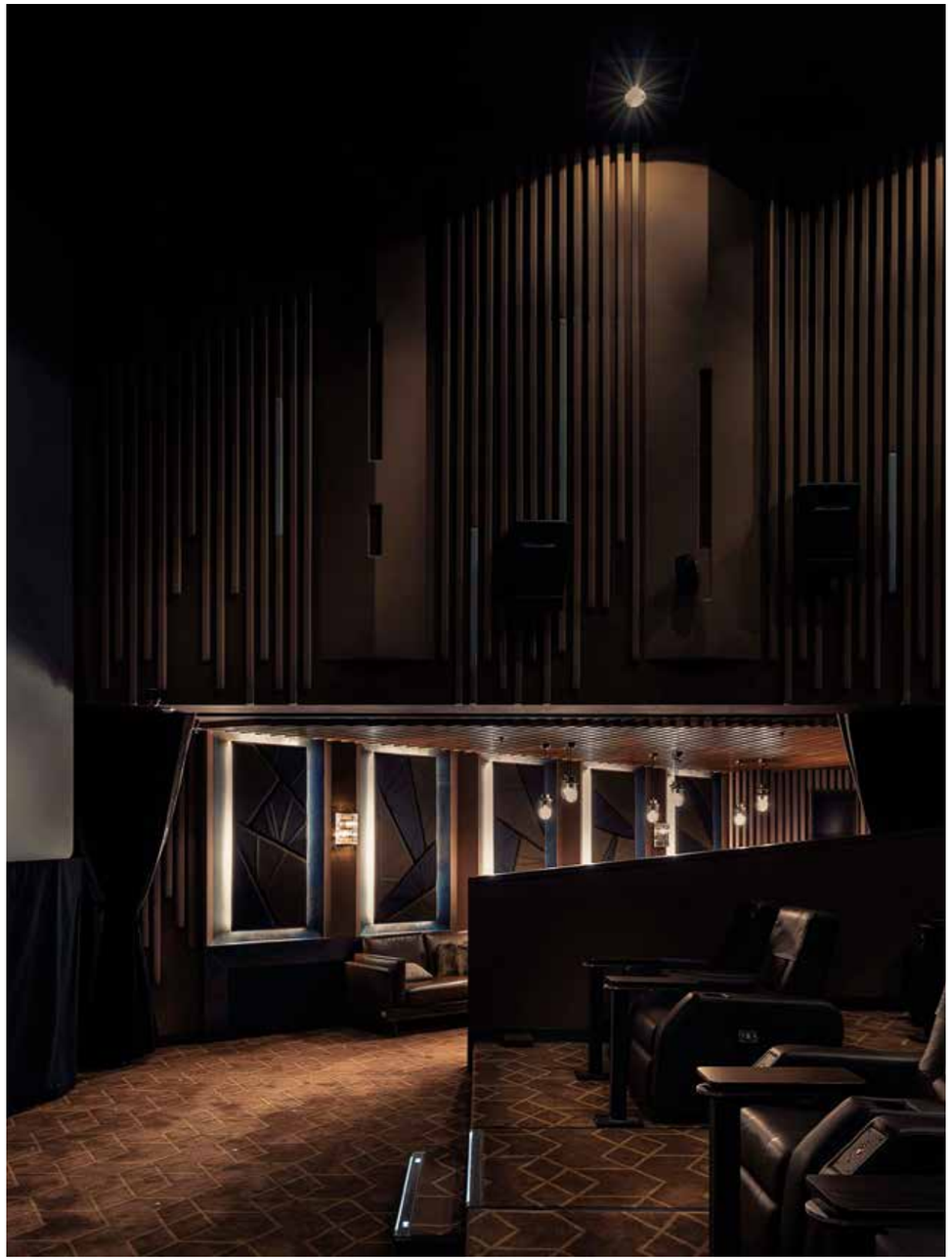
HUMANIDADE E NATUREZA

O "New Retail" [novo retalho], é um conceito de negócio e simultaneamente uma nova forma de viver. Em 2019, a OFT foi convidada a trabalhar no *design* da K11 Art House, o principal teatro conceitual do K11 Musea, em Hong Kong. Neste projeto experimental, o *atelier* criou o primeiro cinema com o tema *alp life* da Ásia, estabelecendo um exemplo. O K11 não é apenas um fenomenal *shopping* de arte na Ásia, mas também o primeiro destino de retalho cultural do mundo, conhecido por "Revitalizar", "Retransformar" e "Recriar" humanidades, arte e cultura urbanas.
Ao selecionar imagens da vida de um alpe suíço, a OFT quis incorporar a arquitetura de montanha tradicional num espaço comercial moderno, lembrando os habitantes de Hong Kong do seu desejo por um estilo de vida natural. Na entrada, um candelabro composto por múltiplas estruturas redondas ecoa com as "luzes das estrelas" espalhadas. As lâmpadas de estilo moderno são de cor bronze, realçando a beleza da nostalgia sem se limitar à estética tradicional. Pilares de madeira usados em arquiteturas de montanha conectam o saguão, corredor, bar e teatros. Uma grande quantidade de madeira e pedras com texturas naturais são adotadas para trazer uma sensação de desgaste ao longo do tempo. Através desta nova forma de equilíbrio visual, o *design* lançou uma nova luz sobre a relação entre a humanidade e a natureza.

HUMANITY AND NATURE

"New Retail" is a business concept and at the same time a new way of living. In 2019, OFT was invited to work on the design of the K11 Art House, the main concept theatre at K11 Musea, in Hong Kong. In this experimental project, the studio created Asia's first alp life-themed cinema, setting an example. The K11 is not only a phenomenal art shopping centre in Asia, but also the world's first cultural retail destination, known to "Revitalising", "Retransforming" and "Recreating" urban humanities, art and culture.
By selecting images from Swiss alp life, OFT wanted to incorporate traditional mountain architecture into a modern retail space, reminding Hong Kong's inhabitants of their desire for a natural lifestyle. At the entrance, a chandelier composed of multiple round structures echoes with scattered "star lights". The modern-style lamps are bronze coloured, highlighting the beauty of nostalgia without being limited to traditional aesthetics. Wooden pillars used in mountain architecture connect the lobby, hallway, bar and theatres. A large amount of wood and stone with natural textures are adopted to bring a sense of wear and tear over time. Through this new form of visual balance, the design has shed a new light on the relationship between humanity and nature.

WWW.OFTINTERIORS.COM



KOA Apartment

T JOANA REBELO MARTY CHOU ARCHITECTURE

ELEVAR A SIMPLICIDADE

Localizado na capital de Taiwan, o KOA Apartment é um paradoxo harmonioso entre o ambiente citadino e rural. Trata-se da fusão da veia modernista da cidade com as cores translúcidas e a serenidade do campo. A comunhão entre cores, linhas, formas e luzes cria o exponente da simplicidade num espaço de 90 m². Vanguardista, apresenta armários meticulosamente arrumados, banca multifuncional e espaço sanitário feito em pedra, semelhante à laje, bloco de madeira e argila. Assinado por Marty Chou Architecture, o projeto joga com o volume geométrico, o abstrato e a criatividade.

ELEVATING SIMPLICITY

Located in the capital of Taiwan, the KOA Apartment is a harmonious paradox between the city and countryside environment. It is a fusion of the city's modernist vein with the translucent colours and serenity of the countryside. The communion between colours, lines, shapes and lights creates a vision of simplicity in a 90-sqm space. Cutting-edge, it features meticulously arranged cupboards, multifunctional countertop and sanitary space made of stone, similar to a stone slab, woodblock and clay. Designed by Marty Chou Architecture, the project plays with the geometric volume, the abstract and creativity.

WWW.MARTYCHOU.COM

Moët Hennessy

T FILOMENA ABREU ALESSANDRA CHEMOLLO / SLOWPHOTO.STUDIO

NOS CÉUS DO BON MARCHÉ

Entusiasmo, curiosidade e prazer foram as palavras-chave que orientaram a abordagem dos arquitetos do escritório Barbarito Bancel na conceção dos novos escritórios da Moët Hennessy. O grupo, que representa a excelência dos vinhos e destilados, estabeleceu a sua nova sede francesa acima da Grande Épicerie de Paris, nos andares superiores do Bon Marché, com mais de 10 mil m², no coração gastronómico de Paris. O projeto teve que refletir os valores da Möet Hennessy, e valorizar a herança *Art Déco* do local, além de espelhar um lado sustentável e a transformação cultural da empresa, apresentando espaços contemporâneos, numa altura em se dá tanto destaque ao trabalho à distância.

IN THE SKIES OF BON MARCHÉ

Enthusiasm, curiosity and pleasure were the key words to have guided the approach of Barbarito Bancel studio's architects when designing the new offices of Moët Hennessy. The group, which stands for excellence in wines and sprits, has established its new French headquarters above the Grande Épicerie de Paris, on the upper floors of the Bon Marché, covering more than 10,000 sqm, in the gastronomic heart of Paris. The design had to reflect Möet Hennessy's values and highlight the site's *Art Déco* heritage, while at the same time mirroring a sustainable side and the company's cultural transformation, featuring contemporary spaces at a time when so much emphasis is placed on working remotely.

WWW.BARBARITOBANCEL.COM

Querbes Residence

T JOANA REBELO VIVES ST-LAURENT

CLÁSSICO E CONTEMPORÂNEO

Querbes Residence é um projeto de remodelação situado em Montreal, Canadá, assinado pela Vives St-Laurent. Construída no século XX, a fachada da casa sofreu modificações, embora a sua alma tenha sido preservada. Os elementos intemporais deram origem a um *design* híbrido, combinado visão simplista e clássica. As escadas e o manto da lareira permaneceram intactos, já a cozinha foi entregue à tendência do espaço aberto. A preservação do chão em nogueira americana, de cor escura, contrasta com as peças personalizadas de carvalho branco e a cave tornou-se um espaço multifuncional.

MINIMALISM WITH CHARM

Querbes Residence is a renovation project located in Montreal, Canada, designed by Vives St-Laurent. Built in the 20th century, the façade of the house has undergone modifications, while its soul has been preserved. The timeless elements have given rise to a hybrid design, combining simplistic and classic vision. The stairs and the fireplace mantle have remained intact, while the kitchen has been surrendered to the open space trend. The preservation of the dark coloured American walnut floor contrasts with the custom-made pieces in white oak, while the basement has become a multifunctional space.

WWW.VIVESSTLAURENT.COM

Restaurant & Bar Danza

T FILOMENA ABREU PHILIP KOTTLORZ

A DRAMATURGIA DO GOZO

Os aficionados da cultura local já conhecem e adoram o Forum am Schlosspark, em Ludwigsburg, na Alemanha, pela sua vibrante programação musical, de dança e teatro. Assim, o novo Danza veio juntar-se à festa. O local é ideal para várias ocasiões. Seja um primeiro jantar *tête-à-tête*, uma receção festiva em família ou um bom vinho na companhia de amigos. A espaçosa sala de jantar, com o seu teto alto e escalonado, foi reorganizada em torno do bar central. Assim como numa sala de teatro, os assentos estão inclinados para as janelas. As mesas nas 'bancadas' oferecem lugares próximos ao 'palco', bem como belas vistas para o exterior. Os bancos ao redor do bar proporcionam uma visão ligeiramente elevada da ação.

THE DRAMATURGY OF ENJOYMENT

Connoisseurs of local culture already know and love the Forum am Schlosspark in Ludwigsburg, Germany, for its vibrant music, dance and theatre programme. So, the new Danza has joined the party. The venue is ideal for a variety of occasions. Be it a first *tête-à-tête* dinner, a festive family reception or a fine wine in the company of friends. The spacious dining room, with its high and staggered ceiling, has been reorganised around the central bar. Just like in a theatre room, the seats are tilted towards the windows. The tables in the 'stalls' offer seating close to the 'stage' as well as beautiful views outside. The seating around the bar provides a slightly elevated view of the action.

WWW.IFGROUP.ORG

Tekunidua

T JOANA REBELO INDRA WIRAS

EM HARMONIA COM A SUSTENTABILIDADE

Tekunidua, um projeto da DDAP Architect, apresenta em 800 m² as raízes asiáticas. O edifício proporciona um jogo deslumbrante entre escala, iluminação, sombra e, maioritariamente, sustentabilidade. É um projeto emotivo e desafiador, assente na recuperação e aproveitamento de móveis e matérias-primas, que acumulam memórias de uma vida e, daí, o valor significativo que contêm. A madeira recuperada está incorporada nos tetos e parte das paredes, tornando-as requintadas, e os andares superiores oferecem grande abertura para uma vista deslumbrante.

IN HARMONY WITH SUSTAINABILITY

Tekunidua, a project by DDAP Architect, presents its Asian roots as it develops over 800 sqm. The building provides a stunning interplay between scale, lighting, shade and, for the most part, sustainability. It is an emotive and challenging project, based on the recovery and use of furniture and raw materials, which accumulate memories of a lifetime and hence the significant value they contain. Reclaimed wood is incorporated into the ceilings and part of the walls, making them exquisite, and the upper floors offer great openness to make the most of stunning views.

WWW.DDAPARCHITECT.COM

12th Street Townhouse

T FILOMENA ABREU FRANCIS DZIKOWSKI / OTTO

ART DÉCO COM SUSTENTABILIDADE

Os clientes desta reforma e extensão de casa em madeira queriam uma moradia cheia de cores saturadas, padrões, texturas e luz, com toques *Art Déco*, usando materiais recuperados. O espaço foi então completamente forrado com cedro vermelho ocidental, novas janelas, cornija e beiral de entrada. A sala de jantar foi pintada em *Rainforest Foliage*, de Benjamin Moore, proporcionando um cenário dramático para os elementos pintados de ouro na cornija de mármore original, bem como para o pingente de carvalho branco e para as cadeiras estofadas em cor mostarda. O *backsplash* da cozinha foi revestido em cerâmica *Cle tile*, em *Ancestral Iron*. O lavabo apresenta uma pia de porcelana turquesa recuperada de outro projeto. E a sala tem uma parede inteira de vidro com vista para o quintal e é pintada em *Beautiful in my Eyes*, uma cor sutilmente *blush* de Benjamin Moore.

ART DECO WITH SUSTAINABILITY

The clients of this timber-framed townhouse renovation and extension wanted a home full of saturated colours, patterns, textures and light, with *Art Déco* touches, using reclaimed materials. The space was then completely clad with western red cedar, new windows, cornice and entry overhang The dining room was painted in *Rainforest Foliage* by Benjamin Moore, providing a dramatic backdrop for the gold painted elements in the original marble mantel, as well as the white oak pendant and mustard coloured upholstered chairs. The kitchen backsplash has been covered in *Cle tile* terracotta in Ancestral *Iron*. The powder room features a turquoise porcelain sink reclaimed from another project. And the living room has a full wall of glass wall overlooking the backyard and is painted in *Beautiful in my Eyes,* a subtly blush colour by Benjamin Moore.

WWW.BAAOSTUDIO.COM

Fauna Restaurant

T JOANA REBELO ADRIÀ GOULA, ONE REPRESENT AGENCY

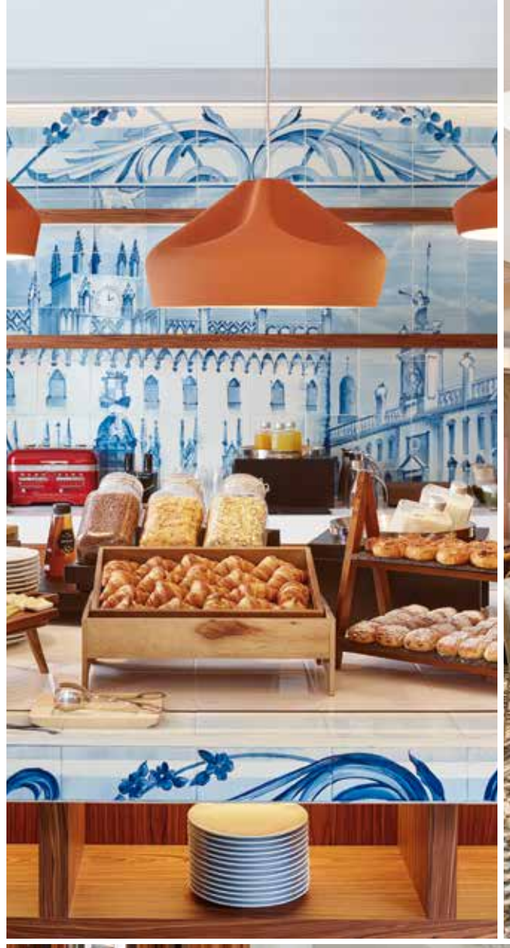
UM ACORDO ENTRE ELEGÂNCIA E FAMILIARIDADE

Moldando-se às raízes de Barcelona, desabrocha o restaurante Fauna, de texturas, cores e padrões harmoniosos. O projeto desenhado por El Equipo Creativo põe à prova a memória afetiva de cada um, visto que pretende unir um cenário familiar e emotivo a outro elegante e moderno. São as peças de cerâmica, os diversos padrões e as pinturas de teto feitas à mão que envolvem os clientes à primeira vista, em conjunto com os pontos verdes espalhados pelo edifício, que se transformam em frescura e simplicidade. Foram as raízes locais aliadas às necessidades contemporâneas que fizeram nascer o conceito.

AN AGREEMENT BETWEEN ELEGANCE AND FAMILIARITY

Moulding itself to the roots of Barcelona, the Fauna restaurant unfurls, with its harmonious textures, colours and patterns. The project designed by El Equipo Creativo puts everyone's emotional memory to the test, as it aims to unite a familiar and emotional setting with another that is elegant and modern. Ceramic pieces, the various patterns and the hand-made ceiling paintings engage the clients at first sight, together with the green spots scattered throughout the building, which are transformed into freshness and simplicity. Local roots, combined with contemporary necessities, stand firmly behind the creation of the concept.

WWW.FAUNARESTAURANT.COM



Projet Pilote

T FILOMENA ABREU RAPHAËL THIBODEAU

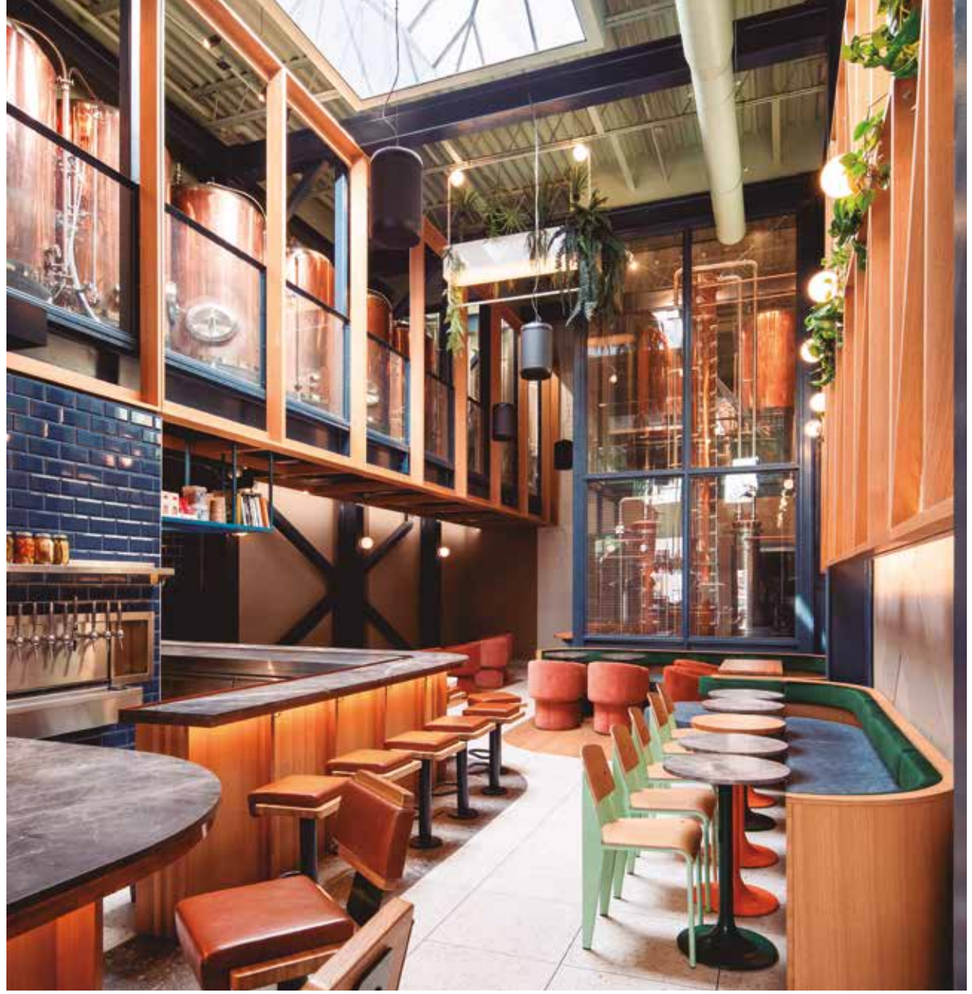
UM LUGAR ÚNICO EM MONTREAL

Desde o início, a tarefa confiada ao *atelier* Act Architecture Design era ambiciosa: criar um ambiente original combinando uma micro-destilaria, cervejaria e restaurante numa única experiência hospitaleira. Com aproximadamente 100 lugares, o Projet Pilote representa verdadeiramente uma novidade para o Québec. Situado no vibrante bairro urbano de Plateau-du-Mont-Royal, em Montreal, o local carece das características usuais das zonas pós-industriais que acomodam um estabelecimento tão grande. Para ter espaço para a parte de restaurante e bar, o equipamento técnico foi colocado numa plataforma suspensa presa à estrutura de aço. Uma nova estrutura, totalmente independente, foi depois elaborada para suportar os tanques e os 20 mil litros que é suposto pesarem. Por fim, falemos da horta que se encontra na cobertura. Esta adição é duplamente crucial: não só celebra os produtos cultivados nas instalações, como permite que o restaurante poupe espaço no armazenamento de *stock*.

A UNIQUE PLACE IN MONTREAL

From the outset, the task entrusted to the Act Architecture Design studio was ambitious: to create an original environment combining a micro-distillery, brewery and restaurant into a single welcoming experience. With approximately 100 seats, the Projet Pilote truly represents something new for Quebec. Located in Montreal's vibrant Plateau-du-Mont-Royal urban neighbourhood, the site lacks the usual features of post-industrial spaces that accommodate such a large establishment. To make room for the restaurant and bar part, the technical equipment was placed on a suspended platform attached to the steel structure. A new, totally independent structure was then devised to support the weight of the tanks and the 20,000 litres they can hold. Finally, let's talk about the vegetable garden on the roof. This crucial addition is twofold: not only does it celebrate the produce grown on the premises, it also allows the restaurant to save space on stock storage.

WWW.ACTAD.CA



House of Music in Hungary

T JOANA REBELO ROLAND HALBE

NOTAS MUSICAIS E O TEATRALISMO DA FLORESTA

Budapeste vê florir um novo projeto, desenhado por Sou Fujimoto Architects, no seio da Casa da Música. Com três andares, o edifício molda-se ao cenário florestal que o envolve, exibindo guerridas folhas metálicas, que despertam nostalgia com as suas cores outonais. A sala de concertos oferece elementos abstratos, embora a alma do lugar seja o vidro translúcido, através do qual transpassa uma luz dramática e se retém uma acústica hostil. Todos os elementos decorativos foram meticulosamente calculados para proporcionar um ambiente harmonioso entre notas musicais e o teatralismo da floresta.

MUSICAL NOTES AND THE THEATRICS OF THE FOREST

Budapest is witness to the blossoming of a new project, designed by Sou Fujimoto Architects, the House of Music in heart of the City Park. Three storeys high, the building moulds itself to the forest setting that surrounds it, displaying brightly coloured metallic leaves, which arouse nostalgia with their autumnal palette. The concert hall offers abstract elements, although the soul of the place is the translucent glass, through which a dramatic light passes and immersive acoustics are retained. All the decorative elements have been meticulously calculated to provide a harmonious atmosphere between musical notes and the theatrics of the forest.

WWW.SOU-FUJIMOTO.NET

Café Got

T FILOMENA ABREU **C** ADRIÀ GOULA, ONE REPRESENT AGENCY

EFEITO FRESCO E AQUOSO

Localizado no piso inferior do Hotel Kimpton Vividora, em Barcelona, e com uma longa fachada voltada para a rua, o Café Got atua como articulação entre a cidade e o hotel. Um espaço de pé-direito duplo, que se conecta com o *lobby*, traz um efeito fresco e aquoso ao projeto, com uma cascata de lâmpadas de vidro. Abaixo, uma confortável sala de estar, próxima à fachada, é visível da rua, convidando os hóspedes e moradores a entrar e relaxar. Peças de mobiliário diferentes e cuidadosamente selecionadas, com destaque para marcas e *designers* locais, conferem-lhe um ambiente descontraído. Nas paredes e divisórias, azulejos verdes personalizados com padrões geométricos, inspirados na ampla tradição artesanal da cerâmica de Barcelona que, juntamente com as plantas naturais, trazem um toque verde ao espaço. Os acabamentos em madeira avermelhada dão o contraste acolhedor. Não foi à toa que este projeto do atelier El Equipo Creativo foi o vencedor do *Interiors Practice of the Year 2019*.

FRESH AND WATERY EFFECT

Located on the ground floor of the Kimpton Vividora Hotel, in Barcelona, and with a long façade facing the street, Café Got acts as a connection between the city and the hotel. A high-ceilinged space, which connects with the lobby, brings a fresh and watery effect to the design, with a cascade of glass lamps. Below, a comfortable living room, close to the façade, is visible from the street, inviting guests and residents to come in and relax. Different and carefully selected pieces of furniture, with an emphasis on local brands and designers, give it a relaxed atmosphere. On the walls and partition walls, custom green tiles with geometric patterns, inspired by Barcelona's abundant artisan ceramics tradition which, together with natural plants, bring a green touch to the space. The reddish wood finishes provide the welcoming contrast. No wonder this project by the El Equipo Creativo studio was the winner of *Interiors Practice of the Year 2019*.

WWW.ELEQUIPOCREATIVO.COM

Sara Folch

FUNDADORA DA SARA FOLCH DESIGN
FOUNDER OF THE SARA FOLCH DESIGN

Produtos naturais e artesanato: elementos chaves para projetos de design de interiores sustentáveis

Quando se fala de sustentabilidade, as pessoas tendem sempre a pensar em reciclagem e reutilização de resíduos. Parece estranho falar de um dos conceitos mais recentes quando se fala de projetos de design de interiores.
No entanto, a realidade mostra-nos, aos *designers* de interiores, que podemos criar espaços únicos tendo o nosso planeta em consideração. Não falamos sobre a reutilização de outros produtos, que poderíamos.
Nós, na Sara Folch Design, utilizamos sempre materiais naturais que trazem sustentabilidade e natureza para as nossas vidas.
Seda, couro, madeira, pedras... estes materiais são alguns dos exemplos que podemos colocar numa das moradias dos nossos clientes, em espaços públicos como hotéis e restaurantes... ou mesmo em barcos.
O benefício que nos trazem é a grande possibilidade de reciclagem que oferecem, bem como a oportunidade de trabalhar com artesãos locais.
A sustentabilidade no design de interiores não é apenas fazer com que uma casa utilize energia verde, mas também ter em mente que o local que está a projetar é eficiente em termos energéticos e utiliza a energia de uma forma inteligente.
Como *designers*, poderíamos utilizar materiais naturais, e tirar partido da energia verde, no entanto, se não formos suficientemente eficientes no ato de projetar, os nossos esforços teriam sido em vão. Os *designers* de interiores têm a importante tarefa de conhecer os últimos desenvolvimentos em matéria de sustentabilidade, para que possamos explicá-los aos nossos clientes. Precisamos de ser parte da solução.
Na Sara Folch Design acreditamos que a utilização de artesanato local é também uma forma de ser sustentável e de ajudar a Terra a recuperar da nossa poluição. Estamos a evitar a produção em massa, a criar peças únicas feitas à medida, e a empregar artistas e especialistas no seu ramo.
Todos estes esforços unidos fazem um projeto de *design* de interiores intemporal que será utilizado durante muitos anos, e que vai ajudar na redução de desperdício e a melhorar o nosso planeta.

Natural products and craftsmanship: key elements for sustainable interior design projects

When talking about sustainability, people always tend to think of recycling and reusing waste. It feels strange talking about one of the most-recently-used concepts when talking about interior design projects.
However, reality shows us, interior designers, that we can create unique spaces with our planet in mind. We do not talk about reusing other products, which we could. We at Sara Folch Design always use natural materials, bringing sustainability and nature into our lives.
Silk, leather, wood, stones... these materials are some of the examples that we can install in one of our clients' residences, public spaces, such as hotels and restaurants... or even on boats. The benefit they bring us is the great recycling possibility they offer, as well as the opportunity to work with local craftsmen.
Sustainability in interior design is not only making a house use green energy, but also keeping in mind that the place you are designing is energy efficient and uses energy in a smart way.
As designers, we could be using natural materials, and taking advantage of green energy, however, if we are not efficient enough when designing, our efforts would have been in vain. Interior designers have the important job of knowing about the latest sustainability developments, so we can explain them to our clients. We need to be part of the solution.
At Sara Folch Design we believe that using local craftsmanship is also a way of being sustainable and helping the Earth recover from our pollution. We steer clear of mass production, creating unique custom-made pieces, and employing artists and experts in their field.
All these efforts together make a timeless interior design project that will be used for many years, while help reduce waste and improve our planet.

JRBOTAS
Design & Home Concept
DURAVIT

SOLEIL by Starck

Nova série de Philippe Starck para a Duravit, que cria uma atmosfera natural e reconfortante com linhas subtis e elegantes que rementem à sensação despreocupada e descontraída de uma pausa junto ao mar.

As maiores preocupações da Duravit são o design, a sustentabilidade, a tradição, a funcionalidade e o conforto. Assumem a responsabilidade pelo ambiente e pelas pessoas das gerações atuais e futuras. A utilização respeitosa dos recursos e o processo de fabrico sustentável são extremamente importantes para a Duravit. É por isso que os produtos que concebem para as diferentes linhas de cerâmica e mobiliário de casa de banho são aqueles que provaram ser particularmente funcionais, duráveis e sustentáveis - especialmente quando se trata de água.

talking to:

KARIM RASHID

T FILOMENA ABREU I ALEX ULREICH; 2-6 DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

“A minha inspiração é embelezar o mundo e moldar o futuro”

De forma prática, o que poderíamos dizer sobre Karim Rashid é muito simples: é um dos melhores. Não se trata de deslumbramento pessoal. São factos. Fez produtos de luxo para marcas como Christofle, Veuve Clicquot e Alessi; produtos democráticos para Umbra, Bobble e 3M; móveis para Bonaldo e Vondom; iluminação para Artemide e Fontana Arte; produtos de alta tecnologia para a Asus e a Samsung; *design* de superfície para a Marburg e a Abet Laminati; identidade de marca para a Citibank e a Sony Ericsson e embalagens para a Method, Paris Baguette, Kenzo e Hugo Boss. O seu trabalho está presente em 20 coleções permanentes. Mais de 4000 *designs* em produção, mais de 300 prémios e trabalhos em mais de 40 países atestam a lenda deste *designer* com quem tivemos o privilégio de falar sobre a sua carreira e a missão de sustentabilidade que carrega sempre nos seus projetos. Por ser um dos nomes mais prolíficos da sua geração não poderia ter ficado de fora desta edição. Senhoras e senhores, eis o icónico *designer* industrial egípcio, criado no Canadá, que apostamos dizer não ser deste mundo.

“My inspiration is to beautify the world and shape the future”

Practically speaking, what you could say about Karim Rashid is very simple: he is one of the best. This is not about how dazzling a person he is. This is about facts. He has made luxury products for brands, such as Christofle, Veuve Clicquot and Alessi; democratic products for Umbra, Bobble and 3M; furniture for Bonaldo and Vondom; lighting for Artemide and Fontana Arte; high-tech products for Asus and Samsung; surface design for Marburg and Abet Laminati; brand identity for Citibank and Sony Ericsson and packaging for Method, Paris Baguette, Kenzo and Hugo Boss. His work is present in 20 permanent collections. More than 4000 designs in production, over 300 awards and works in over 40 countries attest to the legend of this designer with whom we had the privilege of talking, about his career and the mission of sustainability he always instils in his projects. As one of the most prolific names of his generation, there is no way that he could have been left out of this issue. Ladies and gentlemen, here is the iconic Egyptian industrial designer, raised in Canada, who we can dare to say is not from this world.

É um dos melhores do mundo na sua área. Evidentemente nasceu para ser *designer*. Quando e como se apercebeu disso?
Apercebi-me disso quando era muito novo. Nunca pensei em fazer mais nada. Quando era criança, desenhava igrejas e edifícios, pessoas e seja o que for. O meu pai sempre me disse para esboçar o que se vê, não o que se pensa que se vê. Daí que se olha para uma pessoa, coisa, ou paisagem e não se pensa numa pessoa, ou no objeto, ou na paisagem, mas apenas se vê que tudo são linhas, proporções, luz e escuridão.

“Sempre detestei a ideia de que cores brilhantes e cores primárias são apenas para crianças”

Como é que o *designer* Karim Rashid faz do mundo um lugar melhor a cada dia?
A minha inspiração é embelezar o mundo e moldar o futuro. Acredito que o *design* é extremamente consequente para a nossa vida diária e pode influenciar positivamente os comportamentos dos seres humanos. Os produtos e mobiliário devem lidar com o nosso fundamento emocional, aumentando assim a imaginação e a experiência popular. Concentrarmo-nos na experiência humana. Não vemos muito trabalho original no mundo porque muitos se limitam a copiar ou a fazer derivados. Poucas ideias, muitas variações. Não olhe para a mesma tipologia do seu projeto ou apenas se apropriará. Olhe para estruturas sociais, novas tecnologias e erros humanos. Inspiro-me nos erros do nosso ambiente construído e procuro melhorá-los. É assim que podemos fazer um mundo melhor.

É o tipo de pessoa que prefere fazer a dizer. É por isso que os seus projetos são geralmente eco-conscientes. Mas isso é algo de que não costuma falar. Algumas pessoas pensam que tudo o que faz é de plástico. Estão enganadas. Qual é a sua opinião sobre isto?
Em primeiro lugar, penso que pelo facto dos meus interiores e objetos terem tanta cor ou padrões (as pessoas podem pensar) que eu não sou eco-consciente. Só porque algo é castanho ou bege ou de madeira, etc., vemos isso como sustentável, mas na realidade muitos produtos de madeira e outros materiais que aparecem em tonalidades naturais podem ser tóxicos e não sustentáveis. O mundo associa cores neutras ou verdes e castanhas à natureza. Isto é enganador. E por causa das minhas formas fluidas e cores fortes, não se acredita na questão. Não nos podemos livrar dos polímeros e precisamos deles para criar produtos democráticos, mas se os polímeros forem extraídos do oceano e dos resíduos e 100% reciclados, ou se estivermos a utilizar polímeros biodegradáveis, então podemos ter um planeta sustentável. Todos os dias há um novo avanço no nosso planeta global de plástico. Há dias li que existem ‘super-minhocas’ que comem esferovite, pelo que este pode ser um enorme trunfo para os resíduos plásticos globais que temos.

Na sua opinião, quais são os principais desafios que os *designers* enfrentam hoje em dia quando se trata de processos de fabrico e produção? Como podem superá-los?
Continua a ser um desafio fazer com que as pessoas reconheçam a importância do *design*. Esperemos que as minhas tentativas de o elevar às grandes artes que moldam o nosso mundo (como a música e a arquitetura) sejam lembradas muito depois dos meus objetos físicos. Muitos *designers* fazem um grande volume de trabalho, mas este permanece em forma de conceito apenas porque a chave para colocar trabalho no mercado é garantir que se trata de uma colaboração com um cliente/fabricante.

Está na indústria do *design* há mais de 30 anos. Tem passado por muitas mudanças sociais. Como conseguiu adaptar-se aos novos tempos sem perder a energia e a originalidade pelas quais é tão conhecido?
A originalidade, creio eu, é sempre uma prioridade para um criador. Se eu quiser fazer um trabalho original (nascemos para criar e somos todos capazes de um trabalho original) então devo concentrar-me no respetivo assunto. Inclino-me sempre para as novas tecnologias porque isso me dá a oportunidade de criar algo original. Resumindo, o *design* é inseparável da tecnologia e da inovação. Se não se está a inovar ou a utilizar tecnologias prescientes, está-se a fazer *styling* e não a desenhar.

Já tem mais de 3000 obras espalhadas por todo o mundo. E já recebeu quase 300 prémios. Acha que chegou a altura de abrandar ou ainda há muito a fazer?
Decidi, pós-COVID, fazer menos projetos. Já há muitos anos que faço *design* e agora vou mudar ligeiramente a minha opus. Abrirei uma galeria de arte e uma cafetaria, começarei a minha própria linha de moda, e farei mais interiores. Gostaria de projetar mais casas privadas, um hospital, museu, mesquita e pequenos eletrodomésticos, nomeadamente humidificadores, máquinas de café, liquidificadores, torradeiras, ferros de engomar, etc. Seria um sonho desenhar cenários para teatro e dança contemporânea, navios. Também gostaria de desenhar um carro elétrico, um sistema de música digital sem fios verdadeiramente bom, uma motorizada, uma bicicleta, e muitos mais hotéis (um em cada cidade para onde viajo).
Ficar em casa durante a pandemia foi, durante muitos momentos, abrandar e reconsiderar a existência, e refletir e reconsiderar o seu significado e contribuição para o mundo. Idealmente, esta epidemia é um despertar da Mãe Natureza para que pensemos em consumir menos, abrandar e desfrutar e apreciar a nossa existência, para limpar o mundo e os nossos corpos.

“ O design é inseparável da tecnologia e da inovação”

Se tivesse de escolher o maior desafio profissional da sua vida, qual seria?
O meu projeto mais desafiante foi provavelmente o meu projeto para o Metro de Nápoles. É o meu projeto mais prolongado até à data! Comecei em 2004 e só foi concluído em 2011. Mas estou muito orgulhoso do produto final. Selecionaram vários arquitetos famosos para projetar cada estação. As estações em Nápoles são designadas por “Estações de Arte”. A estação de Gae Aulenti tem trabalhos de Michelangelo Pistoletto e Joseph Kosuth. Algumas estações têm arte de Sol Lewitt a Sandro Chia. O Alessandro Mendini gosta da minha sensibilidade, o que foi realmente lisonjeador, uma vez que eu aspirava à sua visão quando estava na universidade e via-o sempre como um mentor. Uma vez que as estações estavam sob os auspícios da arte, em vez de conceber uma estação que fosse um pouco conservadora e ‘acentuá-la’ com arte, eu apenas fiz toda a estação como a minha arte digital. Assim, coloquei o orçamento de arte nas paredes e espaços interiores em vez de selecionar a arte. Vou sempre adorar o impacto e o desafio que foi o Metro de Nápoles. É o epítome do *design* democrático.

You are one of the best in the world in your field. Clearly you were born to be a designer. When and how did you realise this?
I realised it at a very young age. I never thought about doing anything else. When I was a child, I would sketch churches and buildings, people and anything really. My father always told me to sketch what you see, not what you think you see. Hence you look at a person, thing, or landscape and you don’t think about a person, or the object or the landscape, but just see everything is lines, proportions, and light and dark.

How does designer Karim Rashid make the world a better place every day?
My inspiration is to beautify the world and shape the future. I believe that design is extremely consequential to our daily lives and can positively change the behaviours of humans. Products and furniture must deal with our emotional ground, thereby increasing the popular imagination and experience. Focus on the human experience. We don’t see a lot of original work in the world because many just copy or make derivatives. Few ideas, many variations. Do not look at the same typology of your project or you will only appropriate. Look at social structures, new technologies, and human errors. I am inspired by mistakes in our built environment and make sure I improve them. That’s how we can make a better world.

You’re the kind of person who’d rather do than say. That’s why your projects are generally eco-conscious. But this isn’t something you talk about. Some people think they are plastic. They are mistaken. What’s your take on it?
Firstly, I think because my interiors and objects have so much colour or patterns that I am not eco-conscious. Just because something is brown or beige or wood etc., we see that as sustainable, but actually many wood products and other materials that appear in natural hues can be toxic and not sustainable. The world associates neutral colours or green and brown with nature. This is deceiving. And because of my fluid forms and strong colours one doesn’t believe the matter. We cannot get rid of polymers and need them to create democratic products, but if polymers are upcycled from the ocean and waste and 100% recycled, or we are using biodegradable polymers, then we can have a sustainable planet. Every day there is a new breakthrough in our global plastics planet. Yesterday I read that there are super worms that eat polystyrene, so this could be an enormous asset to the global plastic waste we have.

In your opinion, what are the main challenges that designers face today when it comes to manufacturing and production processes? How can they overcome them?
It’s still a challenge to get people to recognise the importance of design. Hopefully, my attempts to lift it into the great arts that shape our world (like music and architecture) will be remembered long after my physical objects. Many designers do a great deal of work, but it remains in concept form only because the key to putting work on the market is to make sure it is a collaboration with a client/manufacturer.

“I always disliked the idea that bright colours and primary colours are only for children”

You have been in the design industry for over 30 years. It has gone through many social changes. How did you manage to adapt to the new times without losing the energy and originality you are so known for?
Originality, I believe, is always a creator’s agenda. If you want to do original work (we are born to create and are all capable of original work) then you must focus on the

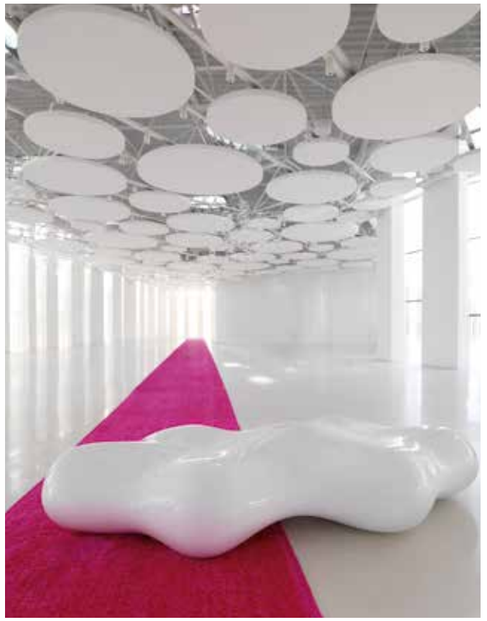
subject matter. I always gravitate toward new technologies because it affords me an opportunity to create something original. Simply put, design is inseparable from technology and innovation. If you are not innovating or using prescient technologies, you are styling not designing.

"Design is inseparable from technology and innovation"

You already have more than 3000 works spread around the world. And you have received almost 300 awards. Do you feel like it's time to slow down or that there's still a lot to do?
I have decided, post COVID, to do fewer projects. I have designed for many years and now I will shift my opus slightly. I will open an art gallery and coffee shop, start my own fashion line, and do more interiors. I would love to design more private homes, a hospital, museum, mosque, and small appliances, such as humidifiers, coffee machines, blenders, toasters, irons, etc. It would be a dream to design sets for contemporary theatre and dance, ships. I would also like to design an electric car, a really good digital wireless music system, a moped, a bicycle, and many more hotels (one in each city I travel to). Staying home during the pandemic is for many a moment to slow down and reconsider one's existence, and to reflect and reconsider one's meaning and contribution to the world. Ideally, this epidemic is a wake-up call from Mother Nature for us to think about consuming less, to slow down and enjoy and appreciate our existence, to clean up the world and our bodies.

If you had to choose the one thing that was the biggest professional challenge of your life, which would you choose?
My most challenging project was probably my design for Naples Metro. It is my longest project to date! I started in 2004 and it wasn't completed until 2011. But I am very proud of the finished product. They selected various famous architects to design each station. The stations in Naples are referred to as 'Art Stations'. Gae Aulenti's station has work by Michelangelo Pistoletto and Joseph Kosuth. Some stations have art from Sol Lewitt to Sandro Chia. Alessandro Mendini likes my sensibility, which was really flattering considering I aspired to his vision when I was in university and always saw him as a mentor. Since the stations were under the auspices of art, rather than design a station that is somewhat conservative and 'accent' it with art, I just did the whole station as my digital art. So, I sunk the art budget into the interior walls and spaces instead of selecting art. I will always love the impact and challenge that was the Naples Metro. It is the epitome of democratic design.

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



O CLIMA MUDOU, PORQUE NÃO NÓS?

Orgal
impressores

PEFC
PEFC/31-31-123
Promovendo a gestão florestal sustentável
www.pefc.pt

FSC
www.fsc.org
FSC® C081632
A marca da gestão florestal responsável

LAZY DAY

LET'S GO OUTSIDE

Emotional Object

A Emocional Object é uma marca portuguesa, situada no Norte do país, que produz peças de mobiliário luxuosas. Apresentou-se ao mundo em 2016, em Paris, e, desde aí, ficou conhecida pela gama elevada de peças decorativas e mobiliário de luxo, aliando qualidade, modernidade e originalidade em cada modelo produzido. A marca já conta com um *Silver A'Design Award*, prémio de *design* considerado um dos mais prestigiados do mundo. A coleção vencedora, *Lazy Day*, foi desenhada por João Faria e apresentada em 2020, após anos de aperfeiçoamento e amadurecimento do desenho. Trata-se, pois, de um conjunto de seis peças de sofás e poltronas, que se distinguem pelos acabamentos e respetivo *design*. Ainda assim, o elemento diferenciador é a madeira, trabalhada com formas arredondadas e fluídas. Mas os holofotes já tinham estado em projetos da Emocional Object, em 2020, quando a imprensa americana divulgou um dos seus modelos de sofá e, em 2018, numa nomeação na categoria de *Best Brand Innovation*. Acumula agora nove prémios e lançou em maio a sua primeira coleção de *Outdoor Furniture*, reunindo poltronas, sofás e mesas para piscinas, terraços e jardins, com base em alumínio lacado.

Emotional Objects is a Portuguese brand, located in the north of the country, which produces pieces of luxury furniture. It first unveiled its work to the world in 2016, in Paris, and, since then, it has become known for its large range of decorative pieces and luxury furniture, combining quality, modernity and originality in each model produced. The brand has already been given a *Silver A'Design Award*, considered to be one of the most prestigious design awards in the world. The winning collection, *Lazy Day*, was designed by João Faria and presented in 2020, after years of perfecting and maturing the design. It is a series of six pieces, sofas and armchairs, which stand out for their finishes and respective design. Even so, the thing that truly sets them apart is the wood, worked with rounded and fluid shapes. But Emotional Objects had already been in the spotlight in 2020, when the American press featured one of its sofa models and, in 2018, it had a nomination in the *Best Brand Innovation* category. It has now accumulated nine awards and in May it launched its first *Outdoor Furniture* collection, bringing togetherrmchairs, sofas and tables for pools, terraces and gardens, with a lacquered aluminium base.

Carlo Moretti

Carlo Moretti supera-se no requinte e na definição de um verão azul. Apostando em cores nostálgicas desta estação, produziu um cenário de mesa fresco em tons céu, combinado com o efeito de brilho, como se o sol estivesse a incidir na crista das ondas do mar num final de tarde deslumbrante. Graças à magia da cerâmica oriental e à sua expressividade, criou-se uma gama diversificada de itens, desde *bora glasses*, *talea carefes* e *decanter* a *madeleine cake-stands* e diverse bowls, elevando a sua utilidade ao domínio decorativo.

Carlo Moretti excels in refinement and in the definition of a blue summer. Turning its focus to this season's nostalgic colours, it has produced a fresh table setting in sky hues, combined with a high gloss effect, as if the sun were shining on the crest of the sea waves on a dazzling late afternoon. Thanks to the magic of oriental ceramics and their expressiveness, a diverse range of items has been created, from *bora glasses, talea carafes* and *decanter* to *madeleine cake-stands* and diverse bowls, elevating their utility to the decorative realm.

IPANEMA COLLECTION

Duistt

Os modelos da gama *Ipanema* variam entre a *Coffee Table, Ipanema Console, Side Table* e *Side Table Brass*. Todos os elementos da coleção partilham das formas geometricamente arredondadas, inspiradas na calçada das ruas do Rio de Janeiro. Os tons amarelados lembram a areia e os acabamentos frescos do movimento das ondas. A simplicidade é o conceito de Ipanema. Já a coleção *Oscar* exibe curvas livres e elegantes de diferentes feitios de sofás, revelando intemporalidade e modernidade em simultâneo.

The models in the *Ipanema* range vary between *Coffee Table, Ipanema Console, Side Table* and *Side Table Brass*. All of the collection's elements share geometrically rounded shapes, inspired by the pavements of the streets of Rio de Janeiro. The yellowish hues are reminiscent of the sand and the fresh finishes of the movement of waves. Simplicity is the concept behind Ipanema. For its part, the *Oscar* collection reveals free and elegant curves of different sofa shapes, revealing timelessness and modernity at the same time.

Silestone Sunlit Days

Conhecida como a primeira coleção de carbono das superfícies de quartzo e da indústria de pedra projetada, a Silestone Sunlit Days venceu a categoria *Hard Surfacing*, Tiles & Stone na A*rchitizer's A+ Product Awards*, em 2021. A marca ativista representa um salto quântico na sustentabilidade e inovação do *design*, sendo Cosentino a apresentar a tecnologia *HybriQ+*, uma das primeiras propostas assentes na oferta de uma Silestone composta por 99% de água reciclada, 100% de energia elétrica renovável e cerca de 20% de matérias-primas recicladas.

Known as the quartz surfaces and engineered stone industry's first carbon collection, Silestone Sunlit Days has won the *Hard Surfacing, Tiles & Stone* category at the *Architizer's A+ Product Award* in 2021. The activist brand represents a quantum leap in sustainability and design innovation, with Cosentino introducing HybriQ+ technology, one of the first proposals based on offering a Silestone composed of 99% recycled water, 100% renewable electric energy and around 20% recycled raw materials.

Goodland

A Goodland lança a primeira linha de produtos: uma banheira de hidromassagem a lenha, que garante forte conexão com a natureza. Elevando a forma e a função, o produto é uma resposta ao stressante estilo de vida citadino, assumindo características autênticas, que proporcionam qualidade de vida aos seus clientes e preservam em simultâneo a natureza. Com a utilização de materiais renováveis, as banheiras rejeitam os produtos químicos e adotam uma estética minimalista e delicada, a combinar com a simplicidade do meio ambiente.

Goodland launches its first product range: a wood-fired hot tubs, which ensures a strong connection with nature. Elevating form and function, the product is a response to the stresses of city living, taking on authentic characteristics, which provide quality of life to its customers while at the same time preserving nature. Using renewable materials, the hot tubs reject chemicals and adopt a minimalist and delicate look, matching the simplicity of the environment.

Doggy Bathroom

Alain Courchesne descobriu o segredo para manter um cão no interior de uma habitação sem maus odores: criar uma casa de banho canina. Trata-se de uma solução sanitária, de uma casa de banho espaçosa em que o cão se move e usufrui livremente do espaço, contando com uma caixa de areia. É de fácil uso, limpeza e imprevisivelmente elegante, lembrando que é feito de material 100% reciclável. O projeto virou um êxito e o mercado assistiu ao aparecimento da primeira caixa de areia para cães de porte pequeno.

Alain Courchesne has discovered the secret to keeping a dog inside a home without the bad odours: by creating a canine bathroom. This is a sanitary solution, consisting of a spacious bathroom in which the dog can move and freely enjoy the space, with a litter box. It is easy to use, clean and unexpectedly elegant, considering that it is made of 100% recyclable material. The project has become a success and the market has now witnessed the appearance of the first litter box for small dogs.

Frato

Sofisticação e conforto é o que representa a cama *Carmel*, pertencente à nova coleção da Frato. A gama de candeeiros de teto, *Palm Springs*, e a *Colmar*, também se juntam à nova coleção. A poltrona *Copenhagen*, a cadeira de jantar Fuji e o sofá *GSTAAD*, unem-se harmoniosamente ao projeto. Ainda assim, é a poltrona *GSTAAD* a estrela, composta de um mix de estofo liso e estampado. *Hallstaat Bench*, *Melbourne Console*, *Mumbai Sideboard*, *Porland Floor Lamp* e *Sonoma Console* são outras peças idealizadas para a coleção da marca.

Sophistication and comfort provide the cues for the *Carmel* bed, which is part of the new collection from Frato. The range of ceiling lamps, Palm Springs, and *Colmar*, are also part of the new collection. The *Copenhagen* armchair, the Fuji dining chair and the *GSTAAD* sofa, harmoniously join the project. Even so, the star is the *GSTAAD* armchair which is composed of a blend of plain and printed upholstery. *Hallstaat Bench*, *Melbourne Console*, *Mumbai Sideboard*, *Portland Floor Lamp* and *Sonoma Console* are other pieces designed for the brand's collection.

GSTAAD SOFA

Lithos Design

Expandir horizontes e elevar o conceito de *design* de interiores a um nível superior é algo que a empreendedora Lithos Design se propôs a fazer. Os Estados Unidos são agora o alvo da empresa italiana e as setas com que ataca têm formato arredondado expressivo. *Petalo* é o nome do produto, uma mesa com traços marcantes e valores altivos, desenhado em 2022, por Raffaello Galiotto. Em nome da excelência, a Lithos inicia colaboração com a Quintus, e Los Angeles é o ponto de partida para um novo e importante diálogo com profissionais do país.

Broadening horizons and taking the concept of interior design to a higher level is something that enterprising company Lithos Design has set out to do. The United States is now in the sights of the Italian company and the arrows it is firing have an expressive, rounded shape. *Petalo* is the name of the product, a table with striking features and lofty values, designed in 2022 by Raffaello Galiotto. Driven by the quest for excellence, Lithos has begun working with Quintus, and Los Angeles is the starting point for a new and important dialogue with professionals in the country.

Maja

A marca Maja exibe o equilíbrio perfeito entre a composição e os materiais que constituem o seu novo modelo, a mesa lateral *Koroi*. Abstrato geometricamente, o *design* contrapõe a sua base macia na curvatura à parte superior linear. Os padrões manipulados pela madeira maciça revelam mestria, assim como uma abordagem ecológica e eficiente, originada pela incorporação de materiais naturais. A mesa apresenta tamanho familiar M e tamanho mais compacto, em S.

The Maja brand displays the perfect balance between composition and the materials that make up its new model, the *Koroi* side table. Geometrically abstract, the design counterpoints its soft base in the curvature up to the linear top part. The patterns manipulated by the solid wood reveal mastery, as well as an eco-friendly and efficient approach, which arises from the incorporation of natural materials. The table is available in family size M and the more compact size S.

Jung and Sara Folch Design

Da autoria de Jung e Sara Folch Design nasce uma ideia inclusiva e seguramente divertida: uma sala de jogos para crianças e adultos. O conceito passa por criar múltiplos ambientes para dar resposta aos diferentes tipos de diversão e fazer jus às múltiplas definições de passar um tempo de qualidade. O *design* foi idealizado para suscitar curiosidade e, entre muitas regalias, disponibiliza um grande ecrã tátil para múltiplos fins.
A tecnologia torna a sala dinâmica e misteriosa, livre de estereótipo quanto às idades para se poder brincar.

From Jung and Sara Folch Design comes an inclusive and certainly fun idea: a playroom for children and adults. The concept is to create multiple environments to cater for different types of fun and do justice to the multiple definitions of spending quality time. The design was conceived to arouse curiosity and, among many highlights, provides a large touch screen for multiple purposes. Technology makes the room dynamic and mysterious, free of stereotypes with regards to how old you have to be to be able to play.

Hayche

Hayche apresenta a poltrona *Otto*, uma peça lúdica de estrutura metálica funcional e única, que garante um toque distinto para o apoio dos braços e um encosto divinalmente confortável. Conta com três diferentes tipos de acabamento e os seus componentes foram detalhadamente escolhidos para facilitarem processos como reparação, renovação e reciclagem. A mesa de jantar *Otto* combina com o cariz lúdico da poltrona, disponível em três tamanhos dentro do preto e branco, e conta com três tipos de acabamento, nunca prescindindo do elemento metálico.

Hayche presents the *Otto* armchair, a playful piece with a functional and unique metal frame, which guarantees a distinctive touch for the armrests and a divinely comfortable backrest. It comes in three different types of finish and its components have been carefully chosen to facilitate processes such as repair, renovation and recycling. The *Otto* dining table matches the playful nature of the armchair, is available in three sizes in black and white, and has three types of finish, while never leaving aside the metallic element.

Aldeco

Inspirada na biodiversidade do planeta, nasce a coleção *Life Velvet*, uma gama que pretende sensibilizar para a preservação do meio ambiente. A Aldeco reuniu diferentes modelos para homenagear a Mãe Natureza, a que dá origem à vida. *Sea Life* é um dos protagonistas da coleção, projetado para demonstrar a beleza dos corais quando livres de poluição, através de tecidos de alta qualidade. *Inhaus Printed Cotton Velvet Viraloff, Lumiére Jacquard Velvet*, *Privé Melange Velvet Fr, Carousel Cord* e *Zeus* são outros modelos que também fazem parte do projeto.

Inspired by the biodiversity of the planet, the *Life Velvet* collection comes into bing, a range that aims to raise the awareness for environmental preservation. Aldeco has brought together different models to pay tribute to Mother Nature, the source of life. *Sea Life* is one of the collection's stars, designed to demonstrate the beauty of corals when free of pollution, through high quality fabrics. *Inhaus Printed Cotton Velvet Viraloff, Lumiére Jacquard Velvet*, *Privé Melange Velvet Fr, Carousel Cord* and *Zeus* are other models that are also part of the project.

Nakamura Kazunobu Design-Works

Em vez de reproduzir o traçado das sombras tipicamente japonesas, Nakamura Kazunobu Design-Works aposta na representação do efeito causado por elas num espaço de dança, em Tóquio. O projeto coloca a flor de lótus como a alma do local e a sustentabilidade como um princípio regulador. O espaço é coberto por uma espécie de nevoeiro, fruto da ilusão das linhas que caem do céu, através do qual surgem os dançarinos, misteriosamente. O *design* do espaço proporciona experiências memoráveis, capazes de encantar quem por lá passa.

Instead of reproducing the outlines of typical Japanese shadows, Nakamura Kazunobu Design-Works turns its attention to the representation of the effect caused by them in a space of dance, in Tokyo. The project places the lotus flower as the soul of the place and sustainability as a regulating principle. The space is covered by a kind of fog, the result of the illusion of lines that are falling from the sky, through which the dancers mysteriously appear. The design of the space provides memorable experiences, capable of enchanting those who pass through.

Studio Drê Magalhães

Cordas, nós e muita personalidade. Os artigos da Studio Drê Magalhães são muito mais do que peças de uma marca exótica brasileira, são verdadeiras obras de arte. Unindo a paixão por acessórios originais, materiais rústicos e a sua habilidade por trabalhos manuais, surgiu o Studio Drê Magalhães. A artista apresenta, entre outros produtos, candeeiros e adornos para casa confecionados manualmente em corda com miolo 100% biodegradável (superleve) entrelaçados com pontos, estruturados com nós, amarrados ou combinados com outros materiais. O resultado está à vista. Autenticidade e criatividade. Mas há mais para descobrir.

Ropes, knots and a lot of personality. The items from Studio Drê Magalhães are much more than pieces by an exotic Brazilian brand, they are true works of art. Studio Drê Magalhães came into being to harness her passion for original accessories, rustic materials and her manual work skills. The artist presents, among other products, lamps and home decorations handcrafted in 100% biodegradable (super light) rope interlaced with stitches, structured with knots, tied or combined with other materials. The result is plain to see. Authenticity and creativity. But there is more waiting to be discovered.

Analora

Após anos consecutivos na descoberta do mundo artístico, Anne-Laure Pilet vê em Portugal uma oportunidade única para dar vida ao seu projeto. A Galeria de Arte Analora, fundada em setembro no coração de Lisboa, transformou a alma talentosa de artistas, artesãos e criadores num espaço de partilha de arte e originalidade, fruto de um processo de miscigenação. O espaço ganha cor com as peças de cerâmica, porcelana, barro e arenito feitas à mão, contando com a presença de peças de nomes ilustres, ricas em história e sentimento.

After having spent year after year discovering the artistic world, Anne-Laure Pilet has found in Portugal a unique opportunity to bring her project to life. The Analora Art Gallery, founded in the heart of Lisbon in September, has transformed the talented soul of artists, artisans and creators into a space for sharing art and originality, resulting from a process of intermingling. The space gains colour with the handmade pieces of ceramics, porcelain, clay and sandstone, featuring pieces by illustrious names, rich in history and feeling.

Etnias Mundi

A Etnias Mundi é uma loja de produtos feitos à mão por grupos de artesãos de todo o mundo. São feitos de forma ética, com amor e contam as histórias de diferentes povos e etnias. Mas carregam muito mais do que as raízes culturais. Ajudam famílias, valorizam a diversidade, mantêm a cultura viva, e principalmente, levam para onde forem, o cuidado de quem os fez. Através do apoio dos clientes, tornam-se uma ponte entre a essência de um povo e o mundo, com alma e muita cor. Como e o caso destes bonitos leques. Vale a pena espreitar as páginas da marca.

Etnias Mundi is a shop selling handmade products by groups of artisans from around the world. They are made in an ethical way, with love and they tell the stories of different peoples and ethnicities. But they are imbued with much more than cultural roots. They help families, enhance diversity, keep culture alive, and above all, they take the care of those who made them wherever they go. Through the support of customers, they become a bridge between the essence of a people to the world, with soul and lots of colour. Such is the case of these beautiful fans. It's well worth the effort to take a look at the brand's website.

Greenscreen

GsTree é o mais recente produto da Greenscreen, a marca que se fidelizou com o meio ambiente. Com uma altura de 10 metros e com acabamentos de cores personalizadas, o modelo garante versatilidade, permitindo a existência de sombra, maior privacidade, criação de paisagens e passadiços e, no fundo, tudo o que a imaginação permita. O *GsTree* é o elemento que qualquer arquiteto, *designer* ou empreiteiro acolhe, dado o seu elevado grau de utilidade e sustentabilidade.

GsTree is the latest product by Greenscreen, the brand that has committed itself to the environment. Measuring 10 metres high and with finishings in custom colours, the model ensures versatility, allowing for shade, greater privacy, the creation of landscapes and walkways and, ultimately, anything the imagination can think up. The *GsTree* will be the element welcomed by any architect, designer or contractor, given its high degree of utility and sustainability.

Cappellini

Peacock, uma poltrona exuberante com inspiração num elemento da realeza: o pavão. As suas curvas fortes desafiam as leis da física e a cores que exibe revelam ousadia e elegância. O modelo exibe dobras onduladas, feitas de tecido de feltro requintado, e a base é composta de metal envernizado em pó. *Peacock* foi desenhado pelo Dror Studio e lançado pela influente marca italiana Cappellini. Continuando a tirar proveito da fama no mercado, a poltrona apresenta agora um estatuto mais elevado no Metropolitan Museum of Art.

Peacock, an exuberant armchair inspired by regal source: the peacock. Its strong curves defy the laws of physics and the colours it displays reveal boldness and elegance. The model boasts undulating folds made of exquisite felt fabric, and the base is composed of powder-varnished metal. Peacock was designed by Dror Studio and launched by influential Italian brand Cappellini. Continuing to capitalise on its fame in the marketplace, the armchair now enjoys a higher status at the Metropolitan Museum of Art.

Cobermaster

A pandemia trouxe à tona necessidades assentes na versatilidade, funcionalidade e conforto, o que deu lugar a novas tendências em 2022. A Cobermaster Concept quis abraçar o desafio. Apostando numa linha de mobiliário arrojada, a marca incorporou o design escandinavo, aleado aos elementos naturais, às linhas curvas e aos acabamentos em madeira. Com o modelo *BOOKCASE*, aplicaram os tons neutros para os compartimentos de arrumação e, ainda, para uma garrafeira incorporada, exibindo modernidade e funcionalidade. O conjunto de mesas de centro *MOON* e o aparador *FUSION* foram outras respostas, marcadas pelo design minimalista da pedra mármore e da madeira, resultando num efeito relaxante e natural.

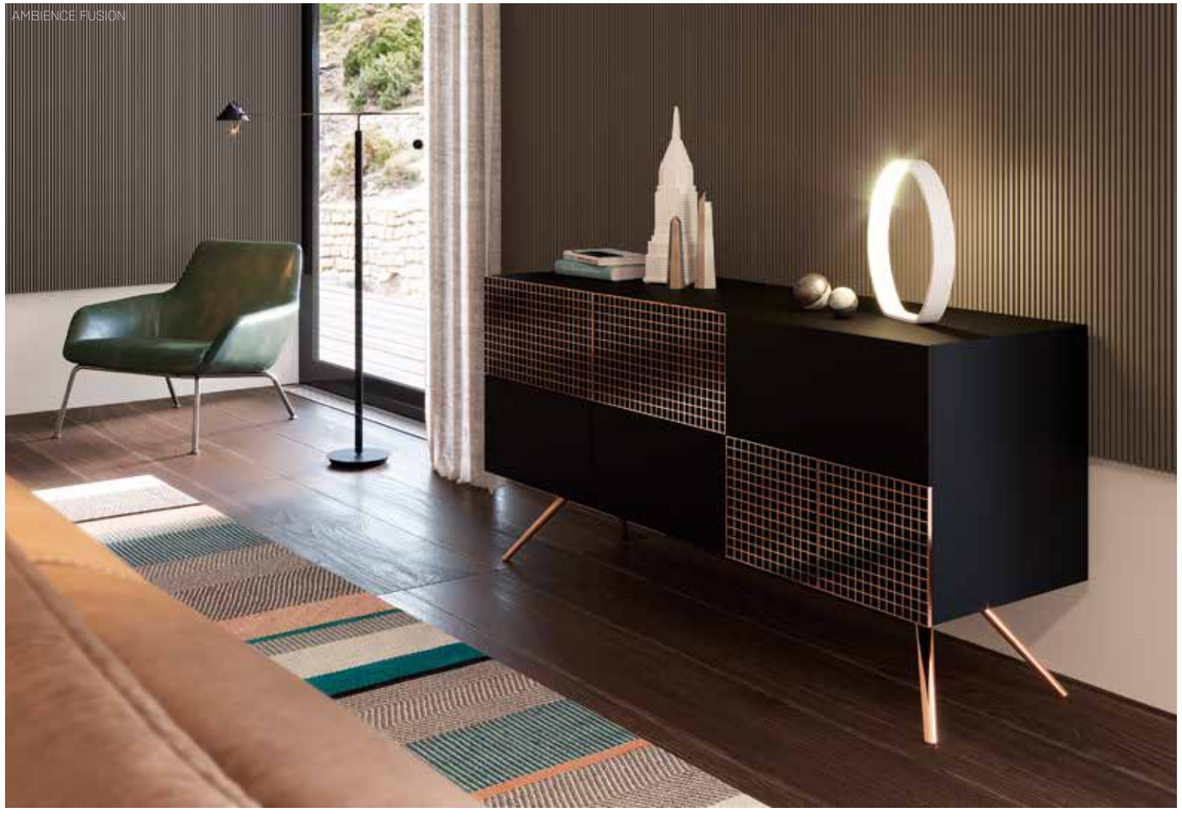
The pandemic brought to light needs based on versatility, functionality and comfort, which gave way to new trends in 2022. Cobermaster Concept wanted to embrace the challenge. Turning its attention to a range of bold furniture, the brand incorporated Scandinavian design, combined with natural elements, curved lines and wood finishes. With the *BOOKCASE* model, they have applied a neutral palette for the storage compartments and also for an incorporated wine rack, revealing modernity and functionality. The *MOON* nest of tables and the *FUSION* sideboard were further responses, marked by their minimalist design of marble and wood, resulting in a relaxing and natural effect.

BOOKCASE, WHITE, WALNUT, ROSE GOLD

MOONSET, DARK GREY, BRONZE, MARBLE

AMBIENCE BOOKCASE

AMBIENCE FUSION



Feltrando

A marca portuguesa Feltrando lança uma coleção que resulta do cruzamento harmonioso entre culturas locais, sustentabilidade e o *upcycling*. Foram as valências do Mediterrâneo que plantaram a semente do projeto, desde a cerâmica portuguesa ao tapete berbere. A interseção geográfica originou as *feltbox* S em tons *Rose* e *Sun*, inspirados no norte de África, e os cestos L com os verdes *Moss* e *Tea*, comuns nas paisagens da Toscana. Eis o segredo para a produção singular de peças em feltro: a demanda pela identidade.

Portuguese brand Feltrando has launched a collection that is the result of the harmonious interchange between local cultures, sustainability and upcycling. The Mediterranean's strengths were what initially planted the seed for the project, from Portuguese ceramics to the Berber rug. The geographical intersection gave rise to the *feltbox S* in *Rose* and *Sun* hues, inspired by North Africa, and the *L* baskets with Moss and Tea greens, common in Tuscan landscapes. This is the secret to the unique production of felt pieces: the quest for identity.

Castle Stones

Guiado pelo amor e curiosidade do passado, Maurits Simonette cria réplicas feitas à mão de pedras originais, pertencentes a casas de campo flamengas e francesas históricas. Trata-se de elevar o charme rústico às exigências da época contemporânea, através de materiais inovadores e, claro, de um processo de acabamento especial, que lhe confere a aparência histórica. A resistência e durabilidade são inerentes às Castle Stones, uma vez que se adequam a salas húmidas e são resistentes ao desgaste. Também permitem fácil limpeza e aquecimento de piso.

Guided by a love and curiosity for the past, Maurits Simonette creates handmade replicas of original stones belonging to historic Flemish and French country houses. This is all about elevating rustic charm to the demands of contemporary times, through innovative materials and, of course, a special finishing process, which gives it its historic appearance. Strength and durability are inherent to Castle Stones, as they are suited for wet rooms and are resistant to wear and tear. They also allow for easy cleaning and underfloor heating.

30 anos de Fenabel

A Fenabel assinala o seu trigésimo aniversário junto dos seus clientes dos quatro cantos do mundo e entidades que garantem o funcionamento da empresa dia após dia. Uma data que ficou marcada na história com as boas vibrações e fortes celebrações, contando com a inauguração do edifício-sede da marca, em Paredes. Depois de um dia em cheio, a Fenabel organizou um jantar comemorativo e requintado na icónica Alfândega do Porto, reunindo figuras ilustres. Um acontecimento único, onde se criou um ambiente de partilha e novidade, abrindo portas à comunidade e dando a conhecer a sua forte unidade produtiva. Como não poderia faltar, a marca lançou recentemente três novas gamas de produtos: a *Linha Pitágora*, uma vertente *outdoor* em madeira para o exterior, de linhas simples e confortáveis; a *Twist*, uma cadeira simples, mas única, esculpida com assento circular e formas geometricamente redondas; e a *Penat*, uma coleção de cadeiras inspiradas na cidade de Valência, com um encosto contraplacado único.

PENAT CB

TWIST CB

PENAT BAR

PENAT LOUNGE

Fenabel celebrates its thirtieth anniversary with its customers from the four corners of the world and institutions that ensure the company's operation day after day. The special date was marked in history with good vibes and festive celebrations, including the inauguration of the brand's headquarters building, in Paredes. After a packed day, Fenabel organised a commemorative and sophisticated dinner at the iconic Alfândega do Porto, gathering illustrious figures. A unique event, which generated an environment of sharing and news, opening doors to the community and introducing its powerful production unit. And of course, the brand recently launched three new product ranges: the *Pitagora* range, an outdoor wooden range with simple and comfortable lines; the *Twist*, a simple but unique chair, sculpted with a circular seat and geometrically round shapes; and *Penat*, a collection of chairs inspired by the city of Valencia, with a unique plywood backrest.

H.AMO Decor Studio

De uma conversa descontraída entre quatro amigas, num final de tarde, nasce um projeto intemporal, cheio de frescura, que tem por objetivo levar a identidade portuguesa ao mundo. A proposta passa por desafiar os curiosos a vestir os seus espaços com o *glamour* contemporâneo dos padrões do artesanato portugueses e mediterrâneos, desenhados e fabricados à mão por artesãos nacionais. Os materiais como barro, madeira, rafias, vime ou algodões, estão presentes em toda a coleção, em que se evidenciam os tons crus e terra, salpicados de cor que nos transportam para recantos harmoniosos com sabor a férias e a tranquilidade. No catálogo há jarros de 3 litros, frapés, copos, queijeiras, abajures, individuais, e muito mais. Tudo com um toque de modernidade e sofisticação. Verdadeiramente bonitos. Repetimos: verdadeiramente bonitos.

From a relaxed conversation between four friends one late afternoon comes a timeless project, full of freshness, which aims to take the Portuguese identity out in to the world. The suggestion is to challenge those who are interested to dress their spaces with the contemporary glamour of Portuguese and Mediterranean artisan patterns, designed and handmade by national artisans. Materials such as clay, wood, raffia, wicker or cotton are present throughout the collection, in which natural and earthy hues stand out, flecked with colour that transports us to harmonious places with a taste of holidays and tranquillity. In the catalogue there are 3-litre jugs, ice buckets, glasses, cheese domes, wine coolers, lampshades, place mats, and much more. All with a touch of modernity and sophistication. Truly beautiful. We repeat: truly beautiful.

Pedro d'Orey

SÓCIO FUNDADOR DA QUARTOSALA
FOUNDING PARTNER OF QUARTOSALA

Práticas de sustentabilidade

Para uma empresa de projetos de Design de Interiores como a QuartoSala, o tema da sustentabilidade é não só um desafio interno, mas também uma questão de comunicação e posicionamento. Todos sabemos a enorme responsabilidade que temos enquanto designers de interiores em ser parte de um processo que terá como objetivo alterar a mentalidade do consumidor, e também repensar uma série de práticas obsoletas que nada contribuem para a mudança.
Pensamos que parte da mudança para a sustentabilidade está nas mãos do consumidor, e outra parte na regulamentação oficial de toda a cadeia de produção.
Para nós QuartoSala sabemos que todo o nosso investimento deve ser feito em formar o cliente, e promover uma consciencialização sobre boas práticas de consumo. A nossa experiência com marcas de *design* de mobiliário italianas de alto padrão como a Minotti, B&B Italia ou Poliform, tem-nos mostrado que tem havido um acelerar da mudança de mentalidades quanto aos processos de sustentabilidade relacionados com a produção e a seleção dos materiais. Mas o que realmente mudou na atitude das marcas de luxo de *design* em geral foi a preocupação em informar melhor o consumidor sobre as suas práticas de sustentabilidade. Somos nós, *designers*, e arquitetos que estamos entre as marcas e o cliente final e é imperativo filtrar toda esta informação que nos é fornecida sobre cada equipamento ou marca, de modo a que o cliente não se perca num 'mar de argumentos' comerciais que possam tentar iludi-lo.
Só com informação válida o cliente poderá tomar boas decisões de compra e ter a certeza de estar a fazer parte de um processo de alteração de mentalidades. Também ao nível dos modelos de *marketing* e da promoção do produto há muito caminho a fazer.
Por exemplo, na gigantesca feira de Milão, que a QuartoSala visita anualmente, são criados *stands* para durar apenas seis dias. Empresas como a Minotti têm vindo a repensar este modelo dando uma segunda utilização a estas instalações efémeras transformado-as em "sets" de filmagem para filmes promocionais da própria marca que teriam que ser montados posteriormente.
O facto de o fazer no decorrer da própria feira de Milão, durante o horário noturno, é exemplo de uma segunda utilização de um espaço efémero, transformando uma ação de *marketing* que à priori seria pouco sustentável em algo menos reprovável.

Sustainable practices

For an interior design company such as QuartoSala, the issue of sustainability is not only an internal challenge, but also a matter of communication and positioning. We all know the huge responsibility we have as interior designers to be part of a process that will aim to change the mindset of the consumer, and also to rethink a number of obsolete practices that contribute nothing to change.
We think that part of the change towards sustainability is in the hands of the consumer, and another part in the official regulation of the entire production chain. For us at QuartoSala we know that our entire investment should be made in training the client, and promoting awareness about good consumer practices.
Our experience with high standard Italian furniture design brands such as Minotti, B&B Italia or Poliform, has shown us that there has been a rapid change in mentalities with regard to sustainability processes related to production and material selection. But what has really changed in luxury design brands' attitudes in general is the interest in better informing the consumer about their sustainability practices. It is us, designers and architects, who are between the brands and the final user, and it is imperative to filter all this information that is provided to us about each equipment or brand, so that the client doesn't get lost in a 'sea of commercial arguments' that may try to mislead him.
Only with valid information can the client make good purchasing decisions and be sure that he is part of a process of changing mentalities. There is also a long way to go in terms of marketing and product promotion models.
For example, at the gigantic Milan fair, which QuartoSala visits every year, stands are set up to last only six days. Companies such as Minotti have been rethinking this model by giving a second use to these ephemeral installations by transforming them into film sets for their own promotional films that would have to be set up afterwards.
The fact of doing it during the Milan fair itself, at night time, is an example of a second use of an ephemeral space, transforming a marketing action that in principle would be unsustainable into something less reproachable.

Artigo na íntegra: www.trends-mag.com
Full article: www.trends-mag.com

Cobermaster® Concept
Cool Art Furniture

www.cobermasterconcept.com customer@cobermasterconcept.com

NORTE 2020 PORTUGAL 2020 UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

talking to:

NUNO MATOS CABRAL

T FILOMENA ABREU NUNO ALMENDRA

“Há coisas que parecem lixo, mas que se podem transformar em luxo”

O salto do Direito para o Design não foi um passo de mágica, mas a verdade é que a magia sempre lá esteve. Desde pequeno que Nuno Matos Cabral se viu enredado pela beleza e pragmatismo das coisas. Assim, mesmo com a forte influência da família, a essência falou mais alto. Hoje, o *head of creativity* da Gato Preto conta com 22 anos de carreira, recheados de aprendizagens e sucessos. De uma simpatia sem fim, partilhou um bocadinho da sua vida com a TRENDS, numa entrevista que teve como pano de fundo o belo Rocco, em Lisboa.

“There are things that look like rubbish, but which can be transformed into luxury”

The leap from law to design was not an act of magic, but the truth is that the magic was always there. Ever since he was a child, Nuno Matos Cabral found himself caught up in the beauty and pragmatism of things. So, even with the strong influence of his family, his essence spoke louder. Today, the head of creativity at Gato Preto looks back over a career lasting 22 years, packed with learning and success. Friendly as can be, he shared some of his life with TRENDS, in an interview which took place in Lisbon’s beautiful Rocco restaurant.

Hoje é um *designer* muito conhecido, mas a sua carreira não começou exatamente nesta área...
Não. É verdade e acho que sou um bom exemplo de que é possível mudarmos de carreira. Muitas vezes, quando somos miúdos e não sabemos o queremos fazer, somos influenciados pela família. Comigo acabou por acontecer efetivamente essa influência. O que me levou a fazer Direito. Fiz o curso na íntegra e ainda trabalhei um ano como assessor jurídico numa seguradora internacional, mas achei que não era aquilo. Acredito que a vida e o destino acabam por nos colocar nos sítios certos, nas horas certas, nos caminhos que devemos seguir. Portanto, foi aí que tudo começou.

Como e quando se dá essa reviravolta e começa a dedicar-se exclusivamente ao *design*?
O ponto zero, em primeiro lugar, foi ter pessoas da família que investiram em imobiliário. Estamos a falar do ano 2000. Comecei a dar umas dicas, paletas de cores, azulejos, revestimentos... Aí, ainda não me intitulava como *designer*, mas sim como decorador, porque entretanto fiz um curso de curta duração na Escola Superior de Artes Decorativas. Em 2004, na capa de uma revista muito conhecida na altura, a Máxima Interiores, saiu uma casa feita por mim, que me deu alguma visibilidade. A partir daí a coisa foi fluindo. Até que, em 2008, decido ir estudar para Milão. Fui dos poucos alunos, nem sei se não fui o primeiro, a entrar para um master em Design de Interiores sem ter uma licenciatura em Arquitetura ou em Design. Fui aceite graças ao portefólio. Entre 2009 e 2010, dei um pulo e, a partir daí, achei que efetivamente era *designer* de interiores.

A questão da sustentabilidade faz parte da sua forma de trabalhar desde o início ou começou gradualmente a ganhar importância no seu trabalho?
Acho que teve sempre, porque como fui sempre uma pessoa muito criativa, imaginava utilidade para as coisas que encontrava. Às vezes, na rua a brincar com os miúdos, olhava para essas coisas e pensava “ai isto ficava giro se fosse... qualquer coisa”. Esse foi o bichinho que eu, de alguma forma, sempre senti presente e que, mais tarde, acabou por dar na Primeira Casa da Rua, que é um blogue que surgiu em 2013, em que o reciclar, reutilizar e recuperar eram, e são, o mote. Portanto, desde muito cedo fui sensível para isso e para o desperdício, que é uma coisa que me faz muita confusão.

Como é que se consegue decorar os nossos espaços de uma forma sustentável e bonita ao mesmo tempo?
Para já temos de fazer aqui uma distinção, porque sustentável não é só a parte ambiental. Temos a parte ambiental, a social e a cultural. Ou seja, quando falamos em sustentabilidade, não é só o projeto em si e a escolha dos materiais, mas de onde é que esses materiais são provenientes, que fornecedores é que nos estão a dar esses materiais, como é que são produzidos? Logo, em primeiro lugar, acho que reciclarmos, reutilizarmos e recuperarmos coisas em casa já é um bom começo. E eu não sou propriamente um radical. Tenho noção que implementarmos hoje um projeto 100% sustentável com estas três componentes ainda não é fácil. Temos que dar *baby steps* apesar de o planeta já não estar com tanta paciência para esperar. Mas temos de ir até onde conseguimos. Estes primeiros passos dentro da casa: o reciclar, o recuperar e o reutilizar aquelas coisas que ainda estão boas são importantes. E se não precisarmos na nossa casa, passarmos a outras pessoas que precisam delas. Com esta economia circular as coisas vão seguindo o seu processo.

“Cada vez mais, existem certificados internacionais que nos dizem quais são os produtos amigos do ambiente”

O Nuno não é um inexperiente neste campo, já está nisto há muito tempo. Não acha que há um certo aproveitamento dessas mesmas marcas que perceberam que esse lado mais verde, na realidade, acrescenta um toque de luxo ao *marketing*?
Sim, é possível. Mas, mesmo assim, se o estiverem a fazer para mim já é o suficiente. Desde que não seja um *green wash*, há marcas que se aproveitam de determinados nomes para associar a marca a um *mood* mais sustentável, quando na realidade, não o é. Se essas marcas estiverem efetivamente a implementar a sustentabilidade no seu processo, independentemente dos motivos, mas o motivo final é de facto ajudarmos o planeta, acho fantástico. Para mim não é relevante se se estão a aproveitar ou não. O que é importante é implementar e desenvolvermos processos produtivos que efetivamente levem a ter produtos mais amigos do ambiente.

Falemos dos seus projetos. Como tem sido a sua carreira e como foi agarrar esta missão de ser *head of creativity* da Gato Preto? O que é que está na sua mente para o futuro?
Em primeiro lugar, está e vai continuar a estar a questão da sustentabilidade. Onde eu estiver, vou procurar sempre sensibilizar quem está a trabalhar comigo para esse tema. Nos meus projetos anteriores, sempre procurei implementar muito 'o verde', as plantas, materiais naturais, que são coisas muito importantes para mim. Isso é transversal, se forem ver projetos de 2004 e projetos de agora, essa preocupação está lá. Relativamente a produto, gosto muito de trabalhar com empresas que tenham já alguma sensibilidade para o problema da sustentabilidade.

"O meu maior desafio é, de alguma forma, encontrar um equilíbrio entre o sustentável, o sofisticado e o elegante"

Já trabalhei com marcas muito interessantes, inclusivamente na minha própria marca de mobiliário, em nome próprio, também tive essa atenção: aos vernizes, às madeiras, esquecer as madeiras maciças, que isto também é um preconceito que muitas vezes temos, que só a madeira sólida e maciça é que pode ser utilizada em mobiliário, o que e não é verdade. Eu assumi que estava a utilizar pré-composto, em que só se utiliza uma folha muito fina de madeira, para que houvesse o menor impacto possível no meio ambiente. Dito isto, o desfio novo é o Gato Preto, algo muito recente, de há alguns meses, que me foi proposto e que estou a adorar. Eu adoro desafios e este deixa-me muito orgulhoso porque estamos a falar de uma marca com mais de 35 anos em Portugal, que está na Península Ibérica, e acho que o meu contributo vai ser muito interessante: o como é que eu vou conseguir continuar a trazê-la para este século XXI com estas coisas todas a acontecerem. Estamos a falar de mais de 60 lojas, de mãos dadas com o ambiente...

Today you are a very well-known designer, but your career didn't exactly begin in this field...
No. This is true and I think I'm a good example that you can change careers. Often, when we are kids and don't know what we want to do, we are influenced by our family. For me, this influence did indeed end up taking hold. This led me to study law. I did the entire course and even worked for a year as a legal adviser in an international insurance company, but I found out that wasn't who I was. I believe that life and destiny end up placing us in the right place, at the right time, on the path we should follow. So this is where it all began.

How and when did you make that volte-face and start dedicating yourself exclusively to design?
Ground zero, first of all, was having people in the family who invested in property. We're talking about the year 2000. I started to give some tips, colour palettes, tiles, coverings... At that time, I still didn't call myself a designer, rather a decorator, because in the meantime I took a short course at the *Escola Superior de Artes Decorativas* [Decorative Arts College]. In 2004, a house I had worked on appeared on the front cover of *Máxima Interiores*, a very well-known magazine at the time, which gave me some visibility. From then on, things started to flow. Up until, in 2008 I decided to go to Milan to study. I was one of very few students, I might even have been the first, to enrol in a master's course in interior design without a degree in architecture or design. I was accepted thanks to my portfolio. Between 2009 and 2010, I experienced a real 'growth spurt' and, from then on, I thought I was actually an interior designer.

Has the issue of sustainability been part of your way of working from the beginning, or did it gradually begin to gain importance in your work?
I think it always has been, because as I have always been a very creative person, I was thinking up a use for the things I found. Sometimes, when I was in the street playing with kids, I would look at those things and think "oh, this would be nice if it was... something". That was the bug that, somehow, I could always feel in me and that, later, somehow, ended up leading to *Primeira Casa da Rua*, which is a blog that appeared in 2013, where recycling, reusing and recovering were, and are, the motto. So, from a very early age I was sensitive to that and to waste, which is something that gets me very confused.

"Increasingly, there are international certificates that tell us which products are environmentally friendly"

How can we decorate our spaces in a sustainable and beautiful way at the same time?
First, we have to make a distinction here, because sustainable is not only the environmental part. We have the environmental part, the social part and the cultural part. In other words, when we talk about sustainability, it is not only the project itself and the choice of materials, but where do these materials come from, which suppliers are giving us these materials, how are they

produced? So, first of all, I think recycling, reusing and recovering things at home is already a good start. And I'm not exactly a radical. I'm aware that implementing a 100% sustainable project today, with these three components, still isn't easy. We have to do 'baby steps' even though the planet is running out of patience to wait. But we have to go as far as we can. These first steps, in our homes, recycling, recovering and reusing those things that are still good, is important. And if we don't need them in our house, we can pass them on to other people, who need them. With this circular economy, things will follow its process.

"My greatest challenge is to somehow find a balance between the sustainable, the sophisticated and the elegant"

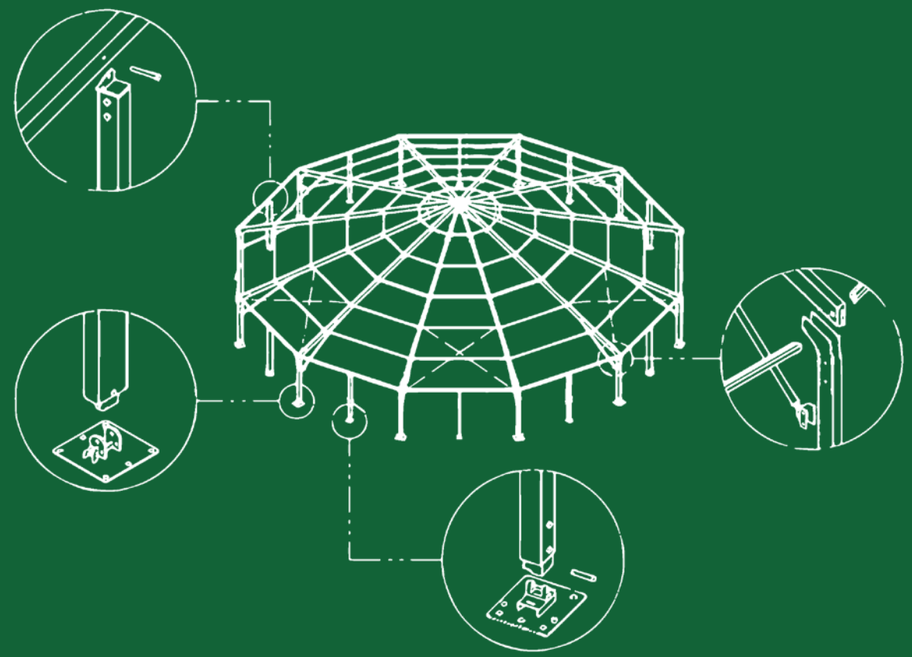
You are not inexperienced in this field; you've been at this for a long time. Don't you think that these same brands might be 'jumping on the bandwagon' having realised that this greener side actually adds a touch of luxury to marketing?
Yes, this is possible. But even so, if they're doing it, for me that's enough. As long as it isn't a matter of greenwashing. There are brands that take advantage of certain names to associate the brand with a more sustainable mood, when in reality it is not. If these brands are effectively implementing sustainability in their process, regardless of the motives, and the ultimate motive is actually helping the planet, I think it's fantastic. For me it has no relevance whether they are taking advantage of it or not. What is important is that we implement and develop production processes that effectively lead to more environmentally friendly products.

Let's talk about your projects. How has your career developed and how was it to take on this mission of being head of creativity at Gato Preto? And also what is in your mind for the future?
First and foremost there is and will continue to be the issue of sustainability. Wherever I am, I will always try to make those who work with me aware of this issue. In my previous projects, I always tried to implement a lot of 'green', plants, natural materials, which are very important things to me. This is right across the board, if you look at projects from 2004 and projects from now, this concern is there. With regards to products, I really like to work with companies that are already sensitive to the issue of sustainability. I have already worked with very interesting brands, including my own furniture brand, under my own name. I have also paid attention to varnish, to wood, forgetting solid wood, which is also a preconception we often have, that only solid wood can be used in furniture, which is not true. I committed to using reconstituted veneers, where only a very thin sheet of wood is used, so that there would be as little impact on the environment as possible. That said, the new challenge is Gato Preto, something very recent, from a few months ago, that was proposed to me and which I'm loving. I love challenges and this one makes me very proud because we're talking about a brand that has been in Portugal for more than 35 years, which is in the Iberian Peninsula, and I think my contribution is going to be very interesting: how can I continue to bring it into this 21st century with all these things happening. We're talking about more than 60 shops, hand in hand with the environment...

TELFOR
TÊXTEIS TÉCNICOS E TENDAS

CONSIGO QUEREMOS
CONTINUAR A
CONSTRUIR O FUTURO

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



WWW.TELFOR.PT

IN STYLE

Breitling

Foi a marca Breitling que levou o primeiro relógio de pulso suíço ao espaço. Com vasto legado de história, a empresa é conhecida pela sua posição vanguardista. Cerca de 60 anos após o voo icónico de Carpenter na cápsula espacial *Aurora 7*, a Breitling apresentou um pedaço dessa narrativa, desconhecida da maioria: o relógio que o astronauta levava no dia D, o *Cosmonaute*. Corroído e desgastado, o objeto permaneceu nos arquivos das coleções da empresa. O modelo que agora foi apresentado ao mundo contém a régua circular para cálculos matemáticos e um mostrador de 24 horas, sendo uma versão fiel à original. A intemporalidade é-lhe inerente ao relógio, embora quando analisado pormenorizadamente, sejam visíveis ajustes modernos, fruto do passar do tempo.

It was the Breitling brand that took the first Swiss wristwatch into space. With a vast legacy of history, the company is known for its cutting-edge stance. Some 60 years after Carpenter's iconic flight in the *Aurora 7* space capsule, Breitling has presented a piece of that narrative, unknown to most: the watch the astronaut carried on blast off, the *Cosmonaute*. Corroded and worn, the object remained in the archives of the company's collections. The model that was presented to the world contains the circular slide rule for mathematical calculations and a 24-hour dial, and is a faithful version of the original. Timelessness is inherent to the watch, although when analysed in detail, modern adjustments are visible as a result of the passage of time.

Givenchy

Tal como uma dança que vibra contagiante e alegremente, nasce a fragrância *Eau de Toilette Fraiche*. Elevado a um nível de sedução divina, o novo produto da Givenchy resulta de uma perfeita harmonia floral, que produz um jogo de sentidos e de feminilidade irresistíveis. De frasco quadrado e transparente, o produto emana requinte, luz e energia, mas não se fica por aqui. Com vista à sustentabilidade, a fragrância *Eau de Toilette Fraiche* contém 11% de vidro reciclado, facto marcante na história da marca.

Like a dance that vibrates contagiously and joyfully, such is the new fragrance *Eau de Toilette Fraîche*. Elevated to a level of divine seduction, the new Givenchy product is the result of perfect floral harmony, which produces an irresistible interplay of senses and femininity. With a square and transparent bottle, the product emanates refinement, light and energy, but it doesn't stop there. With a view to sustainability, the *Eau de Toilette Fraîche* fragrance contains 11% recycled glass, a striking fact in the brand's history.

ENSAIO

Lia Gonçalves é designer de joias. Sílvia Araújo é *designer* e investigadora na área da moda. Juntas, criaram a coleção ENSAIO, uma linha exclusiva de joalharia sustentável que pode ser vista no Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia (MAAT), em Lisboa. "O objetivo é sensibilizar para a emergência da ação climática e da moda sustentável através da adoção de conceitos de produção e materiais mais sustentáveis", explicam as autoras. As peças misturam prata reciclada, obtida através do reaproveitamento de peças usadas, e celulose bacteriana, um polímero natural, biodegradável e renovável, que pode ser produzido e otimizado em laboratório para diferentes aplicações, desde a moda aos cosméticos, passando pelo setor alimentar e até na medicina.

Lia Gonçalves is a jewellery designer. Sílvia Araújo is a designer and researcher in the fashion field. Together, they have created the ENSAIO collection, an exclusive range of sustainable jewellery that can be seen at the Museum of Art, Architecture and Technology (MAAT), in Lisbon. "The aim is to raise awareness about the urgent need for climate action and sustainable fashion through the adoption of more sustainable production concepts and materials," the designers explain. The pieces mix recycled silver, obtained through the reclaiming of used pieces, and bacterial cellulose, a natural, biodegradable and renewable polymer, which can be produced and optimised in the laboratory for different applications, from fashion to cosmetics, the food sector and even medicine.

ISDIN

Tida como referência de laboratório de dermocosmética, a ISDIN dá a conhecer a sua última inovação: um óleo de limpeza facial, composto por 85% de ingredientes de origem natural. Incluindo uma textura *oil-to-milk*, a nova linha da marca atua eficazmente nas substâncias mais difíceis, eliminando resíduos de maquilhagem, protetor solar resistente à água, excesso de oleosidade e até partículas de poluição. A *Essential Cleansing* também preserva, hidrata e promove, escolhendo substâncias mais seguras e benéficas para si.

Regarded as a leading derma cosmetic laboratory, ISDIN unveils its latest innovation: a facial cleansing oil, composed of 85% ingredients of natural origin. Including an oil-to-milk texture, the brand's new range effectively acts on the most difficult substances, eliminating make-up residues, water-resistant sunscreen, excess oiliness and even pollution particles. *Essential Cleansing* also preserves, moisturises and promotes, choosing substances that are safer and more beneficial to you.

Blenda

A partir de raízes sustentáveis nasce a Blenda, uma marca portuguesa que atua ao nível do digital para dar resposta à decadência do planeta. As malas da marca regem-se pela máxima de não ser um luxo adotar uma posição amiga do ambiente e, a partir da sustentabilidade, se poderem criar produtos luxuosos. Tatiana Figueiredo encontrou a perfeita harmonia entre moda e sustentabilidade e, com esse trunfo, serve-se de materiais inovadores, como a pele *vegan*, para contar uma história inspiradora ao mundo, através dos seus produtos. Reduzindo o desperdício, a marca trilha o seu caminho.

From sustainable roots comes Blenda, a Portuguese brand that operates on a digital level to respond to the planet's decadence. The brand's bags are governed by the maxim that it's not a luxury to adopt an environmentally-friendly position and that luxury products can be created based on sustainability. Tatiana Figueiredo found the perfect harmony between fashion and sustainability and, with this asset she makes use of innovative materials, such as vegan leather, in order to tell an inspiring story to the world through her products. By reducing waste, the brand treads its own path.

Nakuan

O significado da palavra Nakuãn vem do indígena "banhar-se". Esta marca de cosméticos natural nasceu da vontade de fazer produtos com menos desperdício, mas que não descurem o valor nutritivo de que a nossa pele necessita. Por isso, os artigos são feitos artesanalmente, combinando os benefícios naturais das plantas e óleos essenciais para oferecer bem-estar e beleza no quotidiano. A gama abrange sabonetes, champôs, condicionadores, desodorizantes e bálsamos para pele. Verdadeiros alimentos para o corpo e para a Terra, já que caminham para um futuro circular e com menos desperdício. O melhor? Cheiram mesmo muito bem.

The meaning of the word Nakuãn comes from the indigenous word "to bathe". This natural cosmetics brand came into being through the desire to make products with less waste, but without neglecting the nourishing value that our skin needs. To this end, the products are handmade, combining the natural benefits of plants and essential oils to offer well-being and beauty in everyday life. The range includes soaps, shampoos, conditioners, deodorants and skin balms. Truly nourishing for the body and the earth, in that they are aiming towards a circular future with less waste. And the best thing? They smell really good.

ISTO.

A ISTO. não se prende a coleções sazonais. Toda a sua oferta pode ser adaptada ao dia ao dia, seja qual for a ocasião. Por isso, a ordem é clara: qualidade acima de quantidade. Cada novo lançamento é cuidadosamente planeado para atender às necessidades reais de homens e mulheres que procuram os melhores itens essenciais de um guarda-roupa. O resultado final é uma coleção crescente de materiais orgânicos e naturais que são feitos para serem incríveis, para assentarem bem em todos os corpos e para durarem mais. Em algodão, com cores neutras, o que se vê no site é exatamente aquilo que vai receber em casa. Uma cadeia responsável que respeita tanto o ambiente como os trabalhadores.

ISTO. is not bound to seasonal collections. Its entire range of products can be adapted to day to day living, whatever the occasion may be. As such, the message is clear: quality over quantity. Each new launch is carefully planned to meet the actual needs of men and women looking for the best essential items for their wardrobe. The end result is a growing collection of organic and natural materials that are made to be incredible, to fit well on every body and to last longer. In cotton, with neutral colours, what you see on the website is exactly what you will receive at home. A responsible chain that respects both the environment and its workers.

Lily Brown

Pense numa marca nacional, requintada, que prima pela qualidade. Conseguiu? Pois bem, a Lily Brown preenche todos esses requisitos. Fundada em 2021 pela diretora criativa Teresa Mendes, com a ambição de traduzir emoções e memórias em produtos para casa e experiências sensoriais, tem-se revelado um sucesso. Fabricados em Évora, todos os produtos utilizam na sua composição os melhores ingredientes e materiais. Por isso, são intemporais e inspiradores. No *design* e na génese. Todos os óleos de fragrância são de origem sustentável, sem ftalatos, vegan e não testados em animais. Nas velas os óleos foram infundidos em cera 100% vegetal, de coco e colza, e apresentados em recipientes de vidro recicláveis e reutilizáveis. O odor, garantimos, vai deixá-lo em êxtase.

Think of a sophisticated national brand that stands out for its quality. Did you think of one? Well, Lily Brown meets all these requirements. Founded in 2021 by creative director Teresa Mendes, with the intention of transforming emotions and memories into products for the home and sensory experiences, the brand has proved a success. Made in Évora, all products use the best ingredients and materials in their composition. For this reason, they are timeless, as well as inspiring. In their design and in their inception. All of the fragrance oils are sustainably sourced, free from phthalates, vegan and not tested on animals. In the candles the oils have been infused in 100% vegetable wax, or coconut oil and rapeseed oil, and are presented in recyclable and reusable glass containers. The scent, we guarantee, will leave you in ecstasy.

MadInCasa

A MadInCasa nasceu em setembro de 2018 com a missão de levar a cada lar alternativas ecológicas para o dia a dia. Sejam elas em formato de ideias, de produtos ou de práticas, mais responsáveis, mais éticas, mais sustentáveis. Joana, a criadora da marca, arquiteta de formação, com um curso técnico de Design de Equipamento, põe amor e prazer em tudo o que faz. Por isso, as "edições especiais" de produtos para o lar, como as *ECOsponja*, são feitas através de restos de tecidos que tinha em casa. A ambição passa por incentivar à mudança de hábitos. E por incutir no pensamento dos outros que podemos comprar aquilo que precisamos sem prejudicar o ambiente. E já sabe onde o pode fazer.

MadInCasa was launched in September 2018 with the mission of bringing ecological alternatives for daily life to every home. These may come in the form of ideas, products or practices, which are more responsible, more ethical, more sustainable. Joana, the creator of the brand, a trained architect with a technical course in Equipment Design, puts passion and pleasure into everything she does. That's why the "special editions" of products for the home, such as the *ECOsponja* sponge, are made using leftover fabrics she had at home. Her intention is to encourage people to change their habits. And to instil in others the idea that we can buy what we need without harming the environment. And now we know just where they can do this.

CONCEPT +

Projetado como programa intensivo para tonificar a silhueta, a Duo Reshape lança três *kits* de verão que prometem ajudar a alcançar o corpo perfeito. O desafio, desta vez, passa por não só combater a celulite, como tonificar a pele, mantendo-a simultaneamente hidratada, saudável e livre de gorduras que insistem em ficar. Surpreenda-se com a nova gama de produtos, composta pelos *kits* DUO RESHAPE, DUO SLIMMING, DUO PROTECT e DUO SKIN THERAPY, e embarque numa viagem à base de ingredientes naturais, aromas exóticos e combinação de suavidade e revitalização.

Designed as an intensive programme to tone the silhouette, Duo Reshape launches three summer kits that promise to help you achieve the perfect body. This time, the challenge is not only to fight cellulite, but also to tone the skin, while keeping it hydrated, healthy and free of the fat insisting on staying. Be amazed by the new range of products, consisting of the DUO RESHAPE, DUO SLIMMING, DUO PROTECT and DUO SKIN THERAPY kits, and embark on a journey based on natural ingredients, exotic fragrances and a combination of softness and revitalisation.

Chapeu Lemonade

Sim, é um cliché, mas vamos ser sinceros: chapéus há muitos, mas não como os da Lemonade. E a recente coleção é mesmo de perder a cabeça. Pelas cores, pela qualidade e pelo compromisso da marca com a sustentabilidade, ficamos arrebatados. Uma das principais preocupações da marca é cuidar do planeta . Por isso, todos os seus produtos são fabricados com materiais de baixo impacto e amigos do ambiente. O que também dá origem a produtos mais duráveis e eficientes. E quais são eles? Os melhores. La Merino, linho, algodão, palha de folha de palmeira e couro, provenientes de fornecedores responsáveis. Porque não basta dizer que se quer mudar. É preciso efetivamente fazer parte da mudança. E a Lemonade está de parabéns. No que à responsabilidade social e ambiental diz respeito. Mas também ao design. Bravo!

Yes, it's a cliché, but let's be honest here: there are many hats out there, but none of them are like those by Lemonade. And the recent collection is truly mind-blowing. The colours, the quality and the brand's commitment to sustainability, truly blow us away. One of the brand's main concerns is taking care of the planet. Therefore, all its products are made with low-impact and environmentally friendly materials. This also brings with it more durable and efficient products. And what are they? The best ones. La Merino, linen, cotton, palm leaf straw and leather, sourced from responsible suppliers. Because it's not enough to say you want change. You have to actually be part of the change. And Lemonade deserves to be praised. With regard to its social and environmental responsibility, but also for its designs. Bravo!

Szade

"Estamos a quebrar o ciclo; o ciclo do desperdício e do excesso na indústria da moda." É com esta mensagem que a marca de óculos de sol reciclados Szade se apresenta ao mundo. Concebidos em Melbourne, não se prendeu às suas fronteiras geográficas. Nem se encaixa em protótipos geracionais. Os óculos Szade são para pessoas dos 19 aos 99 anos, porque o respeito pelo ambiente fica bem a qualquer um. Por trás deste movimento está um coletivo de pessoas, provedores de cultura e protetores do planeta que quer fazer desta marca um símbolo do hoje e do futuro. Sempre com estilo, sustentabilidade, exclusividade, acessibilidade, diversidade e inovação.

"We are breaking the cycle; the cycle of waste and excess in the fashion industry." This is the message with which recycled sunglasses brand Szade introduces itself to the world. Founded in Melbourne, it has not confined itself to its geographical borders. Nor does it lend itself to generational prototypes. Szade glasses are for people from 19 to 99, because respect for the environment looks good on anyone. Behind this movement is a collective of people, purveyors of culture and protectors of the planet, who want to make this brand a symbol of today and of the future. Always with style, sustainability, exclusivity, accessibility, diversity and innovation.

Havaianas

Acreditando num mundo livre e no poder da renovação, as Havaianas querem contribuir para que as pessoas possam fazer escolhas cada vez mais conscientes no seu dia a dia e para que vivam da maneira mais leve e harmoniosa possível, pensando sempre no amanhã. Assim, entre tantos projetos que tem em andamentos, a marca procura soluções inovadoras e repensa lógicas tradicionais, desde a matéria-prima, produção, transporte, até as possibilidades de descarte final e de novos ciclos de vida dos produtos. Por isso, hoje, 97% das suas sandálias já são produzidas com cerca de 40% de borracha reutilizada. E a ideia é continuar a diminuir o número de resíduos, investindo também em materiais cada vez mais responsáveis. Acesse ao site e descubra a gama Eco.

Believing in a free world and in the power of renovation, Havaianas want to contribute towards enabling people to make increasingly conscious choices in their daily lives and live in the lightest and most harmonious way possible, always thinking about tomorrow. Thus, among the many ongoing projects, the brand strives for innovative solutions and rethinks traditional logics, from raw materials, production, transportation, to the possibilities of final disposal and new product life cycles. That is why today 97% of the brand's sandals are already produced containing around 40% reused rubber. And the idea is to continue reducing the number of waste by also investing in increasingly responsible materials. Have a look at their website and discover the Eco range.

Menta Canela

Grave este nome. Grave e espreite as páginas online da marca espanhola. Grave, porque o seu conceito de sapatos sustentáveis nunca mais será o mesmo. A Menta Canela é uma viagem às raízes terrenas mais bonitas do nosso ser. Num mundo onde o excesso de conexões nos distanciou tornou-se imperativo parar, recentrar, recomeçar. E porque não com calçado confortável nos pés. E já agora, extremamente fashion? Reconecte-se com a verdadeira natureza e com os prazeres da vida. A paleta de cores de toda a coleção desenhada em Barcelona e produzida em Marrocos, gira em torno das cores que se podem encontrar no meio-ambiente. Tons terra, desérticos, com pinceladas de verdejantes e floridos campos. E sinta-se bem porque leva nos pés os conceitos vegano, sustentável e atemporal.

Keep a note of this name. Take a look at the Spanish brand's online presence. Store it, because your concept of sustainable shoes will never be the same again. Menta Canela is a journey to the most beautiful earthly roots of our being. In a world in which the excess of connections has distanced us it has become imperative that we stop, refocus, start again. And why not with comfortable shoes on our feet. And why not extremely fashionable too? Reconnect with true nature and with life's pleasures. The colour palette of the entire collection, designed in Barcelona and produced in Morocco, revolves around the colours that can be found in the environment. Earthy, desert hues, with brushstrokes of green and flowery fields. And feel good because you are wearing vegan, sustainable and timeless concepts on your feet.

Impala

A marca australiana, adorada pelas celebridades, e sempre de mãos dadas com as boas energias, volta a surpreender no lançamento dos seus novos patins, os *Harmony Blue*. Por cada par vendido, a Impala doará uma parte dos lucros para causas que protegem os direitos e a saúde das crianças, espalhando assim uma mensagem de harmonia e unidade inspiradora em todo o mundo. Mas, além disso, não podemos fazer de conta que não notamos o quão *cool* eles são, com a sua estampa *harmony* personalizada, projetada pelo artista de Melbourne, Elrose Abel, onde se destacam os detalhes dourados nas ferragens e os bordados, que tornam ainda mais especiais. Recorde-se que os patins Impala são veganos. Esta marca está sempre a somar.

The Australian brand, adored by celebrities and always radiating good energy, once again surprises with the launch of its latest pair of skates, *Harmony Blue*. For each pair sold, Impala will donate part of the profits to causes that protect the rights and health of children, thus spreading a message of harmony and inspiring unity around the world. But apart from that, we can't sit there and pretend that we haven't noticed just how cool they are, with their custom harmony print, designed by Melbourne artist Elrose Abel, where highlights include the gold detailing on the fittings and embroidery, which make them even more special. It should be noted that Impala skates are vegan. This brand just keeps on getting better and better.

FILORGA

Este ano, a FILORGA elevou as suas fórmulas cosméticas ao criar uma dupla de produtos que combatem o envelhecimento através de ácido hialurónico. Um sérum e um creme. Ambos de hidratação e volume intensivo, correspondendo à nova gama, a HYDRA-HYAL. Dois elixires com fragâncias suaves e texturas absorventes. Acumulando 40 anos de experiência, a marca aposta, pela primeira vez, em cinco tipos de ácido hialurónico, que resultam num efeito imediato na qualidade da pele. Não escolhendo idades ou tipos de pele, a nova gama garante, ao espelho, pele avolumada e alisada e, no coração da pele, células saciadas e muito hidratadas.

This year, FILORGA has elevated its cosmetic formulas by creating a duo of products that combat ageing through hyaluronic acid. A serum and a cream. Both with intensive hydration and volume, corresponding to the new range, HYDRA-HYAL. Two elixirs with mild fragrances and absorbent textures. Gathering 40 years of experience, the brand is focusing, for the first time, on five types of hyaluronic acid, resulting in an immediate effect on skin quality. Without choosing ages or skin types, the new range guarantees, in the mirror, plumped and smoothed skin and, at the heart of the skin, satiated and highly hydrated cells.

Emoh

Lançada em 2020, a Emoh surgiu para aplicar em modelos exclusivos e sustentáveis o *know-how* de décadas da casa de têxteis para o lar JF Almeida. A empresa de Moreira de Cónegos tem no seu menu de peças de altíssima (e também muito bonitas) toalhas de banho, roupa de cama, toalhas de mesa e individuais, *home-wear* para homem, mulher e criança, vestuário de linho e cênhamo, que assentam como uma luva nos dias mais quentes, e acessórios de praia. A grande novidade a não perder são as toalhas de praia 100% algodão orgânico e de secagem rápida. Ponha o nome desta marca *premium* nos favoritos. Vai adorar os modelos exclusivos de inspiração nórdica, amigos do ambiente e de extremo bom gosto.

Launched in 2020, Emoh came into being to apply the decades-long know-how of home textiles house JF Almeida to exclusive and sustainable models. The company from Moreira de Cónegos, can boast a range of the finest quality (and fine looks too), which includes: bath towels, bed linen, table linen and place mats, home-wear for men, women and children, linen and hemp clothing, which provide the perfect fit on hotter days, and beach accessories. The big news not to be missed are the 100% organic cotton, quick-drying beach towels. Make sure you save this premium brand in your bookmarks. You will love the exclusive Nordic-inspired, eco-friendly and tasteful models.

Aparo

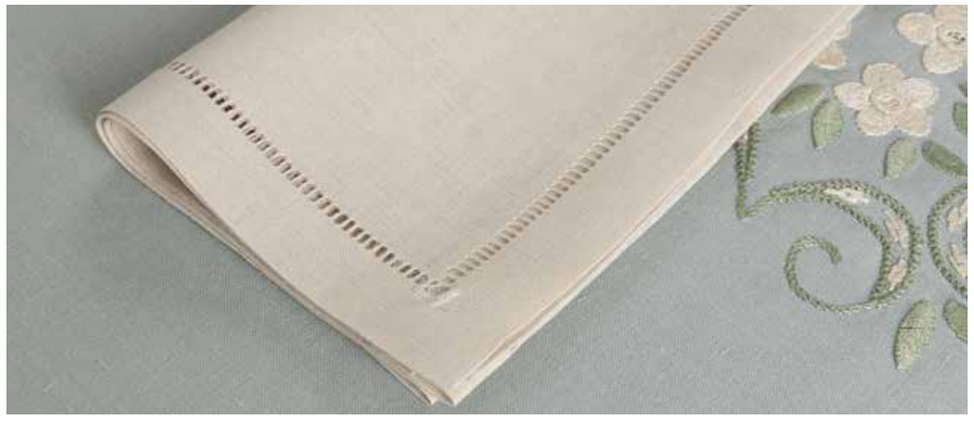
Não há como olhar para as peças da APARO e não ficar apaixonado. A marca criada pela *design* de produto Ana Luísa Rocha e pelo técnico multimédia Cláudio Vieira é, na melhor das descrições, irresistível. Até por nos fazer sentir parte de um objetivo comum. É que a APARO tem como intenção produzir e divulgar produtos desenvolvidos à mão, com materiais 100% nacionais e de origem sustentável. E de facto cumprem. Da apresentação ao *packaging*. O Best Seller é o *Saco de Juta XXL*, feito à mão, em crochet com fio de Juta de origem 100% vegetal. Lindo de morrer e muito prático. A que se juntaram as toalhas de praia, com 100% algodão orgânico. Tudo livre de plástico, mas cheio de amor.

It's just not possible to look at APARO pieces and not fall in love. The brand created by product designer Ana Luísa Rocha and multimedia technician Cláudio Vieira is, if we were to best describe it, irresistible. Not least because it makes us feel part of a common goal. The aim of APARO is to produce and promote hand-made products made from 100% Portuguese materials of sustainable origin. And this it does. From presentation to packaging. The Best Seller is the *XXL Jute Bag*, handmade, crocheted with 100% vegetable Jute yarn. Stunningly beautiful and very practical. These are joined by beach towels made of 100% organic cotton. All free of plastic, but full of love.

Foreo

Em algum momento, o acne já se deve ter apoderado da sua pele como um verdadeiro parasita, e o uso de máscara ter facilitado o aparecimento de manchas que se revelaram difíceis de sair. Procurando dar soluções rápidas aos seus consumidores, a FOREO lança em Portugal a gama *ESPADA BHA + PHA Blemish Soluction*, um gel que acaba com as imperfeições causadas pelo acne e manchas na pele. A marca afoga a baixa autoestima num produto revolucionário que deixa a pele verdadeiramente limpa, fresca e sorridente, gel que pode ser aplicado em conjunto com a *FOREO ESPADA* para resultados mais eficazes.

All of us, at some point, have had to deal with spots and skin imperfections, and wearing a mask may have led to the appearance of blemishes that prove difficult to get rid of. With the aim of providing quick solutions to its consumers, FOREO launches in Portugal the *ESPADA BHA + PHA Blemish Solution* range, a gel that brings an end to imperfections caused by acne and skin blemishes. The brand does away with low self-esteem in a revolutionary product that leaves skin truly clean, fresh and smiling, a gel that can be applied in conjunction with *FOREO ESPADA* for more effective results.



Portugal Natura

Elisabete Gonçalves guia o destino da Portugal Natura com firmeza, seguindo os mais altos padrões de qualidade. Esta casa, sediada em Gandarela, Guimarães, é um verdadeiro paraíso que tem na génese o amor da fundadora às fibras naturais, sobretudo ao linho, através do qual tenta introduzir no mercado peças únicas e intemporais. Aqui apresentamos-lhe as toalhas saídas das mãos das bordadeiras da zona da Lixa, verdadeiras obras de arte. Este ano, uma das mais vendidas foi a *Casa de Alba II,* uma coleção feita a combinar com os serviços da Vista Alegre. Os detalhes são perfeitos. Mas há mais, não deixe de espreitar a gama de roupa de cama e de banho. Quase todos personalizados. O que faz da Portugal Natura uma referência nacional e internacional.

Elisabete Gonçalves firmly set the path forward for Portugal Natura, following the highest quality standards. Based in Gandarela, Guimarães, this house is a veritable paradise that has its origins in the founder's love for natural fibres, particularly linen, through which she tries to introduce unique and timeless pieces to the market. Here we present you with the towels made by the hands of embroiderers from the Lixa area, true works of art. One of the best sellers this year was *Casa de Alba II*, a collection made to go with Vista Alegre's dinner services. The details are perfect. But there's more, make sure to take a look at the range of bed and bath linen. Almost all personalised. Which makes Portugal Natura a standout brand both nationally and internationally.

Yako&Co

"Feita por portugueses desde o primeiro dia!" A frase é clara. A marca diz logo ao que vai. Mas esta história já vai longa. Bernardo Araújo, o fundador da Yako&Co, recorda a infância, uma época em que as coisas eram feitas para durar. Foi desse pensamento que nasceu o primeiro avental de couro Yako&Co. Impulsionado pela necessidade de fazer mais do que dedicar todo o seu tempo ao trabalho na indústria, transformou o avental num negócio. Mais do que isso, num estilo de vida. A partir desse momento, a marca é não vende apenas mais uma simples peça de couro. É um manifesto. E assim se desenhou uma bela coleção de couro genuíno *premium*, couro vegano e aventais de tecido. Para a cozinha ou jardinagem.

"Made by Portuguese from day one!" The phrase is clear. The brand says where it's from right away. But this is a story going back a long time. Bernardo Araújo, the founder of Yako&Co, remembers his childhood, a time when things were made to last. It was this thought that the first Yako&Co leather apron came into being. Driven by the need to do more than dedicate all his time to working in the industry, he turned the apron into a business. More than that, into a lifestyle. From that moment on, the brand is no longer just about selling a simple leather item. It is a manifesto. And so a beautiful collection of premium genuine leather, vegan leather and fabric aprons has been designed. For the kitchen or for gardening.

Muskada

A Muskada é uma marca portuguesa que surge em 2019, nasce da vontade de criar e recriar artigos tradicionais em artigos de moda. A inspiração, tal como o nome remete (noz moscada) são os aromas e cores de especiarias que nos fazem querer explorar um mundo de sensações. Esta é uma Marca Slow Fashion, em que se respeita o meio ambiente de produção e o seu ritmo, valorizando a produção local. Todas as cestas são feitas por artesãos nacionais. As cestas em junco, as mais tradicionais de todas, são o ex-libris, feitas com matéria prima orgânica e sustentável, que passa por um processo artesanal desde a apanha, secagem, tingimento, tear... o que contempla 14 horas (em média) até à sua total execução.

Muskada is a Portuguese brand that first appeared in 2019, born from the desire to create and recreate traditional items in fashion items. The inspiration for this, as the name (meaning nutmeg) reveals, are the scents and colours of spices that make us want to explore a world full of sensations. This is a Slow Fashion brand, which respects the production environment and its rhythm, valuing local production. All the baskets are made by national artisans. The reed baskets, the most traditional of all, are the highlight, made with organic and sustainable raw material, which goes through an artisanal process from harvesting, drying, dyeing, weaving... which takes 14 hours (on average) until the basket is complete.

Stró

Uma marca portuguesa de *design* e produção têxtil sustentável que, desde a sua criação em 2014, valoriza a produção de peças simples, orgânicas e intemporais de moda e para a casa, recorrendo unicamente a matérias-primas naturais. A partir estúdio, em Lisboa, são pensadas, desenhadas e testadas as novas ideias e os moldes a serem produzidos pela indústria nacional, ou pelo labor e saber antigo de quem connosco trabalha de forma artesanal. Chamamos a atenção para os lenços de linho em espinha (hand) *made in* Portugal. O facto de produzirem apenas em pequena escala permite-lhes cumprir de forma célere os compromissos para com os fornecedores, minimizar os excedentes de produção e a acumulação de *stocks* e, por fim – mas não menos importante –, controlar melhor o acabamento e o selo de qualidade que impomos em cada peça finalizada.

A Portuguese brand with sustainable design and textile production brand, which, since its creation in 2014, values the production of simple, organic and timeless fashion and home items, using only natural raw materials. From its studio in Lisbon, Stró thinks up, designs and tests new ideas and patterns to be produced by the Portuguese industry, or by the craftmanship and ancient knowledge of those who work with them. Special mention should be made to the linen herringbone scarves (hand) made in Portugal. The fact that they only produce on a small scale allows them to quickly fulfil their commitments to suppliers, minimise production surpluses and stock accumulation and, last but not least, better control the finishing and the seal of quality that they impose on each finished piece.

Lucie Gomes

EMPREENDEDORA E FUNDADORA DA ETIKWAY
ENTREPRENEUR AND FOUNDER OF ETIKWAY

A sustentabilidade já não se trata de fazer menos mal, trata-se de fazer mais vezes o bem

Atualmente assistimos à necessidade de medidas urgentes para fazer frente às alterações climáticas e reduzir a nossa pegada ecológica. E, embora sejamos constantemente inundados por ideias e projetos sustentáveis, será que temos a verdadeira noção do que se trata?
A sustentabilidade requer que as pessoas aprendam a viver dentro das suas possibilidades. Os nossos dias trazem muitas vezes relatos do consumo desenfreado e desmedido no sector da moda, muito em conta das tendências efémeras e a oferta de *fast fashion* que abunda no mercado e que recorre a práticas desumanas na sua produção, como tão bem sabemos. Para que possamos viver a "sustentabilidade" em pleno é preciso que sejam garantidos a robustez da biosfera, *stock* de recursos, fornecimento de alimentos e qualidade ambiental. E é o equilíbrio destes fatores que deve existir e perdurar no tempo, sendo esta uma das missões da Etikway.
Todos nós, empreendedores e fundadores de marcas, precisamos encontrar maneiras de rentabilizar os nossos produtos, reduzindo por vezes o custo de maneiras mais criativas. Com isto em mente, lançámos recentemente uma alternativa de calçado *vegan*, umas sapatilhas feitas a partir de resíduos de maçã, provenientes da indústria de sumos de frutas.
A AppleSkin™ revelou-se uma alternativa ao couro de base biológica, vegana e *cruelty free* e acabou combinada com o interior do modelo, que é revestido por onSteam®, uma nova microfibra, 100% respirável e com capacidade de absorção de oito vezes o seu peso em água e efeito regulador de temperatura.
É com este tipo de inovação que queremos construir um mundo sustentável e assim fornecer à próxima geração um planeta mais limpo e um mundo mais respirável. Acreditamos em responsabilidades éticas e é por isso que somos a "Etikway".
E se esta sensibilidade for partilhada entre mais marcas, caminharemos com certeza juntos para construir um mundo mais sustentável, mais ético e mais equilibrado.

Sustainability is no longer about doing less harm; it is about doing good more often

Today we are confronted by the need for urgent action to tackle climate change and reduce our ecological footprint. And while we are constantly inundated with sustainable ideas and projects, do we really have a true understanding of what this is all about?
Sustainability requires people to learn to live within their means. Nowadays we often hear reports of unbridled and excessive consumption in the fashion sector, much in line with ephemeral trends and the supply of fast fashion that abounds in the market and that resorts to inhumane practices in its production, of which we well aware. In order for us to live "sustainability" to the fullest, the robustness of the biosphere, stock of resources, food supply and environmental quality must all be guaranteed. The balance of these factors that must exist and endure in time, is one of guiding missions at Etikway.
All of us, entrepreneurs and founders of brands, need to find ways to monetize our products, sometimes reducing the cost in more creative ways. With this in mind, we recently launched a vegan footwear alternative, some trainers made from apple waste from the fruit juice industry.
AppleSkin™ has proved to be a bio-based, vegan and cruelty free leather alternative and ended up being combined with the interior of the model, which is lined with onSteam®, a new microfibre, which is 100% breathable and able to absorb eight times its weight in water and has a temperature regulating effect.
It is with this type of innovation that we want to build a sustainable world and thus provide the next generation with a cleaner planet and a more breathable world. We believe in ethical responsibilities and that is why we are "Etikway".
And if this sensitivity were to be shared among more brands, we will surely walk together to building a more sustainable, more ethical and more balanced world.

talking to:

NUNO MIGUEL RAMOS

T MARIA CRUZ IGOR MARTINS

"Há várias formas de se ser sustentável sem se ser hipócrita"

No centro do mundo das criaçõeses está Nuno Miguel Ramos. Moderno, determinado e talentoso, o *designer* de moda português já percorreu longas caminhadas. E nem sempre teve uma vida fácil. De 11 irmãos, o estilista foi o único filho que teve a possibilidade de viver com a mãe – com quem mantém uma ligação muito forte. Ainda jovem, mudou-se para a Suíça, país onde fortaleceu laços, adquiriu experiências, e onde estudou na Escola de Arte e Design F + F. Viajou, superou vícios, desilusões amorosas, mas não desistiu do seu sonho: a moda. Formou-se na École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne e, hoje, cria coleções que se reconhecem nas passarelas. Gosta de fotografia, pintura, música e tem o desejo de combinar estes mundos com a moda.

"There are many ways of being sustainable without being a hypocrite"

At the very centre of the creative world stands Nuno Miguel Ramos. Modern, determined and talented, the Portuguese fashion designer has come a long way. And he hasn't always had an easy life. One of 11 siblings, the designer was the only child who was able to live with his mother –with who he maintains a very strong bond. While still young, he moved to Switzerland, a country in which he forged strong ties with, acquired experiences, and where he studied at the F + F School of Art and Design. He travelled, overcame addictions and romantic disappointments, but did not give up on his dream: fashion. He graduated from the École de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne and today he creates collections that are recognised on the catwalks. He likes photography, painting, music and has the desire to combine these worlds with fashion.

Como é que o gosto pela moda entrou na sua vida?
Quando entrei no ensino secundário não tinha muito acompanhamento. Na altura, não existia quem nos orientasse, havia apenas o psicólogo. Penso que se tivesse seguido Artes, há 20 anos, as coisas tinham sido muito mais fáceis, ou talvez não. Acabei por seguir Ciências, fui atrás dos meus amigos. Aos 18 anos percebi que não era aquilo. Tive, então, a oportunidade de ir para a Suíça, tinha lá a minha irmã. Foi o meu bilhete para a liberdade. Foi assim que comecei.
Devido a algumas circunstâncias, decidi romper com o contrato. Voltei a Portugal. Um mês, depois recebi uma chamada da minha irmã, tinha-me arranjado um trabalho num restaurante. Regressei. Aprendi a fazer pizas, passei por inúmeras experiências e tive uma pessoa fundamental no meu crescimento, o meu patrão na altura.
Depois, tive outras tantas experiências, às vezes menos boas. Trabalhei em bares, tive contacto com drogas, que acabaram também por me destruir. Foram dívidas, questões de saúde, ..., chatices. Se calhar, sem estas experiências, não saberia o que é o mundo. Quem me deu sempre a mão foi a minha irmã. Acabei por arranjar outro trabalho, numa empresa de genéricos. Aprendi alemão e viajei bastante por Nova Iorque, Paris, ... Após cinco anos, tive uma relação difícil, que me afetou bastante. O meu escape, na altura, foi começar a pintar quadros. Já sem espaço para tantos quadros em casa, arranjei uma galeria para expor o meu trabalho. Se vendesse tudo apanhava um avião e ia para Nova Iorque. Assim foi. Na semana seguinte estava a caminho. Uma vez lá, foi outra aprendizagem. Foi bom. Sem essa realidade não teria entrado no mundo da maquilhagem. Após dez meses, regressei à Suíça e comecei um curso de maquilhagem. Quando terminei, fui trabalhar para a *Mac Cosmetics*, durante quase um ano. Como vendia bem, começaram a cortar-me a veia criativa. Não estando lá com o intuito apenas de vender, mas sim de aprender, saí. Comecei a fazer maquilhagem para revistas e sessões fotográficas. Estava com 28 anos quando procurei escolas de moda. Estudei três anos numa em Zurique.

Sempre se sentiu um artista?
Sempre. Não tive foi a direção certa aos 17 anos, altura em que tinha de escolher o que que queria seguir. Se tivesse escolhido Artes teria sido diferente. Nunca tive tanta certeza na minha vida de que estou no caminho certo, finalmente.

O que o cativa no universo da moda?
Não estar limitado, é fundamental fazer o que eu quiser.

Em que altura é que percebeu que era na moda que se sentia realizado?
Quando fui viver para Paris. Não era apenas um sonho, mas também um objetivo. Se calhar, foi no dia em que conheci os escritórios da Balmain.
Entrei clandestinamente, como se lá trabalhasse. Acabei por falar com uma pessoa dentro das instalações que me tentou ajudar.

Já viajou bastante. Traz alguma inspiração dessas viagens para as suas criações?
Um bocado. Mas as minhas irmãs sempre foram uma fonte de inspiração. Havia sempre vestidos, maquilhagem, ... Uma vez roubei um vestido à minha irmã Sandra e aquilo fez-me feliz. Desde aí que as lantejoulas sempre tiveram na minha cabeça.

O que está a criar para a próxima coleção?
Fiz uma peça em cerâmica pela primeira vez, algo que sempre me fascinou. Aliás, frequentei um curso na área da cerâmica. Não quero apenas fazer moda, quero misturar, adicionar a cerâmica às peças. Desenhei para a *Carmila*, uma empresa de Londres. Trabalhavam exclusivamente com pêlo verdadeiro, mas repensaram a estratégia e auxiliaram-se num estilista português. Bateram-me à porta. Desenhei para a empresa em 2021, nomeadamente, a coleção de inverno 2022, que será exibida em agosto. As peças envolvem a sustentabilidade. Trabalham maioritariamente com tecidos que reduzam o impacto negativo no ambiente.

"Nunca tive tanta certeza na minha vida de que estou no caminho certo"

Que materiais gosta de trabalhar?
Lantejoulas para sempre. Costumo ir à *Première Vision*, a feira dos tecidos em Paris, e tento sempre arranjar tecidos com lantejoulas sustentáveis, algo que envolva essa componente.

De que forma acha que a parte da sustentabilidade é uma mais-valia?
Há várias formas de se ser sustentável sem se ser hipócrita. Na minha marca, normalmente, são utilizados restos de tecidos em *stock*. Tratam-se de tecidos esquecidos, alguns com 20 anos. Tento adaptá-los, trabalhando com peças únicas. O meu objetivo é mostrar o que posso fazer e onde posso chegar. De onde venho, a minha escola de vida, sei que contratos milionários não são impossíveis. Acontecem todos os dias mas, claro, não é fácil lá chegar. O grande objetivo da minha vida, um dos primeiros, é continuar a carreira até aos 50 anos. Tenho muito para aprender.

As tendências da moda encaixam-se na forma de consumo mais sustentável?
Claro que não. Mesmo nas grandes marcas – porque trabalhei e vi como a produção é feita –, há muita retórica. Em Portugal é fácil, mas uma marca crescer muito, em pouco tempo, já se torna difícil. A sustentabilidade assume muitas formas.

O cliente consegue pagar a exclusividade da sustentabilidade?
Acho que não. É complicado.

Vivemos de tendências. Enquanto criativo, como é que o Nuno consegue dar sempre mais de si?
Não tento, só vem. Está em mim, é intrínseco. A criatividade é espontânea.

No seu ponto de vista, a relação que os homens e as mulheres têm com as tendências é vista de igual forma?
Atualmente, cada vez mais, há homens que se interessam quase tanto ou mais do que as mulheres. Está bem dividido.

Quais são as três peças que não podem faltar no guarda-roupa de uma mulher?
Um vestido de lantejoulas, calças à boca de sino com uma camisa básica e um casaco vermelho comprido.

A moda portuguesa está ao nível do resto do mundo ou é preciso revolucionar as marcas?
Há várias marcas que gosto, mas há outras que estão na boca do povo internacional e que não retratam o que os portuguesas podem verdadeiramente fazer com a moda. Há várias que não têm visibilidade nenhuma. Acho que acontece porque, para elas, coisas produzidas lá fora são banais e, depois, tentam apostar em coisas conceptuais que ninguém quer saber. Conheço pessoas que não têm visibilidade, mas que têm talento. Há tanta fantasia pouco conhecida...

Trabalhar com moda foi um sonho realizado. Vê-se a trabalhar para sempre nesta área?
Não acredito que alguma vez mude. Quero explorar o mundo das artes, da música, da fotografia e da moda. Quero combinar tudo.

How did your taste for fashion come into your life?
When I entered secondary school, I didn't have much supervision. At the time, there was no one to guide us; there was only the psychologist. I think that if I had followed arts 20 years ago, things would have been much easier, or maybe not. I ended up going for sciences, I followed my friends. At 18 I realised this wasn't it. Then I had the opportunity to go to Switzerland, I had my sister there. That was my ticket to freedom. That's how I started.
Due to some circumstances, I decided to terminate the contract. I went back to Portugal. A month later I got a call from my sister, she had found me a job in a restaurant. I went back. I learned how to make pizzas, I went through countless experiences and I had a person who proved fundamental in my growth, my boss at the time. After that I had many other experiences, sometimes not so good. I worked in bars, I got involved in drugs, which also ended up destroying me. There were debts, health issues, ..., problems. Perhaps without these experiences I wouldn't know what the world is. The person who always gave me a hand was my sister. I ended up getting another job, in a pharmaceutical company. I learned German and travelled a lot to New York, Paris, ... After five years, I had a difficult relationship, which affected me a lot.
My escape at the time was to start painting. I no longer had room for so many paintings at home, so I organised a gallery to exhibit my work. If I sold everything I'd get on a plane and go to New York. That's how it was. The following week I was on my way. Once there, it was another learning experience. It was good. Without that reality I wouldn't have entered the world of make-up. After ten months, I returned to Switzerland and started a make-up course. When I finished, I went on to work for Mac Cosmetics, for almost a year. As I was selling well, they started to cut my creative freedom. As I wasn't there just to sell, but to learn, I left. I started doing make-up for magazines and photo shoots. I was 28 when I looked for fashion schools. I studied for three years at one in Zurich.

Have you always felt an artist?
Always. I didn't take the right path when I was 17, at the time when I had to choose what I wanted to do. If I had chosen Arts it would have been different. I have never been so sure in my life that I am on the right track, finally.

What captivates you in the world of fashion?
Not being restricted, it's fundamental to do whatever I want.

At what point did you realise that fashion was where you felt fulfilled?
When I went to live in Paris. It wasn't just a dream, but also a goal. Maybe it was the day I entered the offices of Balmain. I went in undercover, as if I was working there. I ended up talking to a person inside the premises who tried to help me.

You've travelled a lot. Do you use any inspiration from those travels in your creations?
A bit. But my sisters were always a source of inspiration. There were always dresses, make-up, ... Once I stole a dress from my sister Sandra and it made me happy. Since then sequins have always been on my mind.

What are you creating for the next collection?
I made a ceramic piece for the first time, something that has always fascinated me. In fact, I attended a course in ceramics. I don't just want to make fashion, I want to mix, to add ceramics to the pieces. I designed for *Carmila*, a company in London. They worked exclusively with real fur, but they rethought their strategy and got the help of a Portuguese designer. They knocked on my door. I designed for the company in 2021, namely, the winter 2022 collection, which will be shown in August. The pieces involve sustainability. They mostly work with fabrics that reduce the negative impact on the environment.

"I have never been so sure in my life that I am on the right track"

What materials do you like to work with?
Sequins, now and forever. I usually go to *Première Vision*, the fabric fair in Paris, and I always try to get fabrics with sustainable sequins, something that involves that component.

In which way do you think that sustainability can be seen as an asset?
There are several ways of being sustainable without being a hypocrite. In my brand, we normally use leftover fabrics from stock. These are forgotten fabrics, some of which are 20 years old. I try to adapt them, working with unique pieces. My aim is to show what I can do and where I can go. Where I come from, my school of life, I know that million-dollar contracts are not impossible. They happen every day but, of course, it's not easy to get there. The big goal of my life, one of the first ones, is to continue my career until I'm 50. I have a lot to learn.

Can fashion trends fit in with the more sustainable way of consuming?
Of course not. Even in the major brands – because I've worked and seen how production is done – there's a lot of rhetoric. In Portugal, it's easy, but if a brand grows a lot in a short period of time, then it becomes harder. Sustainability takes many forms.

Can customers afford the exclusivity of sustainability?
I don't think so. It's complicated.

We live on trends. As a creative, how do you manage to always give more of yourself?
I don't even try, it just comes. It's in me, it's intrinsic. Creativity is spontaneous.

In your point of view, is the relationship that men and women have with trends seen equally?
Nowadays, more and more, there are men who are almost as much, or more, interested than women. It is well divided.

What are the three pieces that a woman's wardrobe cannot go without?
A sequined dress, bell-bottomed trousers with a basic shirt and a long red coat.

Is Portuguese fashion on a par with the rest of the world, or do brands need to revamp?
There are several brands that I like, but there are others that are talked about internationally and don't reflect what Portuguese people can really do with fashion. There are several that don't have any visibility at all. I think this happens because, for them, things produced abroad are banal and then they try to invest in conceptual things that nobody cares about. I know people who don't have visibility, but who have talent. There is so much fantasy that is little known...

Working in fashion was a dream come true. Do you see yourself working in this field forever?
I don't believe I'll ever change. I want to explore the world of art, music, photography and fashion. I want to combine everything.

Entrevista na íntegra: www.trends-mag.com
Full interview: www.trends-mag.com

TO MOVE

Lucid Air

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

COBIÇADO ATÉ PELOS DEUSES

O primeiro *EV* da Lucid ganhou o *MotorTrend Car of the Year 2022*. O cobiçado prémio, reconhece-lhe a combinação incomparável de eficiência, desempenho e luxo da Lucid Air com a tecnologia de *powertrain EV* desenvolvida e fabricada internamente. Uma vitória que vem afirmar a marca como a nova referência entre os *EV*. "Ganhar essa cobiçada distinção para a Lucid Air, o nosso primeiro carro, é um endosso retumbante de nossa capacidade de fornecer os veículos elétricos mais avançados do mundo", disse Peter Rawlinson, CEO/CTO do Grupo.
Os jurados avaliaram seis critérios principais. Este carro destacou-se em todos eles: eficiência, valor, avanço no *design*, excelência em engenharia, segurança e desempenho da função pretendida. Lado a lado com 24 veículos altamente conceituados, vencendo os finalistas que incluíam o *Mercedes-Benz S-Class*, *Mercedes-Benz EQS*, *Porsche Taycan*, *Honda Civic*, entre outros. Com mais de 1100 cavalos de potência disponíveis, o *Lucid Air* é um tour de force tecnológico, não se assemelhando a mais nada na estrada, enquanto o seu interior lindo e bem embalado define o padrão para a próxima geração de carros de luxo.

COVETED EVEN BY THE GODS

Lucid's first *EV* has been named *MotorTrend Car of the Year 2022*. The coveted award, recognises the unparalleled combination of efficiency, performance and luxury of the Lucid Air, with its in-house developed and manufactured *EV* powertrain technology. A win that confirms the brand's position as the new benchmark among EVs. "Winning this coveted accolade for the Lucid Air, our first car, is a resounding endorsement of our ability to deliver the world's most advanced electric vehicles," said Peter Rawlinson, the group's CEO/CTO.
The judges assessed six main criteria. This car excelled in all of them: efficiency, value, design advancement, engineering excellence, safety and performance of its intended function. Side by side with 24 highly regarded vehicles, beating finalists that included the *Mercedes-Benz S-Class*, *Mercedes-Benz EQS*, *Porsche Taycan*, *Honda Civic*, among others. With over 1100 horsepower available, the Lucid Air is a technological tour de force, resembling nothing else on the road, while its beautiful, stunningly packaged interior sets the standard for the next generation of luxury cars.

WWW.LUCIDMOTORS.COM

Mercedes EQS SUV

T JOANA REBELO MERCEDES-BENZ

NOVO TOPO DE GAMA: ELÉTRICO + ESPAÇOSO

Após apresentado o primeiro veículo elétrico da Mercedes-Benz, em 2021, a marca anuncia a chegada de um novo topo de gama da era elétrica para o final deste ano: *EQS SUV*. Com uma autonomia superior a 500 quilómetros, o automóvel luxuoso e aerodinâmico concretiza o sonho de uma família. Combater as limitações de um veículo elétrico foi um dos objetivos e, de facto, a bateria do *EQS SUV*, num posto ultrarrápido, estima-se que recupere entre 10% a 80% em 31 minutos. Apresenta quatro tipos de condução, desde a *Eco* à *Off-Road* e incorpora uma terceira fila opcional de lugares, permitindo lotação de sete pessoas. De características marcantes, exibe superfícies suaves, grelha dianteira escura, grupos óticos angulares em LED e, como forma de associação aos modelos da família *EQ*, uma barra luminosa horizontal em LED. Além da cara bonita, o automóvel abarca uma personalidade inteligente, capaz de gerar rotas rápidas e eficientes, tendo em conta o tempo, tráfego, clima e estilos de direção.

NEW TOP OF THE RANGE: ELECTRIC + SPACIOUS

After unveiling the first electric vehicle from Mercedes-Benz in 2021, the brand now announces the arrival of a new top of the range for electric era for the end of this year: the *EQS SUV*. With a range of more than 500 kilometres, the luxurious and aerodynamic car is a family's dream come true. Combating the limitations of an electric vehicle was one of the brand's goals and, indeed, the battery of the EQS SUV, on an ultrarapid charging station, is estimated to recover between 10% and 80% in 31 minutes.

It features four types of driving, from *Eco* to Off-Road and includes an optional third row of seats, enabling seating for seven people. With striking features, it has smooth surfaces, a dark front grille, angular LED light clusters and, as a means of association with the *EQ* family models, a horizontal LED light bar. In addition to its pretty face, the car boasts an intelligent personality, capable of generating fast and efficient routes, taking into account the weather, traffic, climate and driving styles.

WWW.MBUSA.COM

Audi E-tron

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

SOLUÇÕES E SERVIÇOS INTELIGENTES

O *Audi E-tron* inicia a fase de reservas no país africano, disponibilizando três pontos de venda em Joanesburgo, assim como em Pretória, e dois concessionários na cidade do Cabo e Durban. A gama de mobilidade elétrica da Audi oferece equipamento que permite rápido carregamento do veículo, disponibilizando, ainda, serviço complementar de verificação domiciliária, realizado por um prestador de serviço qualificado, para avaliar os requisitos individuais de carregamento doméstico do próprio ciente, determinando as atualizações ou instalações necessárias. Olhando às necessidades do país, a marca disponibiliza uma gama com soluções e serviços inteligentes.

INTELLIGENT SOLUTIONS AND SERVICES

Audi E-tron opens its reservation phase in South Africa, offering their purchase from three sales outlets in Johannesburg, three more in Pretoria, and two dealerships in Cape Town and Durban. Audi's electric mobility range offers equipment that enables fast charging of the vehicle, and also provides a complementary home-check service, carried out by a qualified service provider, to assess the customer's own individual home charging requirements, determining any necessary upgrades or installations. Looking at the country's needs, the brand offers a range of smart solutions and services.

WWW.AUDI.CO.ZA

Land Rover Defender Rally

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

COMEMORAR 60 ANOS DE JAMES BOND

A Land Rover inspirou-se no 60.º aniversário da saga dos filmes James Bond para projetar o novo *Rally-ready Defender*. Os holofotes estão virados para a marca automóvel, que ganhou destaque há 40 anos, nas famosas cenas de James Bond. A assumir o controlo do *Land Rover Defender Rally Special* está o piloto de acrobacias Mark Higgins. Numa data memorável, não se olhou a meias medidas. Integrando um leque de melhorias, entre elas um sistema de suspensão de desempenho e gaiola de rolo totalmente integrada, o automóvel exibe tons pretos e dourados e um logótipo curto, embora marcante e reconhecido por todos: 007.

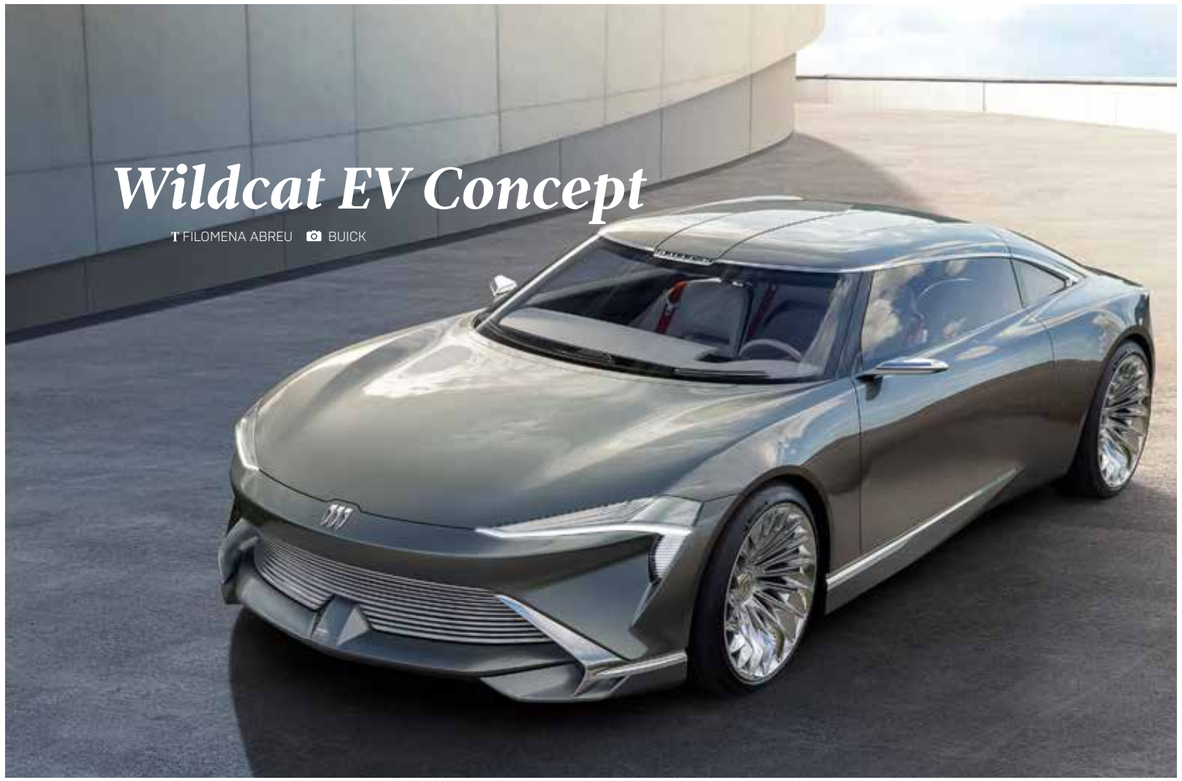
CELEBRATING 60 YEARS OF JAMES BOND

Land Rover has taken inspiration from the 60th anniversary of the James Bond film saga to design the new *Rally-ready Defender*. The spotlight is on the car brand, which has enjoyed a partnership with the famous James Bond film series in film scenes over the last 40 years, as it enters the Bowler Defender Challenge, with Bond stunt driver Mark Higgins, appearing in the last 4 bond films, taking control of the *Land Rover Defender Rally Special*. On a momentous date, there's no room for complacency. Packed with a range of upgrades, including a performance suspension system and fully integrated roll cage, the car boasts black and gold accents and a short, yet striking and universally recognised logo: 007.

WWW.007.COM

Wildcat EV Concept

T FILOMENA ABREU BUICK



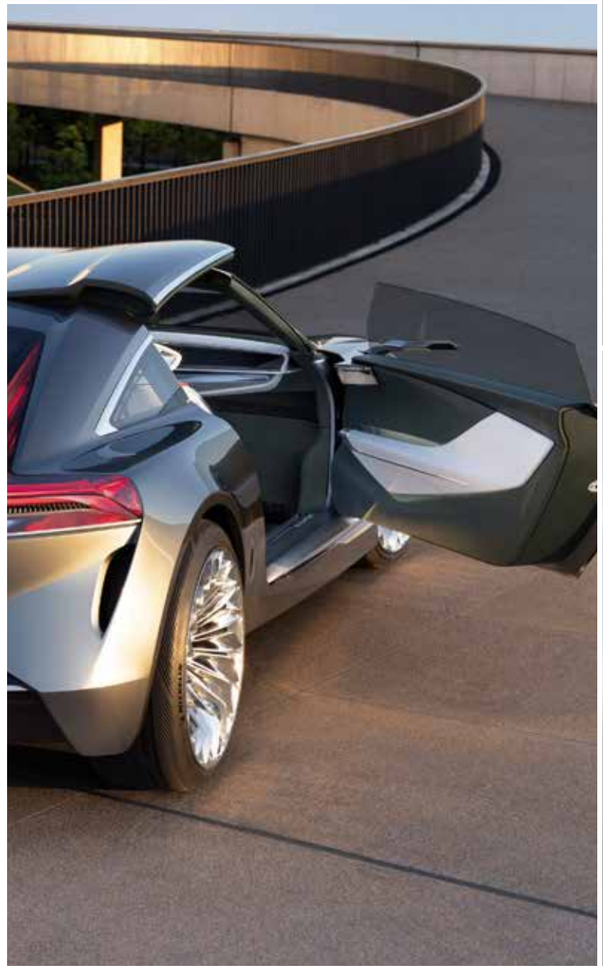
O VERDADEIRO FUTURO

O *Wildcat* foi desenvolvido para transmitir uma linguagem de *design* totalmente nova que influenciará os modelos de produção da Buick no futuro próximo. O novo logótipo de três escudos, montado com destaque na frente e na traseira da carroceria, simboliza a transformação total da marca. O conceito *Wildcat EV* também apresenta um novo rosto expressivo, distinguindo-se pela aparência frontal arrojada e inclinada para a frente que apresenta uma grade trapezoidal de montagem baixa. Os elementos de iluminação são configurados para criar uma coreografia de boas-vindas única quando o motorista se aproxima. O pára-brisas envolve e flui para o vidro lateral, que se afunila dramaticamente com a linha de teto rápida para acentuar o perfil agressivo. "De todos os ângulos, o veículo parece estar pronto para atacar", disse Bob Boniface, diretor da Global Buick Design. Este é o resultado de uma atenção cuidadosa às proporções e à beleza das formas. O verdadeiro futuro.

THE TRUE FUTURE

The *Wildcat* has been developed to convey an entirely new design language that will influence Buick's production models in the near future. The new logo with its three shields, prominently mounted on the front and rear of the bodywork, symbolises the total transformation of the brand. *The Wildcat EV* concept also features an expressive new face, distinguished by a bold, forward leaning front end appearance that features a low-mounted trapezoidal grille. The different lights are configured to create a unique choreographed welcome as the driver approaches. The windscreen wraps around and flows into the side window, which tapers dramatically with the fast roofline to accentuate the aggressive profile. "From every angle, the vehicle looks ready to pounce," said Bob Boniface, director of Global Buick Design. This is the result of careful attention to proportions and beauty of form. The true future.

WWW.BUICK.COM



Spirit of Innovation

T JOANA REBELO ROLLS-ROYCE

INFLUÊNCIA PORTUGUESA NO AVIÃO ELÉTRICO MAIS RÁPIDO DO MUNDO

Chama-se Spirit Inovation e é conhecido como o veículo mais rápido do mundo desde 2022, quebrando três recordes mundiais de velocidade. A Rolls-Royce, construtora aeronáutica, desafiou a velocidade nos céus, com o auxílo da multinacional portuguesa Corticeira Amorim.
O toque português permitiu que, com a utilização de aglomerados de cortiça, o avião eletrético tivesse um revestimento isolante da caixa de bateria, reduzindo o risco de incêndio. O resultado traduziu-se num acordo entre a genialidade do Homem e a preservação da Natureza, através da utilização de produtos sustentáveis.

PORTUGUESE INFLUENCE IN THE FASTEST ELECTRIC PLANE IN THE WORLD

Its name is Spirit of Innovation and can lay claim to being the fastest vehicle in the world since 2022, having broken three world speed records. Rolls-Royce, the aeronautical manufacturer, challenged speed in the skies, with the help of the Portuguese multinational Corticeira Amorim. The Portuguese touch made it possible, with the use of cork agglomerate, to provide an insulating coating for the battery box, reducing the risk of fire. The result was an agreement between the genius of mankind and the preservation of nature, through the use of sustainable products.

WWW.ROLLS-ROYCE.COM

Oceanco Y717

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

DESPORTIVO E ELEGANTE

De estilo revolucionariamente moderno, a DeBasto Design desenvolveu o conceito de *estética do* exterior do *Oceanco Y717*, um modelo inteligente, apoiado na tecnologia do vidro, em sintonia com Nuvolari Lenard, responsável pelo *design* de interiores. Desta união resultou uma conexão com a vida marinha e o ar livre, através das vistas panorâmicas saídas dos vidros translúcidos e elegantes que preenchem este *superyacht*. De volume significativo, o barco exibe uma forma alongada e um estilo desportivo ousado. Afinal, falamos de 90 m de comprimento com velocidade de 20 nós. As varandas brancas criam a ponte entre a privacidade do interior e a exposição do exterior, perfeitamente combinadas com a alternância entre as linhas e formas vincadas.

SPORTY AND ELEGANTE

Revolutionarily modern in style, DeBasto Design developed the exterior concept of the *Oceanco Y717*, a smart model, supported by glass technology, working in harmony with Nuvolari Lenard, responsible for the interior design. This coming together has resulted in a connection with marine life and the open air, through the panoramic views emerging from the translucent and elegant glass panes that fill this superyacht. Of sizeable volume, the boat displays an elongated shape and a bold sporty style. After all, we are talking about 90 metres in length with a speed of 20 knots. The white balconies create the bridge between the privacy of the interior and the exposure of the exterior, perfectly combined with the alternation between the stressed lines and shapes.

WWW.OCEANCOYACHT.COM

Oneiric

T FILOMENA ABREU DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

ELEVAR A SUSTENTABILIDADE

O estaleiro italiano Rossinavi revelou o conceito do seu novo projeto catamarã de 44 metros *Oneiric* em colaboração com o gabinete de arquitetura Zaha Hadid. Projetado para ser o "motor da tecnologia verde" da Rossinavi, conta com três níveis de painéis solares integrados que carregam, de forma eficiente, a sua bateria. Numa viagem de um dia, o *Oneiric* pode navegar até 100% do tempo no modo totalmente elétrico com zero emissões. Em travessias transatlânticas, o iate pode navegar no modo totalmente elétrico até 70% do tempo, economizando aproximadamente 40 toneladas de CO_2, em comparação com uma embarcação convencional. Os painéis solares, que carregam continuamente a bateria durante o dia, também são projetados para os períodos em que o iate não está em uso e, quando atracado, pode alimentar uma vila familiar em terra.

ENHANCING SUSTAINABILITY

Italian shipyard Rossinavi has revealed the concept for its new 44-metre catamaran project *Oneiric* in collaboration with the Zaha Hadid architectural firm. Designed to be Rossinavi's "green technology engine", it features three levels of integrated solar panels that efficiently charge its battery. On a day voyage, the *Oneiric* can sail up to 100% of the time in full electric mode with zero emissions. On transatlantic crossings, the yacht can sail in full electric mode up to 70% of the time, saving approximately 40 tonnes of CO_2 compared to a conventional vessel. The solar panels, which continuously charge the battery during the day, are also designed for periods when the yacht is not in use and, when moored, can power a family villa on shore.

WWW.ZAHA-HADID.COM

Candela P 8 voyager

T FILOMENA ABREU DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

UMA MANEIRA MELHOR DE VIAJAR

Conheça o *P-8 Voyager*, a primeira nave de impacto zero para exploração de longo alcance, projetado para ir onde outros barcos elétricos não podem, sem deixar rasto. Graças aos hidrofólios ativos, o *P-8 Voyager* combina silêncio, desempenho e alcance superior num *design* que traz uma melhor experiência para os passageiros. Alcance 40 nós, com uma única carga em altas velocidades. Nos dias quentes de verão, o teto solar desliza para trás para uma verdadeira sensação de iate aberto. O ar condicionado ou aquecimento opcional garantem o conforto do habitáculo em todas as temperaturas.

A BETTER WAY TO TRAVEL

Meet *P-8 Voyager*, the first zero-impact ship for long-range exploration, designed to go where other electric boats cannot go, without leaving a trace. Thanks to its active hydrofoils, the *P-8 Voyager* combines silence, performance and superior range in a design that ensures a better experience for passengers. It can attain 40 knots on a single charge at high speeds. On hot summer days, the sunroof slides back to give a true open yacht feel. Optional air conditioning or heating ensures cabin comfort no matter what the temperature.

WWW.CANDELA.COM

Shineray SE-Bike

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM SHINERAY BRASIL

UMA ELÉTRICA SEM IDADE

A Shineray, empresa de motocicletas, bicicletas e outros veículos que atua no Brasil há mais de 15 anos, lançou duas opções elétricas. O modelo mais básico chama-se *Shineray S-Bike* e conta com um motor de 350W. Já o segundo modelo, a *SE-Bike*, apresenta-se com um motor de 500W. A autonomia desta última chega aos 45 km numa velocidade máxima de 40 km/h, com um tempo de carregamento que vai entre 6-7 horas. É mais leve que a *S-Bike*, com 40 kg totais e suporta até 150 kg sobre rodas. Ambas atendem às diversas faixas etárias e encaixam-se na rotina dos trajetos urbanos diários.

AN AGELESS ELECTRIC BIKE

Shineray, a company producing motorbikes, bicycles and other vehicles that has been operating in Brazil for over 15 years, has launched two electric options. The most basic model is called *Shineray S-Bike* and features a 350W motor. The second model, the *SE-Bike*, has a 500W motor. The latter has a range of up to 45 km at a top speed of 40 km/h, with a charging time of between 6-7 hours. It is lighter than the *S-Bike*, at 40 kg total and can carry up to 150 kg on wheels. Both cater to the various age groups and fit well into the routine of daily urban commutes.

WWW.SHINERAY.COM.BR

Sea-Doo GTX 170/300

T FILOMENA ABREU DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

ATREVIDA, MAS CONFORTÁVEL

Basta olhar para a *GTX* para saber que esta moto de água foi projetada para ser mais do que uma embarcação. É a combinação perfeita de conforto, desempenho e atrevimento. Seja em alta velocidade, em águas agitadas no mar, em descanso numa enseada ou simplesmente navegando, o casco mais largo oferece estabilidade graças a um centro de gravidade mais baixo e ao *design* aprimorado. O assento de corrida estreito coloca os joelhos mais juntos melhorando a transição para a pilotagem em pé. Além disso, o assento traseiro removível oferece ainda mais espaço para se pendurar na plataforma traseira, apanhar sol ou fazer um piquenique a dois.

BOLD, BUT COMFORTABLE

One look at the *GTX* is enough to know that this water scooter was designed to be more than just a watercraft. It is the perfect combination of comfort, performance and daring. Whether at high speed, in rough water at sea, at rest in a cove or simply cruising along, the wider hull provides stability thanks to a lower centre of gravity and improved design. The narrow racing seat places the knees closer together improving the transition to upright riding. In addition, the removable rear seat offers even more space to hang out on the rear platform, sunbathe or have a picnic for two.

WWW.SEA-DOO.COM

Silence

T JOANA REBELO GRUPO AUTO-INDUSTRIAL

A REVOLUCIONÁRIA MARCA DE MOTAS ELÉTRICAS

Scooters elétricas, baterias removíveis, eficiência e preços acessíveis: a *SILENCE* chegou finalmente ao território luso. Fundada há 11 anos por Carlos Sotelo, a marca jogou a melhor carta do baralho quando entrou no mercado das scooters elétricas com uma bateria amovível, tornando possível que o condutora transporte facilmente. É tão simples como estacionar a motorizada à porta de casa e levar para dentro a bateria, carregando-a numa tomada. O distribuidor exclusivo da *SILENCE*, em Portugal, é o Grupo Auto-Industrial, disponibilizando quatro versões do modelo para clientes versáteis.

THE REVOLUTIONARY ELECTRIC MOTORBIKE BRAND

Electric scooters, removable batteries, efficiency and affordable prices: *SILENCE* has finally arrived in Portuguese territory. Founded 11 years ago by Carlos Sotelo, the brand played the best card in the deck when it entered the electric scooter market with a removable battery, making it possible for the rider to easily transport it. It's now as simple as parking the scooter outside your house and taking the battery inside, and charging it at a socket. The exclusive distributor of *SILENCE* in Portugal is Grupo Auto-Industrial, offering four versions of the model for versatile customers.

WWW.SILENCEPORTUGAL.PT

Kawasaki Jet Ski Ultra 310 LX

T REDAÇAO | EDITORIAL TEAM DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

RASGAR AS ÁGUAS SEM LIMITE

O luxuoso e potente *Ultra 310 LX* é o mais recente membro da família dos *jet ski* Kawasaki. Com impressionantes características de fábrica, é possível agora desfrutar da diversão na água em grande estilo. Como o seu antecessor, o desenho do casco em V garante uma *performance* extraordinária. Possui um motor e intercooler, de refrigeração líquida 1.498 cm^3, em linha de 4 cilindros torna os modelos *Ultra* da *série 310* num *jet ski* diferente dos demais. É ainda equipado com o assento 'LXury', com contornos e formas para um bom ajuste ergonómico projetado para maior conforto de cruzeiro, oferecendo espaço ultra-confortável para três pessoas.

RACING THROUGH THE WATERS IN STYLE

The luxurious and powerful *Ultra 310 LX* is the latest member of the Kawasaki jet ski family. With impressive features, you can now enjoy fun on the water in fine style. Like its predecessor, the V-shaped hull design ensures outstanding performance. It features a liquid-cooled, 1,498 cm^3, inline 4-cylinder engine and intercooler, making the 310 series *Ultra* models jet skis unlike any other. It is also equipped with the 'LXury' seat, contoured and shaped for a good ergonomic fit designed for enhanced cruising comfort, offering ultra-comfortable space for three people.

WWW.KAWASAKI.PT

Vello Bike

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

COMPACTA E ÁGIL

Pro-Days Paris 2022 foi o evento eleito pela Vello Bike para apresentar a sua bicicleta elétrica mais leve. Elevando a escala, o modelo exclusivo apresenta motor elétrico *all-in-one*, com bateria incorporada, controlo remoto externo opcional, integrando função de *boost*, e dobramento rápido em oito segundos. Assente no leve, compacto e ágil, é dada a conhecer como uma bicicleta de grande funcionamento, podendo durar, quando totalmente carregada, até 50 quilómetros. Ainda oferece quatro sensores incorporados e um sistema de recuperação de energia cinética, conhecida dos carros da *Fórmula* 1.

BOLD, BUT COMFORTABLE

Pro-Days Paris 2022 was the event chosen by Vello Bike to present its lightest electric bike. Raising the bar, the exclusive model features an all-in-one electric motor with built-in battery, optional external remote control, integrating boost function, and fast folding in eight seconds. Based on the lightweight, compact and agile, it is presented as a high-functioning bike, which can last, when fully charged, up to 50 kilometres. It also offers four built-in sensors and a kinetic energy recovery system, known from *Formula 1* cars.

WWW.EN.VELLO.BIKE

Mobylette

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM DIREITOS RESERVADOS | RESERVED RIGHTS

MODA EM 1970, MODA EM 2022

Mobylette, que fez muito sucesso no Brasil nos anos 1970, foi relançada pela fabricante Caloi este ano para competir no setor de *bikes* elétricas. A notícia chama a atenção tanto de quem nutre uma nostalgia em relação ao modelo, como por quem vê os veículos elétricos como uma alternativa sustentável ao trânsito e poluição desesperantes.
A nova versão mantém o modelo original do quadro, mas ganhou uma versão mais económica. O motor tem 350 watts de potência, que podem ser acionados pela pedalada ou pelo acelerador integrado ao display do veículo. A nova *Mobylette* alcança até 25 quilómetros por hora (km/h), e a bateria tem uma autonomia de 30 quilómetros (km).

FASHIONABLE IN 1970, FASHIONABLE IN 2022

The *Mobylette*, which enjoyed great success in Brazil in the 1970s, was relaunched by manufacturer Caloi this year to compete in the electric bike segment. This piece of news grabs the attention of both anyone who has fond memories of the model and anyone who sees electric vehicles as a sustainable alternative to the desperate traffic and pollution conditions.
The new version retains the original model of the frame, but has gained a more economical version. The motor has 350 watts of power, which can be activated by pedalling or by the accelerator integrated in the bike's display. The new *Mobylette* reaches up to 25 kilometres per hour (km/h), and the battery has a range of 30 kilometres (km).

WWW.CALOI.PT

Igus Bike

T FILOMENA ABREU DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

100% RECICLÁVEL

A alemã Igus e a *startup* holandesa MTRL desenvolveram uma bicicleta feita (quase) só de plástico reciclado, que será lançada no final deste ano e vai custar 1400 euros. Um produto que nunca enferruja, nunca precisará de óleo, nunca precisará de "uma limpeza". Johannes e Benjamin, as mentes brilhantes por detrás da ideia, só queriam deixar o avô, que tinha tido uma oficina de bicicletas, orgulhoso. Os netos que lhe herdaram esse amor, mexeram um pouco nas peças e criaram este novo conceito que já pode ser comprado em pré-venda.

100% RECYCLABLE

Germany's Igus and Dutch start-up MTRL have developed a bicycle made (almost) only of recycled plastic, which will be launched later this year and will cost 1400 Euros. A product that will never rust, will never need oil, and will never need "a clean". Johannes and Benjamin, the brilliant minds behind the idea, just wanted to make their grandfather, who had owned a bicycle workshop, proud. The grandchildren who inherited that love for him, tinkered a bit with the pieces and created this new concept that can already be bought on pre-order.

WWW.MTRL.BIKE

Rodi Basso

CO-FUNDADOR & CEO DA EI SERIES
CO-FOUNDER & CEO OF EI SERIES

Todos os anos é 'Ano Verde'

Nos últimos anos, tem-se assistido a uma tendência para uma mobilidade limpa. Como deslocamos de A para B com um impacto mínimo no planeta? Os atuais modos de transporte abriram tantas oportunidades, mas a que custo? A questão que agora enfrentamos é de 'rapidamente' encontrar soluções tecnológicas limpas que correspondam ao mesmo nível de desempenho. A indústria automóvel está bastante avançada nesta área e os fabricantes de automóveis já têm procurado o desporto automóvel como uma plataforma para a investigação e desenvolvimento.
Durante décadas, foi este o caso da *Fórmula 1*, onde foram utilizadas pela primeira vez tecnologias relevantes para as estradas, que depois foram transmitidas aos automóveis de estrada. Os exemplos mais óbvios foram cintos de segurança, travões de carbono e até espelhos retrovisores laterais!
Tive a sorte de trabalhar em conjunto com a *Fórmula E* no atual carro *Gen2* e desenvolver uma bateria que tem o dobro da capacidade com um peso semelhante.
Os carros de *Fórmula E* costumavam parar a meio da corrida e os pilotos tinham de trocar de carro. Mas agora não, e isso mostra a rapidez com que as tecnologias elétricas se estão a desenvolver.

Agora, com o nosso último empreendimento na *EI* queremos transferir este mesmo espírito e aprendizagens do desporto automóvel e no setor automóvel de *high-end* para ajudar a empurrar a indústria naval na mesma direção. Não é certamente de estranhar que, como espécie, adamos a maltratar as nossas águas e que as ações causadas pelo homem estejam a destruir preciosos ecossistemas costeiros. Se quisermos continuar a desfrutar das nossas águas para as gerações vindouras, temos também que descarbonizar o transporte marítimo.
Ao combinar a propulsão elétrica e a tecnologia do hidrofólio, sentimos que esta é a melhor e mais eficiente solução para as futuras embarcações de lazer e embarcações de recreio. Sendo a água 800 vezes mais densa do que o ar, o barco levantado da água permitirá uma maior eficiência energética e levará mais tempo entre as cargas.
Nem os motores elétricos nem os hidrofólios podem ser considerados como novas tecnologias. Mas com a forma como são combinados na *RaceBird*, esperamos que possa criar uma tendência para futuros barcos elétricos hidrofólios, onde todos os anos é 'Ano Verde'.

Every year is 'Green Year'

In recent years there's been a trend towards clean mobility. How do we get from A to B with minimal impact on the planet? Current modes of transport have opened up so many opportunities, but at what cost? The issue we now face is to 'quickly' come up with clean technology solutions, which match the same level of performance.
The automotive industry is fairly well advanced in this area and carmakers have already been looking to motor racing as a platform for research and development.
For decades this was the case with *Formula 1*, where road-relevant technologies were first used, which then filtered down to consumers cars. The most obvious examples being seat belts, carbon brakes and even wing mirrors!
I was fortunate enough to work together with *Formula E* on the current *Gen2* car and develop a battery that has double the capacity with a similar weight.
Formula E cars used to stop mid-way through the race and drivers would have to swap cars. But not anymore, and that shows you how quickly electric technologies are developing.

Now, with our latest venture at *EI*, we want to transfer this same ethos and learnings from motorsport and in the high-end automotive sector to help push the marine industry in the same direction. It surely comes as no surprise that as a species we've been mistreating our waters and that human-caused actions are destroying precious coastal ecosystems. If we want future generations to continue enjoying our waters then we must also decarbonise water transport.
By combining electric propulsion and hydrofoil technology, we feel this is the best and most efficient solution for future leisure craft and recreational boats. With water 800 times denser than air, the boat lifting off the water will allow for increased energy efficiency and lead to more time between charges.
Neither electric motors or hydrofoils can be considered new technologies. But, with how they're packaged together in the RaceBird, we hope it can create a trend for future electric foiling boats, where every year is 'Green Year'.

Artigo na íntegra: www.trends-mag.com
Full article: www.trends-mag.com

Assine a **TRENDS** e acompanhe as tendências mais inovadores
Subscribe to **TRENDS** and follow the most innovation trends

O valor da assinatura é de 10,00€ x 4 edições = 40€
Subscreva agora e receba este presente especial LUNA™ play plus da **FOREO** (dispositivo de limpeza facial de duas zonas para todos os tipos de pele; recarregável; à prova de água...)

The subscription cost is 10,00€ x4 issues = 40€
Subscribe now and receive this special gift LUNA™ play plus from **FOREO**
(two zone facial cleanser for all skin types; rechargeable; waterproof...)

Envie email para \\ Send your email to:
info@trends-mag.com

Siga-nos em \\ Follow us on:
trendsknowthedifference

SINCE 2001 PMmedia CORPORATE

talking to:

ELISABETE JACINTO

T FILOMENA ABREU CIFA

"Provei que os sonhos se podem realizar"

Apaixonada pelo todo-o-terreno e pela aventura, esta piloto portuguesa chegou onde nenhuma outra conseguiu: foi a única mulher do mundo a vencer o *Rali Africa Eco Race*, na categoria camião. Depois das motos (onde foi a primeira portuguesa a enfrentar o mítico *Paris-Dakar* em duas rodas), dos carros de TT e dos camiões, Elisabete Jacinto, natural do Montijo, integrou as provas de zero emissões poluentes. À TRENDS falou do seu passado, do presente e das ambições para o futuro, que incluem aprender a jogar golfe e aprofundar conhecimentos na área da psicologia do desporto.

"I have proved that dreams can come true"

Passionate about off-road racing and adventure, this Portuguese driver has achieved something no other woman has ever done: she was the only woman in the world to win the *Africa Eco Race* rally, in the truck category. After motorbikes (where she was the first Portuguese woman to face the mythical *Paris-Dakar* on two wheels), off-road cars and lorries, Elisabete Jacinto, born in Montijo, has taken part in zero pollutant emissions races. To TRENDS she spoke of her past, present and ambitions for the future, which include learning to play golf and deepening her knowledge in the area of sports psychology.

Como é que uma professora de Geografia se transforma em piloto todo-o-terreno?
O todo-o-terreno começou por ser um *hobby*. Depois de tirar a carta e de comprar uma moto que utilizava como meio de transporte na cidade, comecei a participar nos passeios de todo-o-terreno. Um dia, o meu grupo de amigos decidiu inscrever-se numa prova de competição e acabaram por me incentivar a participar também. Foi um grande desafio, pois achava que não ia ser capaz de fazer nem 70 quilómetros e, afinal, quase terminei essa prova. Apesar de ter desistido (caí num rio e demorei a levantar a moto, porque o motor ficou cheio de água), senti que tinha superado todas as minhas expectativas. Aí concluí que somos muito mais capazes do que acreditamos ser e, talvez por isso, fiquei verdadeiramente apaixonada por esta modaliadde. Ficou o desafio de tentar perceber de que é que, afinal, eu era capaz.
A partir desse dia, fiz todas as provas do campeonato nacional de todo-o-terreno e, mais tarde, deixei-me seduzir pelas grandes maratonas africanas, pelo Dakar e pelo grande repto que foi a condução do camião.

Aos 54 anos, em 2019, ganhou o *Africa Eco Race*, na categoria camião, a competição que substituiu o *Dakar* e para a qual se preparou durante 27 anos. Esse é o grande marco profissional da sua vida?
Vencer o *Africa Eco Race* foi a realização de um sonho que persegui durante anos e que consistia em ser reconhecida como uma boa piloto. Para isso era preciso vencer uma grande prova. Não teve qualquer impacto profissional dado que, apesar do título, não consegui a verba necessária para voltar a correr. Em termos pessoais foi bom pois consegui o reconhecimento que procurava. Foi preciso vencer a classificação geral da categoria camião para que as pessoas me olhassem como piloto e não apenas como uma mulher que dá nas vistas por participar num desporto maioritariamente masculino. Fica o exemplo de que não há que ceder a estereótipos de género.

No terreno, qual a grande diferença entre o *Dakar* e a *Eco Race*?
O rali *Dakar* foi, durante cerca de 30 anos, a maior maratona de todo-o-terreno do mundo. Uma prova verdadeiramente desafiante para quem nela participava. Em 2009 decidiram abandonar o continente africano e passou a realizar-se em outros lugares, nomeadamente na América Latina e Arábia Saudita. Desta forma mudou a sua personalidade e, embora tenha mantido o nome que remete à sua origem, passou a ter características mais comuns aos outros ralis. O *Africa Eco Race* foi a prova que herdou todos os traços que o *Dakar* prescindiu quando abandonou África. Ou seja, o *Africa Eco Race* é, atualmente, a grande maratona africana, aquela que nos faz ir buscar forças onde não existem para superar todas as dificuldades e chegar ao fim. Sentem-se vencedores todos os que terminam este rali, independentemente da classificação conseguida.

A sustentabilidade está hoje presente em todas as áreas. Sente que o todo-o-terreno também tinha e tem de se adaptar às novas exigências do mundo?
A sustentabilidade deve ser uma preocupação de todos nós, pois é a sobrevivência da nossa espécie assim como a qualidade de vida da mesma que está em causa. Na realidade, o todo-o-terreno, tal como todas as atividades que o homem tem desenvolvido, têm vindo a modificar a sua forma de atuação no sentido de agir de uma forma mais sustentável. Dou-lhe alguns exemplos: o meu camião de competição cumpre a norma europeia de controlo de poluição Euro 5, o que era impensável há uns anos. As organizações têm vindo a revelar-se muito permissivas no sentido de facilitar a integração de veículos elétricos (motos e automóveis) que ainda estão numa fase de ensaio e adaptação e não cumprem o regulamento das provas. Para além disto, apesar dos ralis movimentarem um número elevado de pessoas pelo deserto, conseguiu-se que não deixassem uma pegada negativa. As organizações criaram regras de modo que todos os produtos líquidos contaminantes, resultantes dos trabalhos de mecânica, fossem recolhidos para recipientes próprios. Todo o lixo é igualmente recolhido e há até organizações que transportam consigo um camião incinerador para ir queimando todo o lixo não reciclável. Antes ninguém se preocupava com estes aspetos. Hoje é obrigatório.

"Não há que ceder a estereótipos de género"

Na sua opinião, que práticas poderia o rali adotar para se tornar um desporto ainda mais verde?
As grandes maratonas de todo-o-terreno realizam-se principalmente nos países do norte de Africa que têm menores recursos económicos. Assim, a presença destas corridas nestas regiões traz-lhes benefícios económicos pois constituem uma forma de turismo com todo o seu impacto económico. Neste aspeto, é muito importante o consumo dos recursos locais apoiando assim a economia destes países. Para além disso, o respeito pelas populações e pela cultura das regiões por onde passam os ralis, a preservação do ambiente e das características naturais dos espaços é um dos aspetos a que se deve sempre dar prioridade. É claro que é importante também ir tornando os veículos cada vez menos poluentes, assim como adotar novas formas de energia, mas isso vai sendo feito em paralelo com a evolução tecnológica. Todos estes aspetos têm vindo a ser cada vez mais postos em prática, mas penso que se poderá sempre ir mais longe.

Não ouvimos notícias suas desde a pandemia. Deixou definitivamente de correr? A que se tem dedicado?
A pandemia veio fragilizar a economia e pôs em causa uma série de atividades. O desporto está sempre no

topo da lista das atividades que não são consideradas prioritárias. Dado que sempre dependi de patrocínios para correr fui obrigada a parar. Contudo, não lhe posso garantir que seja uma paragem definitiva ou apenas uma pausa temporária. Entretanto, tenho outros desafios pessoais. Aprender a jogar golfe e aprofundar conhecimentos na área da psicologia do desporto são dois dos meus objetivos no momento.

"A sustentabilidade deve ser uma preocupação de todos nós, pois é a sobrevivência da nossa espécie"

Que sonhos ainda lhe faltam cumprir?
Em termos desportivos realizei os meus sonhos e os meus grandes desafios. Fiz parte do pequeno número de mulheres que terminou o rali *Dakar* em moto e venci por três vezes a categoria de Senhoras da *Taça do Mundo* de todo-o-terreno. Em camião venci vários ralis entre eles o *Africa Eco Race* e fui, até ao momento, a única mulher a tê-lo feito. Provei que os sonhos se podem realizar por mais ambiciosos que sejam. A missão está cumprida. Faço votos que constitua um exemplo.

How does a geography teacher become an off-road driver?
Off-roading started out as a hobby. After I got my licence and bought a motorbike which I used as a way to get about in the city, I started to take part in off-road trips. One day, my group of friends decided to sign up for a competition and they ended up encouraging me to take part as well. It was a great challenge because I thought I wouldn't even manage 70 kilometres and, in the end, I almost finished that race. Although I gave up (I fell in a river and it took me a while to get the bike up, because the engine was full of water), I felt that I had exceeded all my expectations. At that moment I realised that we are much more capable than we think we are and, perhaps because of that, I really fell in love with this sport. The challenge remained of trying to understand what I was actually capable of. From that day on, I took part in all the National Off-Road Championship races and, later on, I allowed myself be seduced by the great African marathons, by the Dakar and by the great challenge which was driving a truck.

At 54, in 2019, you won the *Africa Eco Race*, in the truck category, the competition which replaced the *Dakar* rally and for which you prepared for 27 years. Is that the great professional milestone of your life?
Winning the *Africa Eco Race* was the fulfilment of a dream I have pursued for years and which involved being recognised as a good driver. For that I needed to win a great race. It didn't have any impact on my professional life as, despite the title, I did not manage the raise the money necessary to return to racing. In personal terms it was good because I got the recognition I was looking for. I neeed to win the general classification in the truck category for people to look at me as a driver and not only as a woman who stands out for taking part in a sport mostly practiced by men. This just shows that we must not give in to gender stereotypes.

Out in the race, what is the big difference between the Dakar and the *Eco Race*?
For about 30 years the *Dakar* rally was the biggest off-road marathon in the world. A truly challenging race for those taking part. In 2009, it was decided to abandon the African continent and it was held elsewhere, namely in Latin America and Saudi Arabia. In this way it changed its personality, and although it kept the name that refers to its origin, it started to become more like other rallies. The *Africa Eco Race* was the race which inherited all the features which the *Dakar* gave up when it abandoned Africa. In other words, the *Africa Eco Race* is currently the great African marathon, the one that makes you dig your deepest when you're at a loss to overcome all difficulties and reach the end. Everyone who finishes this rally feels like a winner, regardless of the placing achieved.

Sustainability is now present in every area. Do you feel that off-roading also had and has to adapt to the new demands of the world?
Sustainability should be a matter of concern for all of us, as it is the survival of our species, while at the same time quality of life is at stake. In fact, off-roading, just like all the activities man has developed, has been changing the way it operates in order to act in a more sustainable way. I will give you some examples: my competition truck complies with the Euro 5 European pollution control standard, which was unthinkable a few years ago. Organisations have been very permissive in order to facilitate the integration of electric vehicles (motorbikes and cars) which are still in a trial and adaptation phase and do not comply with the competition regulations. In addition to this, despite the fact that rallies move a large number of people through the desert, they have managed not to leave a negative footprint. The organisations have created rules so that all contaminating liquids, resulting from mechanical work, are collected in special containers. All waste is also collected and there are even organisations that carry an incinerator truck to burn all non-recyclable waste. Before, nobody worried about these aspects. Today it is compulsory.

"We must not give in to gender stereotypes"

In your opinion, what practices could the rally adopt to become an even greener sport?
The big off-road marathons are mainly held in the countries of North Africa, which have fewer economic resources. Therefore, the presence of these races in these regions brings them economic benefits as they constitute a form of tourism with all its economic impact. In this respect, the consumption of local resources is very important, thus supporting the economy of these countries. In addition to this, respect for the populations and culture of the regions where the rallies take place, the preservation of the environment and the natural characteristics of the spaces is one of the aspects that should always be given priority. Of course, it is also important to make vehicles less and less polluting, as well as to adopt new forms of energy, but this is being done in parallel with technological evolution. All these aspects are being put into practice more and more, but I think we can always take it further.

We haven't heard from you since the pandemic. Have you stopped racing for good? What have you been doing?
The pandemic weakened the economy and called into question a number of activities. Sport is always at the top of the list of activities that are not considered a

priority. Given that I have always depended on sponsors for racing I was forced to stop. However, I cannot guarantee that it will be a definitive stop or just a temporary pause. In the meantime, I have other personal challenges. Learning to play golf and deepening my knowledge in the field of sports psychology are two of my goals at the moment.

"Sustainability should be a matter of concern for all of us, as it is the survival of our species"

What dreams do you still have to fulfil?
In terms of sport, I have fulfilled my dreams and my great challenges. I was part of the small number of women who finished the Dakar rally on motorbike and I won the Ladies category in the off-roading World Cup three times. In trucks I have won several rallies among them the Africa Eco Race and so far, I have been the only woman to do it. I have proved that dreams can come true, however ambitious they may be. The mission is accomplished. I hope it sets an example.

VIDAGO VILLA

Vidago Villa Collection

Grande Reserva Branco 2020

Edição numerada e limitada.

vidagovilla@vidagovilla.com

SEJA RESPONSÁVEL, BEBA COM MODERAÇÃO

ARCHITECTURE

www.tracado.pt