TRENDS®

KNOW THE DIFFERENCE

15th Aniversário Aniversary

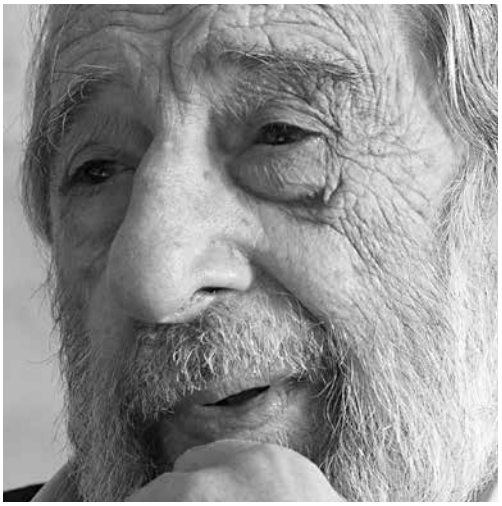
SPECIAL EDITION ARCHITECTURE,
Siza Vieira
Souto de Moura
João de Sousa Rodolfo
Jaime Coutinho

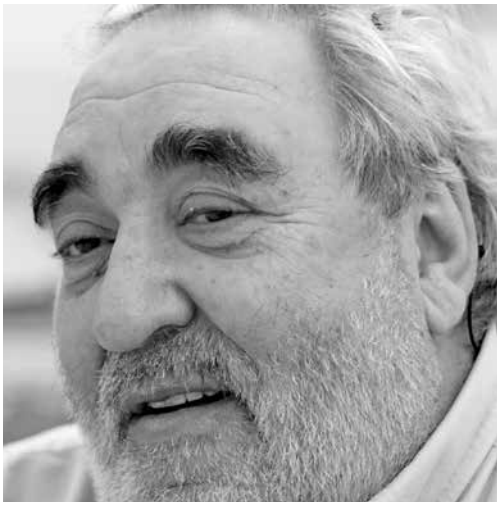
Design,
Utopia
Rita Glória

In style,
Capucines, Louis Vuitton

Motors,
Concorso d'Eleganza
Villa d'Este

SEMESTRAL • N.º 70 • €6,00





SISTEMA DE ASSENTOS **GRANVILLE** | DESIGN CHRISTOPHE DELCOURT
POLTRONAS **TAPE** | DESIGN NENDO

Minotti
WWW.MINOTTI.COM

A+ CONTEMPORARY DESIGN CENTRE
AVENIDA DA FONTE SANTA
8125-023 QUARTEIRA, PORTUGAL

ARQUI+
arquitectura e design

Sustentabilidade e Tendências

O verão chegou e, com ele, vieram as mais incríveis coleções, as tendências na moda, nos motores, no *design* e na arquitetura. Na edição número 70, quisemos dar um especial enfoque ao papel da Sustentabilidade nos dias de hoje. Mas o que é realmente a Sustentabilidade? Perguntamos. O conceito existe desde os primórdios da humanidade e consiste num conjunto de ideias, estratégias e demais medidas, ecologicamente corretas, economicamente viáveis, socialmente justas e culturalmente diversas, que visam a preservação do planeta, dos recursos naturais e o bem-estar da humanidade. Para que o futuro seja mais civilizado e promissor, a moda pode ser sustentável, os motores podem ser sustentáveis e a arquitetura também. É, por isso, que neste número vos damos a conhecer alguns dos projetos ecológicos e algumas das opiniões, divergentes, sobre a Sustentabilidade. Convidámo-lo a uma leitura pelas palavras dos arquitetos Siza Vieira, Eduardo Souto de Moura, João de Sousa Rodolfo e outros de trabalho e qualidade reconhecidos. Desfrutem dos projetos de arquitetura ecológicos e modernos e revejam a passagem da *TRENDS* pelo *Concorso de Eleganza Villa d'Este*. Daqui a seis meses, voltaremos a si.

Boas Leituras!

[MARIA CRUZ]

Sustainability and Trends

Summer has arrived, and with it the most incredible collections, trends in fashion, motors, design and architecture. In issue number 70, we wanted to pay special attention to the role of sustainability today. So we went out and asked: just what is sustainability all about? The concept has been around since the beginning of humanity and consists of a series of ecologically correct, economically viable, socially just and culturally diverse ideas, strategies and other measures aimed at preserving the planet, natural resources and the well-being of humanity. To make the future brighter and more civilised, fashion can be sustainable, engines can be sustainable and architecture too. That's why, in this issue, we will introduce you to some ecological projects and some differing opinions on sustainability. We invite you to read the words of the architects Siza Vieira, Eduardo Souto de Moura, João de Sousa Rodolfo and others of renowned work and quality. Take your time to look at some exciting ecological and modern architecture projects, or join *TRENDS* on its visit to the *Concorso de Eleganza Villa d'Este*. Six months from now, we'll get back to you.

Happy reading!

TRENDS

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

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

Fotografia de Capa:
1 e 4 Daniel Camacho; 2 Gilles Martin-Raget; 7 BMW GROUP; 3, 5 e 6 Direitos Reservados

Administração: Paulo Martins
Diretor: José Lopes
Coord. Editorial: Maria Cruz
Redação: Ana Monteiro, Cristina Freire, Maria Cruz, Maria Pires
Revisão: Maria Pires
Tradução: Algarvemedia
Design e Paginação: Ana Silva, Paulo Sousa (Tratamento de Imagem)
Publicidade / RP: Ana Sofia Monteiro

N.º 70 JUN-NOV

Periodicidade: Semestral
Impressão: Lusoimpress.com
Preço de Capa: €6,00
ISSN: 2183-6779
Depósito Legal: N.º 205996/04
Publicação Registada: ERC sob o n.º 124365

Publicidade e Assinaturas:
adsales@trends-mag.com

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

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

Domes Charlevoix
SKETCH 36

Mountain Lakes Residence
INTERIORS 66

Serip – Inspired by Nature
TRENDSETTER 117

McLaren Automotive
TO MOVE 188

Louis Vuitton
IN STYLE 164

VASCO VIEIRA

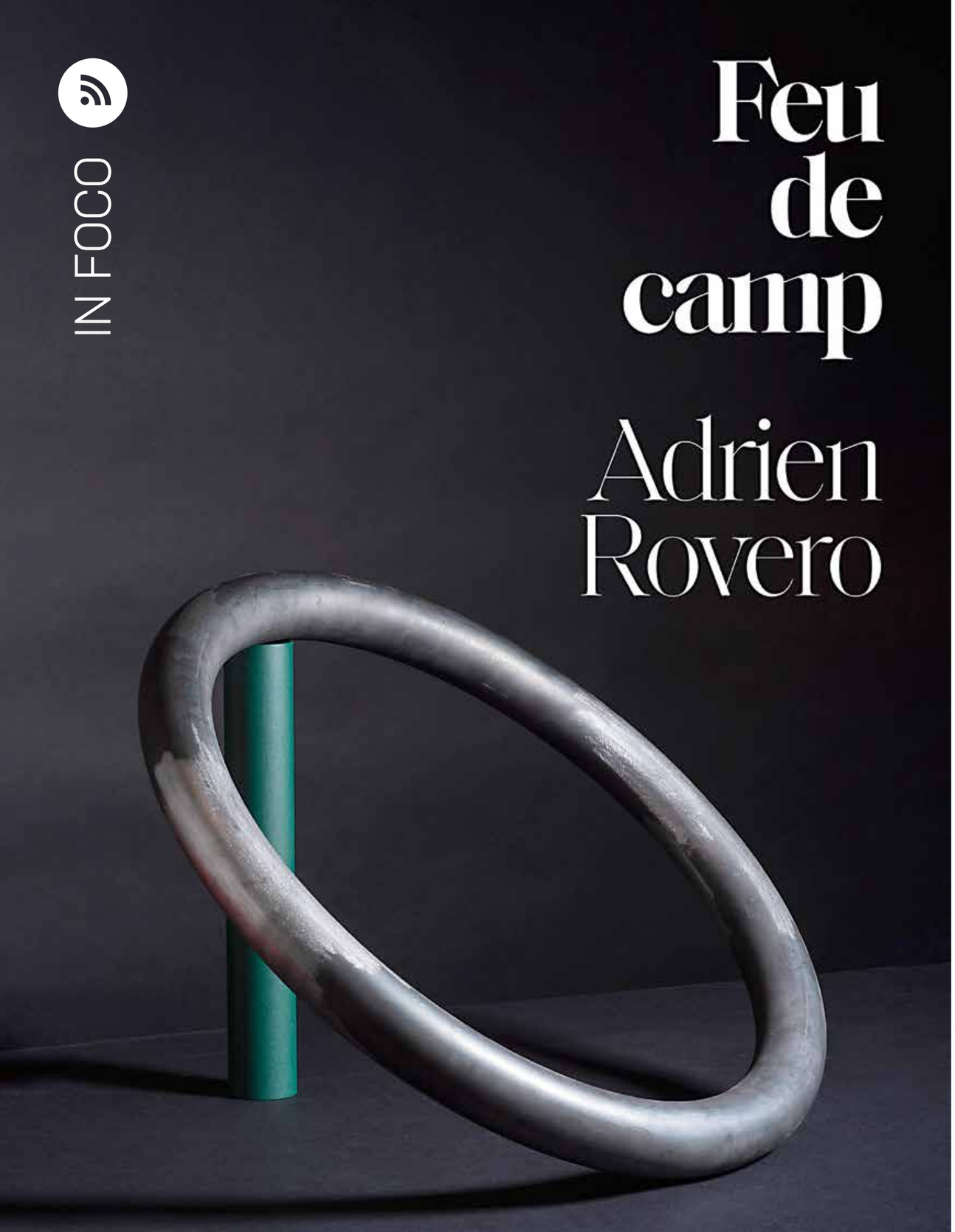
Vasco Vieira is the founder and head architect of ARQUI+ an architectural practice located in Algarve - Portugal. ARQUI+ work ranges from individual villas to large eco-resorts, including hotel projects, restaurants, spa's and commercial buildings.

www.arquimais.com

Photo by Marcelo Lopes

Feu de camp

Adrien Rovero



CORRIDOR, NOVA GALERIA DA LAMBERT & FILS

Corridor é uma nova galeria, fundada por Lambert & Fils, com o objetivo de promover o intercâmbio cultural e enriquecer a comunidade criativa de Montreal. Está localizada ao lado dos escritórios e *atelier* da Lambert & Fils, na Hutchison Street. Mais do que uma galeria, Corridor é também um espaço para a experimentação criativa da Lambert & Fils, um 'laboratório' de testes para novos conceitos. Está aberto à colaboração de arquitetos, artistas, *designers* e outros profissionais. A exposição inaugural desta nova galeria é "Feu de camp", uma instalação artística criada pelo *designer* suíço Adrien Rovero.

Corridor is a new gallery, founded by Lambert & Fils, with the goal of promoting cultural exchange and enriching the creative community of Montreal. It is located next to the Lambert & Fils offices and studio on Hutchison Street. More than a gallery, Corridor is also a space for the creative experimentation of Lambert & Fils, a testing 'laboratory' for new concepts. It is open to collaborating with architects, artists, designers and other professionals. The opening exhibition of this new gallery is "Feu de camp", an art installation created by Swiss designer Adrien Rovero.

ALAIN COURCHESNE CRIOU DOGGY BATHROOM

Alain Courchesne, um *designer* canadense, criou a Doggy Bathroom, a única solução coberta ideal para cães pequenos e que é elegante o suficiente para combinar com qualquer decoração. A revelação do produto foi feita na *SuperZoo Expo*, em Las Vegas, em junho de 2018, e, desde então, vem atraindo a atenção mundial. Doggy Bathroom é uma 'caixa' de plástico retangular elegante que mantém as almofadas na horizontal e na vertical, para que um cão pequeno a possa usar como 'casa de banho'. Este produto foi projetado para o interior, ainda que possa ser usado em áreas exteriores cobertas, sendo também ideal para levar em viagens.

Alain Courchesne, a Canadian designer, has created the Doggy Bathroom, the only indoor potty solution that works for small dogs and that is stylish enough to fit into any *décor*. The product was unveiled at the SuperZoo Expo in Las Vegas in June 2018 and has since attracted the world's attention. The Doggy Bathroom is an elegant rectangular plastic enclosure holding 'pee pads' horizontally and vertically, so a small dog can use it as a toilet. This product is designed for indoors, although it can be used in covered outdoor areas, and is also ideal to take on trips.

VISION AWARDS DA IESBC

A Illuminating Engineering Society da British Columbia (IESBC), no Canadá, abriu as inscrições para os *Vision Awards* da IESBC, uma competição anual que visa premiar os melhores projetos de iluminação de todo o mundo. Os projetos devem ter sido concluídos entre janeiro de 2017 e dezembro de 2018, e o prazo para envio terminou a 15 de fevereiro de 2019. O IESBC é uma organização sem fins lucrativos que celebra os *designers* de iluminação, engenheiros e profissionais do setor, e os *Vision Awards* da IESBC é uma oportunidade perfeita para que os projetos tenham maior visibilidade e maior reputação.

The Illuminating Engineering Society of British Columbia (IESBC), in Canada, has begun accepting entries for the IESBC Vision Awards, an annual competition that aims to reward the best lighting projects from around the world. The projects must have been completed between January 2017 and December 2018, and the submission deadline ended on February 15, 2019. IESBC is a non-profit organisation that celebrates lighting designers, engineers and industry professionals, and the IESBC Vision Awards provides a perfect opportunity for projects to gain greater visibility and greater renown.

ONE IMAGINARY GIRL LANÇA NOVA COLEÇÃO

One Imaginary Girl é uma marca de moda e acessórios para senhora criada pela premiada *designer* Sarah Donofrio, que traz os seus padrões únicos e coloridos para coleções de lenços, cobiçados por todas as mulheres que adoram o mundo das estampas e, ao mesmo tempo, pelas que adotam estilos mais discretos. Inspirada pela acessibilidade e intemporalidade dos acessórios, Donofrio está a lançar uma nova coleção de lenços, disponível desde março, composta pelas suas estampas já premiadas, por artigos mais clássicos e por modelos completamente novos, todos em 100% seda, renovando o compromisso da *designer* com a sustentabilidade.

One Imaginary Girl is a fashion and accessories brand for women created by award-winning designer Sarah Donofrio, who brings her unique and colourful patterns to collections of scarves, coveted by any women who love the world of prints and, at the same time, by those who favour a more discreet style. Inspired by the accessibility and timelessness of accessories, Donofrio is launching a new collection of scarves, available since March, consisting of her award-winning prints, more classic items and completely new models, all in 100% silk, renewing the designer's commitment to sustainability.

BAYERISCHE MOTOREN WERKE

O HOMEM SONHA.
E O SONHO CONDUZ-SE.
NOVO BMW SÉRIE 8 CABRIO.

Consumo de combustível combinado de 6,8 a 10,8 l/100 km. Emissões de CO_2 combinadas de 177 a 246 g/km.

AZ AWARDS PREMEIAM DESIGN E ARQUITETURA

Os *AZ Awards*, lançados pela revista Azure em 2011, celebram o melhor *design* e a melhor arquitetura de todo o mundo e são uma plataforma internacional perfeita para dar visibilidade a talentos emergentes e já estabelecidos. Depois de ter atraído, em 2018, cerca de 1000 inscritos de 46 países, esta competição teve as inscrições abertas a arquitetos, paisagistas, *designers* de produto, *designers* de interiores, estudantes e fabricantes. Um reputado júri avaliou a estética, funcionalidade, criatividade e o benefício ambiental ou social. Os premiados foram revelados na gala *AZ Awards* em junho.

The AZ Awards, launched by Azure magazine in 2011, celebrate the best design and best architecture from around the world and are a perfect international platform to give visibility to emerging and established talent. After attracting about 1,000 entries from 46 countries in 2018, to the 2019 competition had open to architects, landscape designers, product designers, interior designers, students and manufacturers. A distinguished jury assess aesthetics, functionality, creativity and environmental or social benefit. The winners were revealed at the AZ Awards in June.

LINEA COSMOS

100x300
NR

100x100
NR

MARGRES
CERAMIC TILES

SHOWROOM AVEIRO
ZONA INDUSTRIAL DE AVEIRO

SHOWROOM LISBOA
PARQUE DAS NAÇÕES

MARGRES.COM

RED DOT AWARD: DESIGN DE PRODUTO 2019

As inscrições para os *Red Dot Award*: *Design de Produto 2019* terminaram a 1 de fevereiro e, em breve, *designers* e empresas de todo o mundo saberão se as suas criações receberão o mais ambicionado selo de qualidade. Concluída esta fase de registo, um credenciado júri composto por 40 especialistas, incluindo *designers*, professores de *design* e jornalistas de várias áreas, avaliam os vários produtos a concurso, tendo em conta a estética, a funcionalidade, a longevidade e a qualidade em geral, e testando cada um deles. A Gala Red Dot, que reúne a indústria do *design* em Essen, na Alemanha, será realizada em 8 de julho.

The period for entries to the *Red Dot Award*: *Product Design 2019* closed on February 01 and soon designers and companies from around the world will know if their creations will receive the most coveted seal of quality. With this entry phase now over, an accredited jury made up of 40 experts, including designers, design professors and journalists from a range of fields, will now evaluate the various products in the contest, taking into account aesthetics, functionality, longevity and quality in general, while testing each one. The Red Dot Gala, which brings together the design industry in Essen, Germany, will be held on July 08.

SHOWROOM AVEIRO
Zona Industrial de Aveiro

SHOWROOM LISBOA
Parque das Nações

LOVETILES.COM

LOVE
CERAMIC TILES

Inspirational spaces is everything you **love**

VONDOM
vondom.com
SUAVE COLLECTION
by Marcel Wanders

talking to:

SIZA VIEIRA

T MARIA CRUZ DANIEL CAMACHO

"É uma moda falar em arquitetura sustentável"

É, e será sempre, o ícone da arquitetura portuguesa. É conhecido nos quatro cantos do Mundo, através dos seus projetos únicos e do seu conhecimento profundo e invejável. Nos traços da sua vida, traz memórias irrepetíveis, mas recordáveis. Siza Vieira nasceu em 1933. Viveu duas fases políticas. Sentiu os receios da chegada de uma guerra – viu-a findar. Quando enveredou pela arquitetura, vivia-se num país muito 'fechado' e com pouca informação. É da época em que a influência italiana, o neorrealismo e o conhecimento do Brasil, nos anos 50, se fez notar no país. Passou por várias crises académicas, depois do 25 de Abril. Formou-se. Berlim foi o primeiro convite para trabalhar fora de Portugal. Seguiu-se a Holanda, nos anos 80. E nunca mais parou. Projetos não lhe faltaram. Ideias também não. Construiu um percurso narrado pela sabedoria. E, questionado sobre a «sustentabilidade na arquitetura», eis que nos deixa a sua opinião.

"Talking about sustainable architecture is a fad"

He is, and will always be, the icon of Portuguese architecture. He is known in the four corners of the world, through his unique projects and his extensive and enviable knowledge. Within the outlines of his life lie memories that are unrepeatable yet difficult to forget. Siza Vieira was born in 1933. He lived through two political phases. He felt the fear of the arrival of a war – he saw it come to an end. When he embarked on a career in architecture he was living in a very 'closed' country, with little information. He is from the time when the Italian influence, neo-realism and knowledge from Brazil, in the 1950's, were being felt in the country. He went through several academic crises, after the revolution of April 25, 1974. He finished his course. Berlin was the first invitation to work outside of Portugal. The Netherlands came next, in the 80's. And since then he has never looked back. There have always been projects. Ideas too. He has developed a career founded on wisdom. And, asked about «sustainability in architecture», he gives us his opinion here.

Como é que foram os primeiros projetos?
Esses projetos, quer em Berlim, quer depois na Holanda, eram temas que tinham que ver com zonas desfavorecidas, de cidades, e, em simultâneo, zonas de imigrantes – imigrantes que foram para a Alemanha, para a Holanda, e para outros países, fazer a reconstrução. Quando fui chamado estava a acabar essa grande movimentação de reconstrução e, portanto, os imigrantes já não eram desejados. Já havia conflitos ligados à imigração com uma pressão para eu sair. Trabalhei, em ambos os casos, nesse contexto.

"Uma casa sustentável é uma casa confortável"

Fernando Távora convidou-o para trabalhar com ele no início da sua carreira. Foi um reconhecimento do seu trabalho?
Não, não foi. Ele foi meu professor. E foi o primeiro professor que conversou comigo, se interessou e me ajudou, porque eu não queria seguir arquitetura. Não me interessava nada e não tinha conhecimento nenhum, nem nenhum contacto com nenhum arquiteto. Era uma desgraça. Ele foi o primeiro a interessar-se e a perceber que eu começava a interessar-me. Depois convidou-me. Mas o convite não foi por achar que eu era competente para trabalhar com ele, mas, sim, porque, em Matosinhos, havia dois estudantes: eu e o António Meneiros. O António Meneiros que até é parente da mulher do Távora. De modo que, quando lhe foi entregue a montagem da exposição, em Matosinhos, conhecia-nos e convidou-nos. Participámos na montagem dessa exposição. A seguir houve outra exposição em Guimarães. Ele gostou do nosso trabalho e convidou-nos para essa exposição. Depois, mais tarde, convidou-me para trabalhar no escritório. E trabalhei. Não só foi uma aprendizagem, como houve importantes oportunidades de trabalho em Matosinhos. Pela vida fora, trabalhei várias vezes com ele.

Depois, mais tarde, já no seu gabinete de arquitetura, também teve a trabalhar consigo, e ainda hoje trabalham em conjunto, em diversos projetos, o arquiteto Souto de Moura.
Nunca fui professor do Souto de Moura. Trabalhámos juntos. Trabalhou comigo uns quatro ou cinco anos. Depois formou o seu escritório.

E ainda continuam, hoje, a ter projetos juntos.
Fizemos em conjunto Santo Tirso, porque fomos convidados para fazer em conjunto. O pavilhão em Londres. O Souto de Moura é um dos integrantes do grupo dos viajantes. Eu e o Távora tínhamos os escritórios no centro do Porto, o trânsito era difícil para entrar e sair, e o Souto de Moura tinha um *atelier* no centro de Matosinhos, que, em termos de dimensões, já não servia. Nós fazíamos viagens com o Cavaca. Tínhamo-nos tornado grandes amigos. Alguém teve a ideia: «porque é que não compramos um terreno e fazemos um *atelier*? Fora do centro, mas não longe do centro». Juntámo-nos, e juntamos ao grupo um engenheiro, e ocupámos isto tudo (edifício dos *ateliers*). Quando reunimos, eu fiz o projeto, eu queria que fosse o Távora, que era o mais velho, mas ele não quis. Depois achava que devia ser o Souto de Moura, que era o mais novo, não pegou. Fiz eu. Foi divertido.

"As condições de trabalho do arquiteto em obra pública são um desastre"

O que é para si a arquitetura sustentável?
A primeira coisa que digo é que é uma moda falar em arquitetura sustentável. É claro que a arquitetura tem de ser sustentável se não é um desastre (*risos*). Mas isso já é feito com a economia de energia, condições de isolamento térmico, painéis solares, etc. E, naturalmente, uma coisa que já não é seguramente regulamentada é a "qualidade". Para não falar da "qualidade arquitetónica", que essa não é uma questão de regulamento é uma questão de princípios.

Mas o que é isto de "construção sustentável"?
Na questão de materiais, a ecologia, talvez. Ligo mais a uma coisa que resultou em algo de bom para o país do que a uma regulamentação, que exige, no fundo, condições de conforto. Fundamentalmente é ter uma casa confortável. Uma casa sustentável é uma casa confortável. Não exigir uma pesada manutenção, embora, na realidade, sejam mais os aspetos técnicos, regulamentados, que vingam. Porque outros aspetos muito urbanísticos que têm que ver com o mesmo não são tão cuidados.

Mas qual é a principal diferença da arquitetura sustentável?
É a mesma coisa. Trabalha-se com ingredientes ligeiramente diferentes, mas a arquitetura é arquitetura, tanto faz que seja em madeira, como em pedra, como em betão. É o problema da urbanização do espaço, de cumprimento de regras que garantam conforto, e os problemas energéticos. Agora usa-se muito, sobretudo na publicidade das imobiliárias, "casas sustentáveis". Mas para as imobiliárias, há uns anos atrás, o que contava era um quarto de banho, o ascensor e a cozinha em mármore, o resto toca a andar. Quando comecei a trabalhar, quase que não existia a regulamentação, no entanto, construía-se bem, porque se construía pouco. Havia 'brio' da parte dos construtores.

E agora não há esse 'brio'. A construção já não é tão boa?
Há boa e há má. Depende da exigência e da capacidade de exigir respostas à exigência. Isso depende muito do valor de obra. O dono é o primeiro arquiteto. Se o dono não quer qualidade não se consegue. E na obra pública, muitas vezes, o interesse é o corte da fita. E, depois, as condições pioraram muito. Tirando que, havia poucos arquitetos, agora há muitos, até provavelmente há demais. No fundo, essa ampliação da atividade, incluindo o arquiteto, foi muito importante. Há sempre uma melhoria. Mas há outros aspetos muito negativos. Para começar, nós: as condições de trabalho do arquiteto em obra pública são um desastre. Agora, há princípios assumidos, que são suicídios arquitetónicos. Também há lá fora, não é só em Portugal. Essa crise parte logo da comunidade europeia. A livre concorrência é o remédio para tudo. Não há regras que possam mudar os arquitetos e há gente a trabalhar, por um lado, e o que custa hoje a elaboração do projeto, de um estúdio de arquitetura, é tremendo. E, agora, ultimamente, instituiu-se que os projetos ou vão a concurso, e nem sempre os resultados do concurso são bons, é visível, ou, se for por entrega direta, por escolha da autarquia, o limite dos honorários é, acho que, de 65.000 €, seja para o trabalho que for. As instruções que têm na obra pública são que, por entrega direta, só se dá 65.000€. Isso dá origem a subterfúgios, que chegam a ter uma imagem de corrupção, e, muitas vezes, não são subterfúgios para conseguir. Houve uma decisão que era: "a execução seria entregue ao preço mais barato". Isso então é incrível. E custa muito ao país. Porque a qualidade 'ardeu'. Até porque há bastante competição na construção, sobretudo em Lisboa. Hoje, os preços estão baratos. E, há pouco tempo, as câmaras, por exemplo, não entregavam ao empreiteiro mais caro, nem ao mais barato. Agora é ao mais barato.

"O exercício da nossa profissão está de rastos"

O projeto que fiz, o último, demorou 20 anos, desde que foi entregue, até estar construído. Porque os empreiteiros dão preços impossíveis. Na altura, sobretudo, em que havia pouco trabalho, pelo menos, recebiam a primeira *tranche* e, depois, não conseguiam e abandonavam. Depois era preciso abrir outro concurso, e um concurso leva, em média, seis meses e, às vezes, pedem um projeto em menos de seis meses, mas os concursos de construção levam seis meses, porque é comunitária e a carga de democracia é uma coisa incrível. Ora, o exercício da nossa profissão está de rastos.

What were your first projects like?
These projects, both in Berlin and later in the Netherlands, had to do with disadvantaged areas, in cities, and, at the same time, immigrant areas – immigrants who went to Germany, to the Netherlands, and other countries, to work in the reconstruction. When I was called, this great reconstruction movement was about to end, and therefore the immigrants were no longer wanted. There were already conflicts over immigration with pressure for me to leave. I worked, in both cases, in this context.

"A sustainable home is a comfortable home"

Fernando Távora invited you to work with him early in your career. Was this in recognition of your work?
No, it was not. He was my teacher. And he was the first teacher who talked to me, who took an interest and helped me, because I did not want to do architecture. I was not interested in anything and had no knowledge, or contact with any architect. It was a disgrace. He was the first to take an interest in me and understand that I was beginning to get interested. Then he invited me. But the invitation was not because he thought I was competent to work with him, but because, in Matosinhos, there were two students: myself and António Meneiros. António Meneiros is even related to Távora's wife. So when he was asked to put on the exhibition in Matosinhos, he knew us and invited us. We participated in setting up this exhibition. Then there was another exhibition in Guimarães. He liked our work and invited us to this exhibition. Later, he invited me to work in his office. And I went to work there. Not only was it an apprenticeship, but there were also important job opportunities in Matosinhos. Throughout my life, I worked several times with him.

Then later, already in your architecture firm, you also had architect Souto de Moura working with you. And even today you still work together, on several projects.
I was never Souto de Moura's teacher. We work together. He worked with me for four or five years. Then he set up his firm.

And today you still do projects together.
We did Santo Tirso together because we were invited to do it together. The pavilion in London. Souto de Moura is one of the members of the group of travellers. Távora and I had offices in the centre of Oporto. The traffic made it difficult to get in and out, and Souto de Moura had a studio in the centre of Matosinhos, which, in terms of size, was no longer of use. We travelled with Cavaca. We had become great friends. Someone had the idea: «Why don't we buy a piece of land and do a studio? Out of the centre, but not far from the centre». We got together, and brought an engineer into the group, and we dealt with all of this (the building of studios). When we met, I did the project. I wanted it to be Távora, who was the oldest, but he did not want to. Then I thought it should be Souto de Moura, who was the youngest, but he did not take it. I did it. It was fun.

What is sustainable architecture for you?
The first thing I would say is that talking about sustainable architecture is a fad. Of course architecture has to be sustainable, otherwise it is a disaster (*he laughs*). But this is already done with energy savings, thermal insulation conditions, solar panels, etc. And, of course, one thing that is certainly no longer regulated is "quality". Not to mention "architectural quality". This is not a matter of regulation, this is a matter of principle.

But what is this "sustainable construction"?
It is to do with materials, ecology, perhaps. I care more about something that has resulted in something good for the country, than about a regulation, which in essence requires conditions of comfort. Fundamentally it is having a comfortable house. A sustainable house is a comfortable house. It does not require heavy maintenance, although, in reality, it is more the regulated technical aspects, that flourish. Because other very urbanistic aspects that have to do with it are not so taken care of.

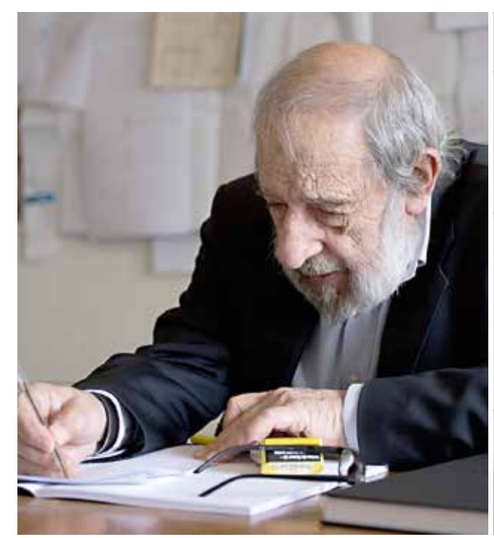
"The working conditions of architects in public works are a disaster"

But what is the main difference of sustainable architecture?
It's the same thing. It works with slightly different ingredients, but architecture is architecture, whether it be in wood, stone, or concrete. It is the problem of urbanization of space, compliance with rules that ensure comfort, and energy problems. Nowadays it is used a lot, mainly in real estate agent advertising, "sustainable houses". But a few years ago, what counted for real estate agents was a bathroom, the lift and the marble kitchen, the rest didn't matter. When I started to work almost there was no regulation, however, things were built well, because little was built. There was 'brio' on the part of the builders.

And now this 'brio' no longer exists. Construction is not as good as it was?
There is good and there is bad. It depends on the requirement and the ability to demand answers to the requirement. This depends a lot on the value of the work. The owner is the first architect. If the owner does not want quality it cannot be achieved. And in public works, often, cutting the ribbon is what matters. And then conditions have got much worse. Apart from that, there were few architects, now there are many, probably too many. Ultimately this expansion of activity, including architects, was very important. There is always an improvement. But there are other very negative aspects. To start, us: the working conditions of architect's in public works are a disaster.

"The practise of our profession is on its knees"

There are now principles assumed, which are architectural suicides. The same is true abroad, not just in Portugal. This crisis is soon part of the European community. Free competition is the remedy for everything. There are no rules that can change architects and there are people working, on the one hand, and what it costs today to design the project, from an architectural studio, is tremendous. And now, recently, it has been established that the projects are either put up for tender, and the results of the tender aren't always good, this you can see, or, if it is by direct delivery, of the local authority's choosing, the fee limit is, I believe, €65,000, no matter what the work. The instructions they have in public works are that, by direct delivery, only €65,000 can be given. This gives rise to subterfuge, which can even have a whiff of corruption about it, and often there is no subterfuge to be had. There was a decision that read: "the project will be awarded to the cheapest applicant". This is incredible. And it costs the country a lot. Because quality has gone up in flames. Not least because there is a great deal of competition in construction, especially in Lisbon. Today prices are cheap. And not long ago, councils, for example, did not award works to the most expensive or the cheapest contractor. Now it goes to the cheapest. The last project I did took 20 years, from the time the project was delivered until it was built. Because contractors give impossible prices. At that time, especially, when there was little work. They at least got the first instalment and then they couldn't do it and gave up. Then another invitation to tender had to be started, and a tender takes, on average, six months and sometimes they asked for a project in less than six months, but the construction tender takes six months because it is community-based and the burden of democracy is an incredible thing. The practise of our profession is on its knees.



[ENTREVISTA COMPLETA EM // FULL INTERVIEW AT WWW.TRENDS-MAG.COM]

talking to:

EDUARDO SOUTO DE MOURA

T MARIA CRUZ DANIEL CAMACHO

"Hoje a arquitetura é 99,9% dinheiro"

Eduardo Souto de Moura é um dos mais prestigiados arquitetos portugueses. Como todos já o conhecem bem, não são, por isso, necessárias grandes apresentações. Nasceu no Porto. Passou parte da sua infância na cidade de Braga. Ao longo da sua vasta carreira, conquistou dezenas de prémios, sendo o mais famoso o *Pritzker* – considerado o nobel da arquitetura –, que venceu em 2011. Na bagagem traz um percurso brilhante. É um homem simples. É autor de várias obras emblemáticas. E foi no seu *atelier*, na Foz, no Porto, que nos falou abertamente do futuro da arquitetura, da identidade da mesma, do supérfluo e do essencial e da crise que haverá de chegar ao setor.

"Architecture is 99.9% money today"

Eduardo Souto de Moura is one of the most prestigious Portuguese architects. As such, seeing as he's a household name, there's no real need for big introductions. He was born in Oporto. He spent part of his childhood in the city of Braga. In the course of his vast career, he has won dozens of awards, the most famous being the *Pritzker Prize* – considered the Nobel of architecture –, which he was awarded in 2011. He truly has a brilliant career under his belt. He is a simple man. He designed several iconic works. In his studio, in Foz, in Oporto, he spoke openly to us about the future of architecture, its identity, about the superfluous and the essential, and about the crisis that will affect the sector.

Como é que vê a arquitetura em Portugal e o futuro da mesma?
Acho que tem de parar. Não digo parar para ficar tudo pasmado, mas, sim, à medida que se vai fazendo, refletir e introduzir os novos dados, porque [eu não estou a fazer um discurso ecológico, até porque não acho muita graça, porque sou arquiteto e gosto de betão e os verdes dizem "betão não, verde sim"]... não é como a Mercedes, a BMW, que têm várias coisas que lhes dão milhões, nós não temos. Temos de viver da 'biscatada'.

A acessibilidade das pessoas é igual em Portugal e no estrangeiro?
Aqui, em Portugal, que é onde eu gosto de trabalhar – não é por ser patriota –, a arquitetura é uma coisa que tem que ver com as pessoas. E a acessibilidade das pessoas, em Portugal, é muito mais fácil. Se tenho um problema de uma viga de que não goste, telefono ao engenheiro... "Estás aí? Amanhã vamos almoçar!". O dono da obra, se é meu cliente, em princípio, somos amigos. Se não somos, ficamos. Trabalhamos dois, três, cinco, sete anos. Quando digo "isto não está a correr bem, precisamos de alterar isto"... isto lá fora é impossível. Não posso entrar na obra sem autorização. Tenho uma espécie de cartão Visa.

"O desenho, quer de interiores quer de exteriores, começa a ter modos e vícios, ou corresponde a uma tendência"

Sente mais prisão, é isso?
Preso e condicionado. Hoje a arquitetura é 99,9% dinheiro. E deixemo-nos de histórias. Em Portugal, ainda existe um certo pudor para se dizer ou fazer isto ou aquilo. "Eu posso, arquiteto, tinha gosto nisso, até vai ficar bem, o senhor tem razão, vamos ver se conseguimos"... Esta conversa existe em Portugal e, consegue-se, muitas vezes. Lá fora, nem pensar. É assim, e o que se definiu é o que fica.

Em arquitetura, quando se idealiza um projeto, como se mantém a identidade de determinado espaço?
Não é para manter. Acho que é o contrário. A natureza existe para ser alterada. Depois há duas questões: nós temos de introduzir ali uma correção e introduzir formas para servirem as funções que estamos interessados que existam. Há duas maneiras de se fazer isso: violentamente, com o que não concordo, a não ser que seja uma obra-prima; ou adequadamente, que é a capacidade de entender a preexistência e depois criar-lhe novas funções.

E como é que, num projeto de arquitetura, se elimina o supérfluo e se deixa o essencial?
Talvez seja das coisas que dá mais trabalho num projeto, porque os clientes não resistem a pedir milhões de coisas. Quando era miúdo, os casamentos na aldeia tinham tudo. Tinham bolo, rissóis de camarão, pernas de frango, bolos de coco, arroz de tomate com carapaus... Era uma maravilha tudo, mas não tem de vir tudo junto.

Há uns anos a 'moda' era criar projetos 'modernos', que acabavam por beneficiar do *status* 'projeto com design'... Com o tempo passou-se a ver outra realidade. O que é antigo, mas bem construído/restaurado, também é moderno. O que acha que mudou nas mentalidades?
Nunca pensei nisso, mas acho que há regras. O que noto é que, neste momento, o desenho, quer de interiores quer de exteriores, começa a ter modos e vícios, ou corresponde a uma tendência. Por exemplo, quase todos os reclames têm uma parede de tijolo de burro pintada, quer sejam cafés, quer sejam *bikinis*. As pessoas querem coisas mais amaciadas, mais confortáveis, mais

cozy, não estou a dizer se concordo ou não, por acaso não concordo, o mercado é assim, indeciso, e a arquitetura também. Às vezes, nos cafés, folheio as revistas de decoração e há uma tendência em usar materiais antigos e os próprios objetos de decoração simulam o antigo. Todos os candeeiros são industriais dos anos 40 e 50. Há uma exceção. Aqui há 10 ou 15 anos havia holofotes, não se via minimalismo, não se viam as luzes, isso desapareceu e toda a gente usa candeeiros de chapa, pintados de preto com fundo branco ou verde-garrafa. É uma recuperação do rústico. Não são só as noivas que querem casar com os agricultores (*risos*), mas há uma procura do rural. As próprias roupas... aparece tudo vestido de verde tropa com *bourdaux*, os homens com camisas aos quadradinhos e as senhoras com chapéu de caça. Há esse regresso à natureza, há mais respeito pela natureza, a ecologia é cada vez mais importante. E é esta a adesão. Houve uma certa solidão provocada pelo movimento moderno com o *design*, o *design* começou por ser excessivo. Eu próprio também, quando era muito novo, usava muito o *design* e lembro-me de uma frase que a minha mulher me disse, quando a encontrei na rua, depois de ela ter ido ver uma casa minha. Perguntei-lhe: "Então, está bem?", e ela disse-me: "Está. Parece uma loja". Entre uma casa e uma loja há uma certa diferença. Fiquei a pensar muito nisto. Quando tenho de comprar móveis, não vou comprar móveis em segunda mão, a fingir que são antigos. Há móveis e móveis. E há materiais que acho serem adequados para escritório e para outras funções, mas, para casas, acho um pouco excessivos, frios.

A crise de 2009 teve reflexos na arquitetura. Nestes últimos três anos, vivemos o *boom* da arquitetura. Constrói-se tudo, em todo o lado. Acha que, nos próximos anos, vai haver uma rotura, uma nova crise no setor?
Vai haver uma crise, o que é bom. Em chinês "crise" significa "reavaliar" as situações e propor novas condições. Usei isto porque, quando ganhei o *Pritzer*, estávamos numa crise, em 2011. Em chinês "crise" tem estes dois significados: de que é um défice, mas, por outro lado, de que a consciência do défice obriga a pensar e a refletir sobre como temos de fazer daqui para a frente. Acho que vai acontecer isso. Esta situação é um bocado insustentável, estou convencido.

"Há mais respeito pela natureza, a ecologia é cada vez mais importante"

Não dará para todos...
Acho que temos 18 ou 19 mil arquitetos em Portugal. Há dois anos tínhamos 17 mil. Devem-se formar uns mil por ano. Depois há outra questão que é: o segundo produto que mais se gasta no mundo é a água. E não há água. Sabe qual é o produto que se gasta mais no mundo?! É o betão – isto dito pelos suíços. O betão é feito com pedras e mistura-se cimento. Qualquer dia estamos na Nova Zelândia – isto é uma imagem cínica. Não é possível continuar. Neste momento, na Suíça, os que ganham os concursos são os que constroem em madeira, porque renovam o parque florestal, plantam muitíssimo, cortam muitíssimas árvores, e, portanto, criaram uma indústria florestal sustentável. Estão a evitar o mais possível o betão.

No ano passado recebeu o *Leão de Ouro* na Bienal de Arquitetura de Veneza. Com esta atribuição do prémio provou que a simplicidade também faz a diferença.
Posso explicar as circunstâncias, porque já fui acusado de um certo 'snobismo', de fazer-me de simples e tal. Vou-lhe ser sincero. Em relação ao Barrocal estava feito. Era fotografar, mandar para lá e estudar a apresentação. Foi muito simples, porque não tinha tempo. Fiz o antes e o depois, fiz duas fotografias aéreas, porque o tema era "Espaço Exterior" e não há nada mais bonito do que o Alentejo. Tinha uma fotografia aérea, que o cliente me deu, telefonei ao piloto e pedi-lhe: "Faz-me outra o mais parecida". Estava completamente obstinado, para dizer a verdade, com a capela, porque [cá está... há pouco falava de dificuldade] a dificuldade somos nós, e eu tive tudo: era uma pedra lindíssima, cortaram-na, podia ser em betão, deram liberdade e entregaram de bandeja a pedra. Tenho um amigo italiano, o Francesco Dal Co, diretor da Casabella, que me disse: "Não vais fazer em betão, pois isso é uma banalidade. Vou-te arranjar umas pedreiras, duas senhoras espetaculares, em Vicenza, que te vão fazer as pedras". Fui lá, conversei. Estava aflito porque eu sou católico, sou religioso, no sentido de ser cristão, tive uma educação – portanto acredito em qualquer coisa, mas não acredito na liturgia, nos rituais. Portanto, não percebia nada daquilo. Aquilo tinha de ficar bem. Tinha o mundo inteiro em cima de mim. Só foram escolhidas nove ou dez capelas. O sítio era uma coisa paradisíaca. Ao lado tinha uma igreja e um convento do maior arquiteto de todos os tempos, Palladio, e isto era constrangedor. Se me pedem para desenhar uma cozinha, temos uma noção das coisas. A capela não. Nem eu nem ninguém, penso. Foi essa dificuldade que fez com que resultasse. Toda a gente gostou muito da capela. Eu recebi o prémio pelo Barrocal e não pela capela.

What is your view of architecture in Portugal and its future?
I think it has to stop. I don't mean come to a grinding halt, but, rather, while it is being done, we should reflect and introduce new data, because [I'm not making an ecological speech here, not least because I don't find it very funny, because I'm an architect and I like concrete and the greens say "concrete no, green yes"]... it's not like Mercedes, BMW, who have several avenues down which to make millions; we just don't have that. We have to live off the odd job here and there.

"Design, whether interior or exterior, is starting to take on modes and vices, or corresponds to a trend"

Is the accessibility of people the same in Portugal and abroad?
Here, in Portugal, which is where I like to work – not because I'm a patriot –, architecture is something that has to do with people. And the accessibility of people in Portugal is much easier. If I have a problem with a beam that I don't like, I'll call the engineer... "Are you around? Let's have lunch tomorrow!" The developer, if he's my client, in principle, we are friends. If we are not, we become friends. We work two, three, five, seven years together. When I say "this is not going well, we need to change it"... this would never be possible abroad. I can't get involved in the work without authorisation. It's like having a kind of Visa card.

You feel more constrained, is that it?
Constrained and conditioned. Architecture is 99.9% money today. And let's cut the stories. In Portugal, there is still a certain modesty to say or do this or that. "I can, Mr. Souto de Moura, I would be glad to, it's going to be all right, you're right, let's see if we can do it"... This conversation exists in Portugal and, often 'we can do it'. Abroad, there's not a chance. That's the way it is, and what has been defined cannot be changed.

In architecture, when designing a project, how do you maintain the identity of a given space?
It's not about maintaining it. I think it's the other way around. Nature exists to be changed. Then there are two questions: we have to introduce a correction there and introduce ways to serve the functions that we are interested in having. There are two ways to do this: violently, which I disagree with, unless it is a masterpiece; or appropriately, which is being able to understand what already exists, and then create new functions for it.

And how, in an architectural project, do you get rid of the superfluous and retain the essential?
These are possibly among the things that cause you the most work in a project, because clients can't help but ask for millions of things. When I was a child, the marriages in the village had everything. They had cake, shrimp rissoles, chicken legs, coconut cakes, tomato rice with horse mackerel... it was all amazing, but it doesn't have to come all at once.

A few years ago creating 'modern' projects was all the rage, ending up with them benefiting from 'project with design' status... With time we have come to see another reality. What is old, but well-built/restored, can also be modern. What do you think has changed in people's mentalities?
I've never thought about this, but I think there are rules. What I'm noticing is that, at the moment, design, whether interior or exterior, is starting to take on modes and vices, or corresponds to a trend. For example, almost all adverts feature a painted brick wall, whether they're selling coffee or bikinis. People want things softened, cosier, more comfortable. I'm not saying whether I agree with this or not. Actually, I don't agree; that's just how the market is, indecisive, and the same is true of architecture. Sometimes I flick through the decoration magazines in cafés and there is almost a tendency to use old materials and the decorative objects are made to look old. Lamps are all industrial style, from the 1940s and 50s.

There is one exception. 10 or 15 years ago there were spotlights, there was no minimalism, the lights were not visible, this disappeared and everybody uses sheet metal lamps, painted black with a white or dark green background. It's a rustic revival. It is not just brides who want to marry farmers (*he laughs*), but there is a demand for rural. Even clothes... everyone seems to be dressed in hunter green and *Bordeaux*; men wearing chequered shirts and the ladies with hunting hats. There is this return to nature, there is more respect for nature, ecology is increasingly important. And this is what people are latching on to. There was a certain solitude brought about by the modern movement with design; the design began to be excessive. When I was very young, I too used design a lot, and I remember a sentence my wife said, when I met her in the street, after she had gone to see a house of mine, and I asked her: "So, is it good?", she said to me: "It is. It looks like a shop". There is a certain difference between a house and a shop. I thought about it a lot. When I have to buy furniture, I won't go and buy second-hand furniture, and pretend it is old. There is furniture and then there is furniture. And there are materials that I think are appropriate for offices and other functions, but for houses, I find them a bit excessive, cold.

The crisis in 2009 had repercussions on architecture. In the last three years, we have experienced an architectural boom. Everything is being built, everywhere. Do you think that, in the coming years the bubble will burst, heralding a new crisis in this sector?
There will be a crisis, which is good. In Chinese "crisis" means reassessing situations and proposing new conditions. I used this because when I won the *Pritzer*, in 2011, we were going through a crisis. In Chinese, "crisis" has these two meanings, those being deficit, but also that the awareness of the deficit forces us to think and reflect on what we have to do from here onwards. I think that this is going to happen. This situation is a bit unsustainable, I'm convinced of it.

There won't be enough to go around...
I think we have 18 or 19 thousand architects in Portugal. Two years ago we had 17 thousand. There must be about a thousand graduating each year. Then there is another matter: the second most used product in the world is water. And there is no water. Do you know which product is the most used in the world?! It's concrete – according to the Swiss. Concrete is made with stones and mixed with cement. One day we'll have dug our way through to New Zealand – I'm being cynical. But we can't go on like this.

The architects and companies winning tenders in Switzerland at the moment are the ones who build in wood, because they renew their forests, they plant a great deal, and fell a great deal of trees, and therefore, have created a sustainable forest industry. They are avoiding concrete as much as possible.

"There is more respect for nature, ecology is increasingly important"

You received the *Golden Lion* at the Architecture Biennale in Venice last year. With this award you proved that simplicity also makes the difference.
I can explain the circumstances, because I have already been accused of 'snobbery', of making out that I'm simple and such. I'll be honest to you. With regard to Barrocal, it was already done. It was taking photographs, sending it there and studying the presentation. It was very simple, because I didn't have any time. I did the before and after, I took two aerial photos, because the theme was "Outside Space" and there is nothing more beautiful than the Alentejo. I had an aerial photograph, which the client gave me. I called the pilot and asked him: "Take another one for me as similar as you can make it". To tell you the truth, I was entirely stubborn when it came to the chapel, because [here we are again... I was just talking about difficulty] the difficulty is us, and I had everything: it was a beautiful stone, they cut it, it could have been concrete; they gave me the freedom and delivered the stone on a silver platter. I have an Italian friend, Francesco Dal Co, the director of Casabella, who told me: "You're not going to do it in concrete, because that's so commonplace. I'll get you some masons, two spectacular ladies in Vicenza, who will make you the stones". I went there, I had a conversation. I was distressed because I am a Catholic, I am religious, in the sense of being a Christian, I had an education – so I believe in anything, but I do not believe in the liturgy, in the rituals. So I did not understand any of it. This had to be good. I had the whole world on my back. Only nine or ten chapels were chosen. The site was truly idyllic. Beside it was a church and a convent by the greatest architect of all time, Palladio, and this was awkward. If you ask me to design a kitchen, you have a sense of things. With a chapel you don't. Neither I nor anyone, I think. It was this difficulty that made it work. Everyone liked the chapel very much. I received the prize for the Barrocal and not for the chapel.

[ENTREVISTA COMPLETA EM // FULL INTERVIEW AT WWW.TRENDS-MAG.COM]

SKETCH

Art House

T MARIA CRUZ MAXIME BROUILLET

GEOMETRICAMENTE ACOLHEDORA

Fascinante, mas, acima de tudo, engenhoso. Esta será a descrição mais precisa sobre o projeto Art House, com assinatura de Jean Verville Architecte, que reflete o método perspicaz de trabalho do arquiteto, sempre em sintonia com os clientes. A reabilitação desta casa de campo, em Saint-Adolphe-d'Howard, no Canadá, acentua-se na essência do quotidiano dos clientes e nas suas necessidades familiares. O desafio inicial começou na falta de espaço. Desse modo, e a favor da qualidade espacial, o arquiteto optou por subtrair algumas das áreas dos pisos. Assim, depois de fragmentada e desobstruída, a área habitável ficou nos 64 m². Neste projeto, as figuras geométricas fazem malabarismos, pois é entre os arbustos da floresta envolvente que encontramos a casa triangular. É minimalista, apesar dos traços visíveis da antiga construção da década de 1960; e o local é sossegado, o que dá azo ao relaxamento profundo.
Todo o interior da moradia foi demolido de forma a criarem-se espaços que transmitissem a sensação de relaxe de um retiro familiar, depois da azáfama do centro urbano. Existem, na casa, espaços abertos para a natureza, por exemplo, ao lado da área da cozinha compacta. Aqui tudo é possível. Desde sair da habitação e fruir da beleza que a mãe natureza nos oferece ou simplesmente ficar deitado num dos quartos – todos eles são revestidos a madeira –, e sentir a brisa fresca entrar casa adentro. Há, ainda, a partir da cama, a vista sobre o lago que fascina qualquer um. Até porque, ali, o céu é o limite.

GEOMETRICALLY WELCOMING

Fascinating, yet, above all else, ingenious. This would be the most accurate way to describe the Art House project, designed by Jean Verville Architecte, which reflects the architect's insightful method, always in tune with the clients. The renovation of this country house in Saint-Adolphe-d'Howard, Canada, accentuates the essence of the daily life of the clients and their family needs. The initial challenge began with the lack of space. Thus, and to ensure spatial quality, the architect chose to subtract some of the areas of the floors. Thus, after being fragmented and cleared, the habitable area reached around 64 sqm. In this project, the geometric figures appear to juggle themselves, with the triangular house emerging from within the shrubs of the surrounding forest. It is minimalist, despite the features still visible of the old building from the 1960s; and the site is peaceful, giving rise to deep relaxation.
The entire interior of the house was demolished in order to create spaces that would convey the relaxed feeling of a family retreat, following the hustle and bustle of the urban centre. The house features spaces opened to nature, for example, next to the compact kitchen area. Everything is possible here. From leaving the house and enjoying the beauty that Mother Nature offers us or simply lying in one of the bedrooms - all of them are lined with wood - and feeling the cool breeze entering the house. From the bed you can even enjoy views over the lake, sure to captivate anyone. Not least because, there, the sky is the limit.

WWW.JEANVERVILLE.COM

Arborescence

T MARIA PIRES DIREITOS RESERVADOS

VIVER COM A NATUREZA

Unindo forças com vários parceiros, como a ABCP Architecture, responsável pela arquitetura, a KnightsBridge lançou Arborescence, um exclusivo condomínio ecologicamente sustentável, composto por aproximadamente 260 habitações. Situado em Bromont, no Canadá, a uma hora de Montreal e a 40 minutos da fronteira com os EUA, Arborescence oferece acesso à natureza, mantendo-se perto de serviços e atrações locais. Cada unidade será construída com materiais naturais e possui lareira, insonorização e generosas janelas. Além das vistas desobstruídas para a região de Eastern Townships, Arborescence oferece comodidades abrangentes, incluindo piscina ao ar livre aquecida, banheira de hidromassagem, lago com doca e lareira ao ar livre.

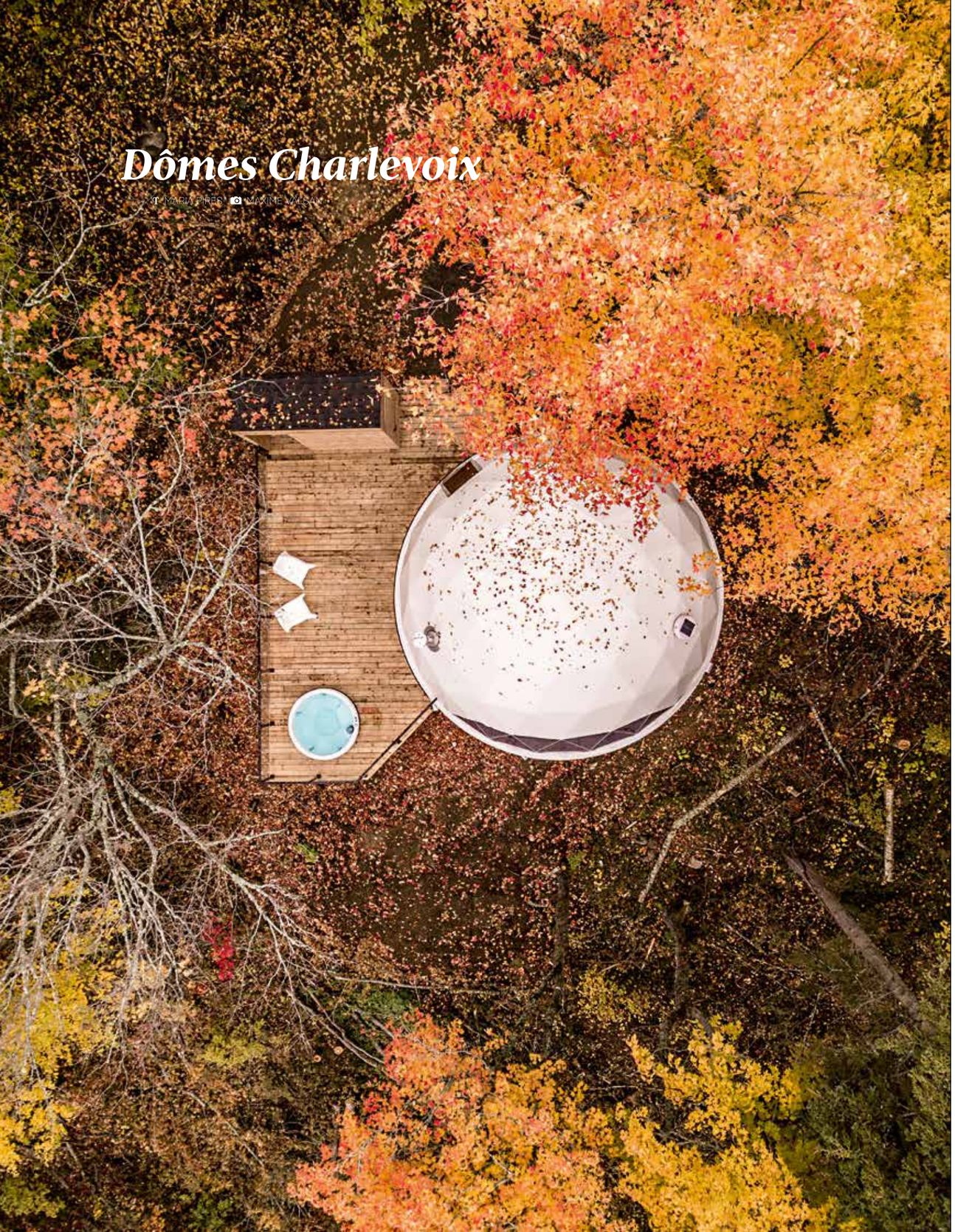
LIVING WITH NATURE

Joining forces with various partners, such as ABCP Architecture, responsible for architecture, KnightsBridge has launched Arborescence, an exclusive ecologically sustainable condominium, composed of approximately 260 residences. Located in Bromont, Canada, one hour from Montreal and 40 minutes from the US border, Arborescence offers access to nature, while remaining close to local services and attractions. Each unit will be constructed using natural materials and features a fireplace, soundproofing and generous windows. In addition to the unobstructed views of the Eastern Townships region, Arborescence offers comprehensive amenities, including heated outdoor swimming pool, hot tub, lake with dock and outdoor fireplace.

WWW.VIVREBROMONT.CA

Dômes Charlevoix

T MARIA PIRES | O MAXINE JALBAY



LUXO NAS MONTANHAS

Localizadas em Petite-Rivière-Saint-François, próximo do Maciço de Charlevoix e da cidade de Québec, Canadá, Dômes Charlevoix é um novo conceito de acampamento de luxo. As três *dômes*, a primeira fase de um projeto turístico maior, integram-se harmoniosamente na paisagem e obedecem a todos os critérios do eco-sustentável. A partir de um parque de estacionamento, um caminho entre grandes árvores leva até às acomodações. Cada *dome* está instalada num pátio de madeira que abriga um spa com vista para o cenário natural. A área das janelas, voltada para sul, oferece uma vista deslumbrante sobre o rio St. Lawrence e maximiza a luz natural. A cobertura cinza e a salamandra, em conjunto com o piso de concreto radiante, adicionam um toque de conforto e ajudam a manter uma temperatura mais uniforme dentro das *domes*. O *atelier* Bourgeois / Lechasseur architects, conhecido por criar projetos inovadores, adicionou uma escada que leva a uma segunda cama sobre a área de serviço. E adicionou luxo às montanhas e à natureza.

LUXURY IN THE MOUNTAINS

Located in Petite-Rivière-Saint-François, near Le Massif de Charlevoix and the city of Quebec, Canada, Dômes Charlevoix is a new concept of luxury camping. The three *dômes*, the first phase of a major tourist project, blend harmoniously into the landscape, while obeying all eco-sustainable criteria. From a car park, a path between large trees leads up to the accommodation. Each *dome* is stood in a wooden patio that houses a spa overlooking the natural setting. The south-facing window area offers a breathtaking view of the St. Lawrence River and makes the most of natural light. The grey roof and the log burner, together with the under-floor heated concrete floor, add a touch of comfort and help maintain a more uniform temperature inside the *domes*. Bourgeois / Lechasseur architects, known for creating innovative projects, has added a ladder leading to a second bed over the service area. And it has added luxury to the mountains and nature.

WWW.DOMESCHARLEVOIX.COM

[JOÃO DE SOUSA RODOLFO]

talking to:

JOÃO DE SOUSA RODOLFO

T CRISTINA FREIRE JOAQUIM DUARTE LEAL

"A arquitetura é a arte de manipular geometrias, dando-lhe significado e suporte material"

A desenhar desde os primeiros anos de idade, João de Sousa Rodolfo projeta casas que respiram, absorvidas pela envolvência e encaixadas na personalidade de quem lá vive. No seu *atelier*, perto do mar, no Estoril, a equipa da Traçado Regulador realiza com paixão todos os desafios, comemorando projetos recebidos e executados. Licenciado pela Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica, é Mestre em Teoria da Arquitetura e autor de várias publicações entre as quais destacamos o livro *Luís Cristino da Silva* e a *Arquitectura Moderna em Portugal*. Na sua vasta carreira existem centenas de trabalhos em diversas áreas, mas as casas que desenha, em traço contemporâneo, são a sua melhor apresentação, e o bem-estar dos clientes, o seu maior prémio.

"Architecture is the art of manipulating geometries, giving them meaning and a tangible medium"

Drawing from a very early age, João de Sousa Rodolfo designs houses that breathe, absorbed by their surroundings and dovetailed to the personality of who lives in them. In his practice, near the sea, in Estoril, the Traçado Regulador team passionately undertakes any challenge, celebrating projects they have been awarded and have executed. He graduated from the Faculty of Architecture of the Technical University, he has a Master's Degree in Architecture Theory and has written several publications, among which we highlight the book *Luís Cristino da Silva e a Arquitectura Moderna em Portugal*. In his vast career there are hundreds of works in various fields, but the houses he designs, with their contemporary lines, represent his work best, while the well-being of his clients are his greatest reward.

O que é que carateriza os seus projetos?
É sem dúvida, uma linguagem contemporânea, despida de qualquer carga decorativa, tentando sempre ser o mais simples possível e responder a um programa, um sítio ou um local. É uma linguagem, um pouco sem referências, que não sejam as da envolvente física e cultural, e que procura integrar-se na envolvente absorvendo as suas referências, em termos de materiais, cores, texturas e volumetria.

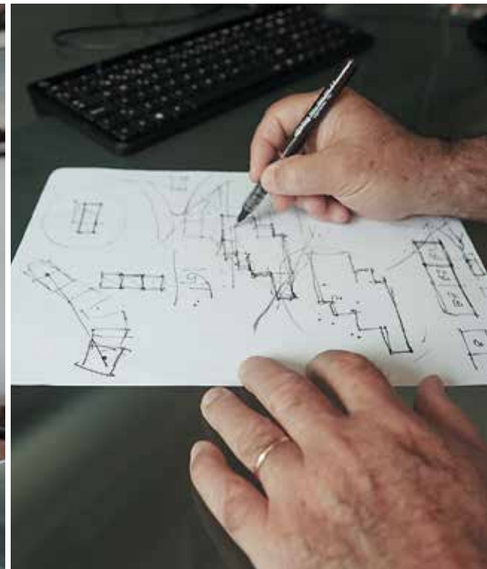
Neste momento vemos a sua assinatura mais em casas. Foi uma opção?
Dizem que as casas são os projetos malditos dos arquitetos por serem pequenos e extremamente trabalhosos, mas, por circunstâncias várias, entre as quais a crise económica de 2011, são os projetos que mais realizamos. Fazia equipamentos e, uma vez, publiquei uma foto de uma moradia no *Facebook* e foi uma surpresa, choveram *likes,* e aconteceram muitos projetos. Não forcei para que acontecesse e era algo que não gostava muito, por serem adaptados a um programa específico e único, muito diferente de fazer um edifico de habitação coletiva. Nas casas trabalhamos para uma família, com todas as suas referências e vivências, e isso faz com que não haja duas casas iguais.

As suas casas misturam-se e absorvem o ambiente. Isto é uma preocupação?
A vivência de uma moradia tem muito da relação com o exterior, não sendo preciso estar no exterior para o sentir, e isso torna a existência mais feliz. Já tivemos de fazer uma casa para uma cliente agorafóbica, que sente ansiedade em espaços abertos, mas o marido é claustrofóbico, isto é, de um lado fecha e do outro abre. Fazer uma casa que se abra ao exterior, fechando-se, é um desafio tremendo e a opção foi uma casa com uma relação contida com o exterior, através de envidraçados que se abrem para jardins interiores ou semi-interiores.

Podemos identificar a arquitetura como arte?
A arquitetura é a arte de manipular a geometria dando significado e suporte material, e isto quer dizer que a arquitetura apela às emoções, nós manipulamos emoções, e o suporte material é a técnica que está na base da produção do objeto arquitetónico. Mas é uma arte condicionada, tem variáveis que nunca mais acabam, onde encontramos o complexo âmbito legislativo, por vezes pouco explícito ou mesmo contraditório, os desejos, anseios e vivências do cliente, o seu *budget* e as variáveis das várias engenharias que intervêm no projeto.

Quais os materiais e cores de que mais gosta e com que mais se identifica?
Como a maioria dos arquitetos, gosto do branco e gosto da autenticidade dos materiais, das madeiras, da pedra e do vidro, com o seu jogo de transparências e reflexos.

As variáveis ambientais e a sustentabilidade estão também presentes nos seus projetos?
Sim. Em primeiro lugar, a casa tem de ser eficiente em termos energéticos. Isto implica a correta gestão dos envidraçados, da proteção solar, do isolamento térmico, dos sistemas de climatização e da produção autónoma de energia, com utilização de energias renováveis. Todas as casas que projetámos obtiveram classificação A+.



ATELIER TRAÇADO REGULADOR

Também aproveitamos a água das chuvas: quer a que cai sobre a cobertura e pátios, quer a água drenada em torno das fundações é encaminhada para um depósito e utilizada para rega. E temos a preocupação de usar materiais que sejam recicláveis.

Gosta mais de recuperar ou de um projeto de raiz?
Claramente gosto mais de fazer de raiz, mas também fazemos muita reabilitação, o que não é tão visível. Estamos a reabilitar um quarteirão inteiro (quase), no centro de Lisboa, em Arroios, um edifício classificado no Braço de Prata e alguns edifícios perto da Avenida da Liberdade. Neste momento temos em curso, entre projetos e obras, mais de cinquenta trabalhos, o que gera um bom *stress* numa equipa fantástica. Sentimos o trabalho a fervilhar e isto, para nós, é muito gratificante, estimula a criatividade que traz o reconhecimento público.

"A vivência de uma moradia tem muito da relação com o exterior, não sendo preciso estar no exterior para o sentir, e isso torna a existência mais feliz"

Escreveu sobre Luís Cristino da Silva por se identificar com a sua obra?
Foi na sequência de um trabalho académico que resultou o livro sobre Luís Cristino da Silva e a Arquitetura Moderna em Portugal, e tem sido bastante útil. Temos feito muita reabilitação no centro histórico de Cascais e utilizamos o livro como avaliação da arquitetura modernista, que foi feita nesta zona e amplamente estudada por mim. A minha obra reflete esse período dos anos trinta e quarenta do séc. XX, a arquitetura do Estado Novo, e tem sido útil porque o suporte histórico que trago à justificação de alguns projetos é extremamente forte.

Diverte-se a trabalhar?
Divirto-me imenso, tenho uma equipa de doze pessoas excecionais e temos uma norma obrigatória: comemoramos todos juntos, desde a angariação à aprovação de um projeto, almoçamos e brindamos. Trabalhamos com imensa alegria e ótima disposição. Todos aqui temos a vida que gostávamos de ter, sofremos de bom *stress* e somos felizes.

EQUIPA DO TRAÇADO REGULADOR

What characterises your projects?
Undoubtedly a contemporary language stripped of any decorative burden, which always strives to be as simple as possible and addresses a programme, a site or a place. It is a language, with few references, other than those of the physical and cultural surroundings, and which seeks to blend into the surroundings, absorbing its references in terms of materials, colours, textures and volumetry.

Your design skills are currently being used more in houses. Was this out of choice?
They say that the houses are cursed projects for architects because they are small and extremely laborious, but, due to various circumstances, including the economic crisis of 2011, these are the projects that we do the most. I was designing facilities and, just the once, I posted a photo of a house on *Facebook* and was surprised to receive a deluge of likes, which led to many projects. I didn't push this to happen and it was something I didn't like that much, as the projects are adapted to a specific and unique programme, very different from making a collective housing building. When it comes to houses we work for one family, with all their references and lifestyles, and this ensures that no two houses are ever the same.

Your houses blend into and absorb their surroundings. Is this something you do purposely?
The experience of living in a house has much to do with the relationship with outdoors; you don't need to be outside to feel it, and this makes your existence happier. We have already had to make a home for an agoraphobic client, who feels anxiety in open spaces; her husband is claustrophobic, however, i.e., on one side it closes and on the other it opens. To make a house that opens up to the outside, while closing in, is a tremendous challenge and the option was a house with a restrained relationship with the exterior, through glazing that opens to interior or semi-interior gardens.

Can you identify architecture as art?
Architecture is the art of manipulating geometry giving meaning and a tangible medium, and this means that architecture appeals to the emotions; we manipulate emotions. The tangible medium is the technique that underlies the production of the architectural object. But it is a conditioned art; it has variables that never end, where we find its complex legislative extent, which at times is barely explicit or even contradictory, the client's wishes, concerns and life experiences, his budget and the variables of the various engineering matters involved in the project.

What materials and colours do you like the most and identify with most?
Like most architects I like white and I like the authenticity of materials, of wood, of stone and of glass, with its transparencies and reflections.

Are environmental variables and sustainability also present in your projects?
Yes. Before anything else the house has to be energy efficient. This implies the correct management of glazing, solar protection, thermal insulation, climate control systems and autonomous energy production, using renewable energy. All the houses we have designed have been rated A+. We also make use of rainwater, whether the rain falling on the roof and courtyards, or the water drained around the foundations, which is directed to a tank and used for irrigation. And we are concerned about using materials that are recyclable.

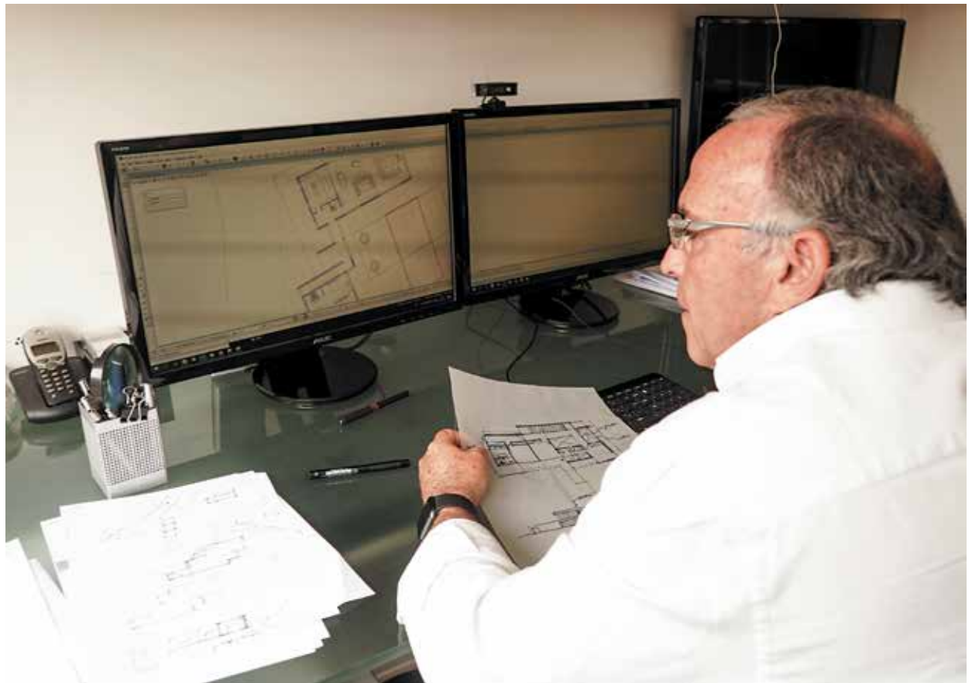
"The experience of living in a house has much to do with the relationship with outdoors; you don't need to be outside to feel it, and this makes your existence happier"

Which do you prefer, renovations or projects from scratch?
Clearly I like to do projects from scratch, but we also do a lot of renovation, which is not so visible. We are renovating an entire block (almost), in the centre of Lisbon, in Arroios, a listed building in Braço de Prata and some buildings near Avenida da Liberdade. Between projects and works at present we have more than fifty jobs on the go, which brings about a good kind of stress in a fantastic team. We feel the buzz of work and this, for us, is very rewarding, and stimulates the creativity that brings the public recognition.

Did you write about Luís Cristino da Silva as you identified with his work?
It came about as the result of an academic work which ended up in the book on Luís Cristino da Silva and Modern Architecture in Portugal, and it has proved very useful. We have done a lot of renovation work in the historic centre of Cascais and use the book as a means to assess modernist architecture, which has been done in this area and which I have studied in great detail. My work reflects this period of the 1930s and 1940s, the architecture of the *Estado Novo*. It has has been useful because the historical support that I bring to the justification of some projects is extremely strong.

Do you have fun working?
I have a lot of fun; I have a team of twelve exceptional people and we have a compulsory rule: we celebrate together, from the very beginning to when a project gets approved, we have lunch and raise a toast. We work with great pleasure and in an atmosphere of good cheer. We all have the life we would like to have here; we suffer from good stress and are happy.

[ENTREVISTA COMPLETA EM // FULL INTERVIEW AT WWW.TRENDS-MAG.COM]



Forno EB 333. O renascer de um ícone.

Em 1986, o EB 300 original foi uma revelação na Europa. Este forno de 90cm tornou-se numa afirmação nas cozinhas de chefs de topo e hoje, assim se mantém. Robusto e substancial, o EB 333 é uma peça de design de estética purista e linhas retas, com uma alma muito própria.

GAGGENAU

Sky House

T MARIA PIRES DOUBLESPACE PHOTOGRAPHY

100% ECOLÓGICA

Sob um projeto de Julia Jamrozik e Coryn Kempster, nasceu a casa de férias Sky House, em Stoney Lake, Canadá. É composta por dois volumes, encaixados um no outro, implantados numa topografia íngreme com vistas deslumbrantes para o lago. O volume mais pequeno está acomodado na paisagem, enquanto o volume superior repousa sobre um suporte de betão. Este último alberga as áreas sociais e abre-se em direção ao lago, enquanto o volume mais baixo abriga os quartos. O teto do volume mais pequeno transforma-se em terraço, o que permite vistas elevadas e uma conexão direta com as áreas sociais. O projeto contempla claraboias, pensadas para permitir a entrada da luz. Os painéis solares estão orientados para o sul, para que a casa possa gerar a sua própria energia. Uma passagem coberta protege a parede principal, de vidro, do sol de verão, enquanto permite que o sol de inverno, mais baixo, aqueça o piso de concreto preto. São também usados materiais simples, duráveis e de baixa manutenção, incluindo um telhado de metal refletivo e um revestimento de madeira tratado termicamente.

100% ECO

The Sky House holiday home, in Stoney Lake, Canada, came into being thanks to a project by Julia Jamrozik and Coryn Kempster. The house is made up of two volumes, the one embedded into the other, positioned on a steep topography with stunning views of the lake. The smaller volume is accommodated in the landscape, while the upper volume rests on a concrete support. The latter houses the social areas and opens up towards the lake, while the lower volume is home to the bedrooms. The roof of the smaller volume is transformed into a terrace, which allows for elevated views and a direct connection with the social areas. The project features skylights, designed to allow light to enter. The solar panels have been positioned to face south, so that the house can generate its own energy. A covered walkway protects the main wall, which is made of glass, from the summer sun, while allowing the lower winter sun to warm the black concrete floor. Simple, durable and low maintenance materials are also used, including a reflective metal roof and a thermally treated wood cladding.

WWW.CK-JJ.COM

Stoned

T MARIA PIRES ELISABETTA CROVATO E MATTIA BALSAMINI

REABILITAÇÃO SUSTENTÁVEL

O projeto de reforma de uma pequena casa em San Quirino, Itália, contemplou um edifício principal, reformado para abrigar uma residência unifamiliar, preservando algumas das suas mais importantes características arquitetónicas, como os muros de pedra, um pórtico arqueado e uma fachada que combina a solidez dos seus materiais construtivos com uma harmoniosa leveza e transparência; e um antigo celeiro que atualmente abriga uma garagem. O projeto, denominado de Stoned, tem a assinatura do *atelier* ELASTICOSPA+3, e obrigou os arquitetos a desenvolver uma pesquisa sobre os materiais utilizados em projetos de renovação urbana em centros históricos.

Como partes de um conjunto, ambas as casas possuem estruturas de concreto, utilizadas para atender às exigências estruturais de uma área com alto risco de abalos sísmicos. Os edifícios apresentam um revestimento altamente isolante e sistemas de baixo consumo de energia (utilizando bombas de calor, por exemplo). A camada de isolamento foi colocada na face interna das paredes e recobertas com painéis de madeira ou *drywall*, complementando a aparência mais fria das paredes de concreto e pedra. A luz é um elemento fundamental utilizado neste projeto, organizando o equilíbrio entre os cheios e vazios, proporcionando uma experiência espacial ímpar.

SUSTAINABLE RENOVATION

The renovation project of a small house in San Quirino, Italy, included a main building, renovated to house a detached residence, preserving some of its most important architectural features, such as stone walls, an arched portico and a façade that combines the solidity of its building materials with a harmonious lightness and transparency; and an old barn that now houses a garage. The project, going by the name Stoned, bears the design skills of the firm ELASTICOSPA + 3. Its architects were forced to pursue research into materials used in urban renovation projects in historic centres. As parts of one whole, both houses have concrete structures, used to meet the structural demands of an area at high risk of earthquakes. The buildings feature a highly insulating coating and low energy consumption systems (using heat pumps, for example). The insulation layer was placed on the inner face of the walls and covered with wooden or 'drywall' panels, complementing the cooler appearance of the concrete and stone walls. Light is a fundamental element used in this project, organising the balance between solids and voids, producing a unique spatial experience.

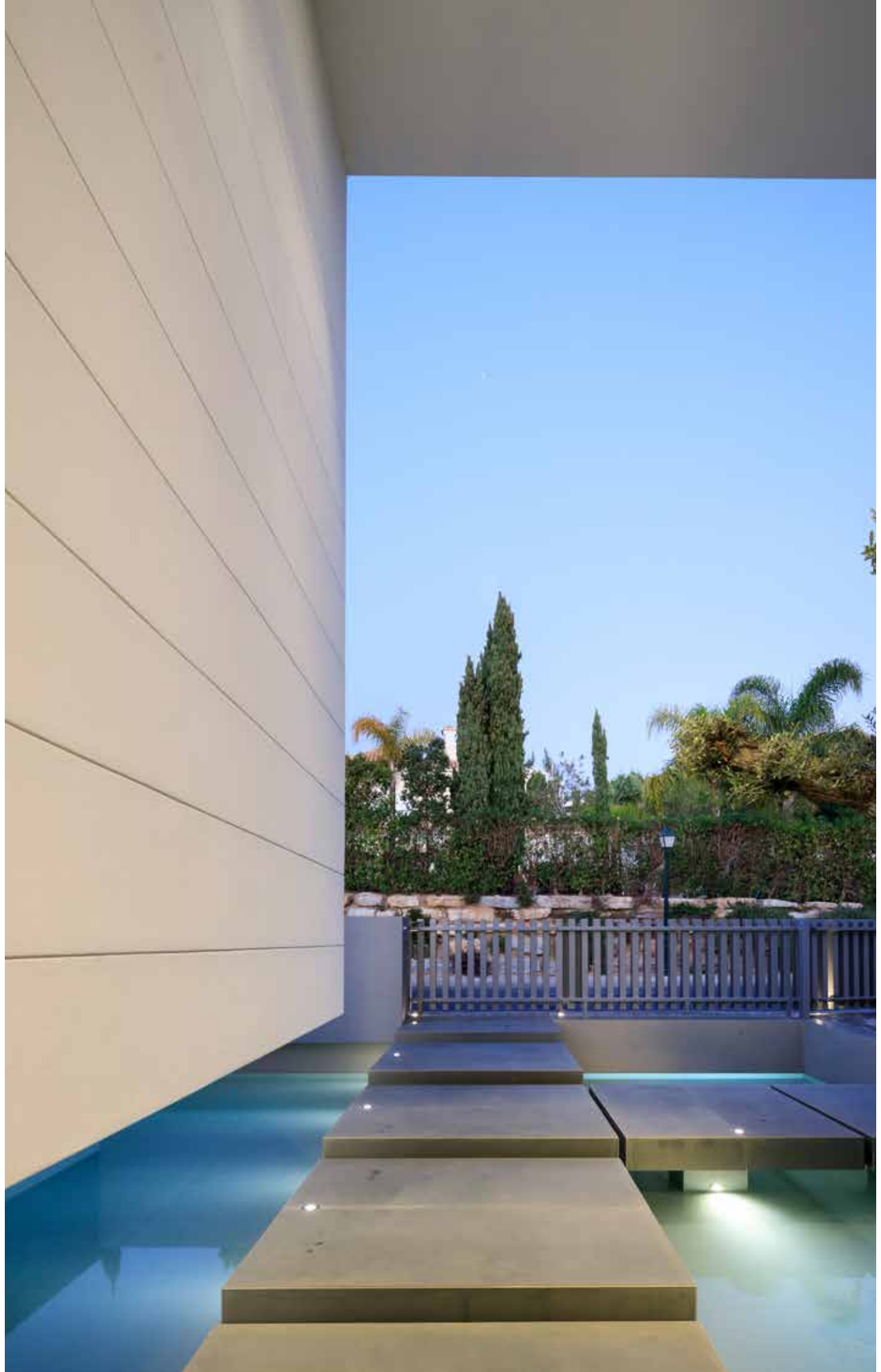
WWW.ELASTICOFARM.COM

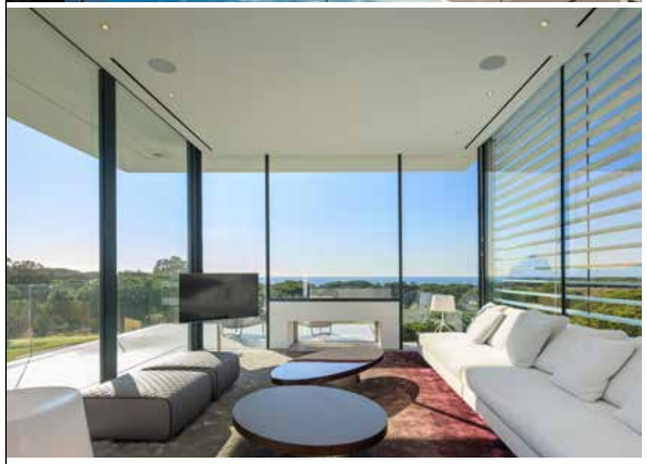
Villa GK

T REDAÇÃO FG+SG

LINGUAGEM CONTEMPORÂNEA

Implantada no prestigiado *resort* Vale do Lobo, no Algarve, esta moradia foi projetada pelo *atelier* de arquitetura Arqui+, que apostou numa linguagem moderna e contemporânea, tendo sempre em linha de conta o respeito pelo local e tendo em atenção conceitos ecológicos, como a utilização de pedra regional, jardins verticais e de sistemas de proteção solar. As soluções construtivas procuraram que a *villa* se adaptasse ao terreno, vencendo a sua morfologia através de desníveis na própria volumetria do edifício. O resultado trata-se de uma villa com total privacidade do lado da estrada e da entrada de casa, mas que se abre totalmente para a magnífica vista do golfe e do mar, proporcionando aos moradores o máximo possível que o Algarve tem para oferecer. As amplas janelas panorâmicas, tão características do Arq.º Vasco Vieira, criam uma relação bidirecional entre interior e exterior, influenciando o desenho das fachadas e criando um efeito não só visual mas também funcional. As várias áreas, distribuídas por três pisos, dois pisos acima da cota de soleira e um abaixo, demarcam claramente a zona social da zona privada da habitação. Outro elemento tão característico do Arq.º Vasco Vieira é a imponente piscina suspensa, que contém queda de água em todo o seu redor. Nos interiores, desenvolvidos também pela Arqui+, apostou-se em marcas com grande peso, como a Minotti, BYB Italia, Vibia, Gessi, Tapeçarias Ferreira de Sá, entre outras, que contribuem também para a valorização do projeto e este, por sua vez, para o desenvolvimento do *resort*.





CONTEMPORARY LANGUAGE

Stood within the prestigious Vale do Lobo resort, in the Algarve, this villa was designed by the Arqui + architecture firm, which focused on a modern, contemporary language, while always taking respect for the location into account, in addition to ecological concepts, such as the use of regional stone, vertical gardens and solar protection systems. Building solutions sought to adapt the villa to the terrain, overcoming its morphology through split levels in the very volumetry of the building. The result is a villa with total privacy on the side of the road and the house's entrance, but which opens up fully to the magnificent golf and sea views on the other side, providing the residents with the very best of what the Algarve has to offer. The large, panoramic windows, so characteristic of architect Vasco Vieira, create a bidirectional relationship between indoors and out, influencing the design of the façades and creating an effect that is not only visual, but also functional. The various areas, distributed over three floors, two floors above ground level and one below, clearly mark the social area from the private area of the dwelling. Another element that is so characteristic of architect Vasco Vieira is the impressive suspended swimming pool, which features a waterfall all around it. In the interiors, also developed by Arqui +, focus was placed on brands of great renown, such as Minotti, BYB Italia, Vibia, Gessi, Tapeçarias Ferreira de Sá, among others, which also contribute to increasing the value of the project and in turn, to the development of the resort.

WWW.ARQUIMAIS.COM

JC House

T MARIA PIRES MAFALDA RUÃO

A POESIA DO ESPAÇO

Implantado no distrito de Braga, a JC House, cujo projeto de arquitetura tem a assinatura do Alelier Risco Singular, demarca-se pelas linhas retilíneas e simples, e pela expressividade dos volumes justapostos que lhe conferem movimento e privacidade. A sua geometria, o jogo de vidros e os reflexos impostos pela luz, piscina e tapete verde do jardim, conjugados com a utilização de materiais contrastantes, conferem a esta habitação uma panóplia de sensações singulares. O traçado criou uma relação estreita entre interior e exterior, assim como aliou a estética contemporânea à funcionalidade e à sustentabilidade. A JC House "é um espaço geometricamente acolhedor, coerente, de fácil apropriação e, acima de tudo, pleno de emoções" (Arq.º Paulo Costa, Arq.ª Sónia Abreu).

THE POETRY OF SPACE

Stood in the district of Braga, JC House, whose architectural design was developed by Atelier Risco Singular, is emphasised by straight and simple lines, and by the expressiveness of juxtaposed volumes that give it movement and privacy. Its geometry, the interplay of glass and the reflections imposed by the light, pool and green carpet of the garden, combined with the use of contrasting materials, produce in this house an array of singular sensations. The layout has created a close relationship between interior and exterior, as well as combining contemporary looks with functionality and sustainability. JC House "is a space that is geometrically cosy, coherent, easily appropriated and, above all else, full of emotions" (architect Paulo Costa, architect Sónia Abreu).

WWW.RISCOSINGULAR.COM

Alberto Craveiro

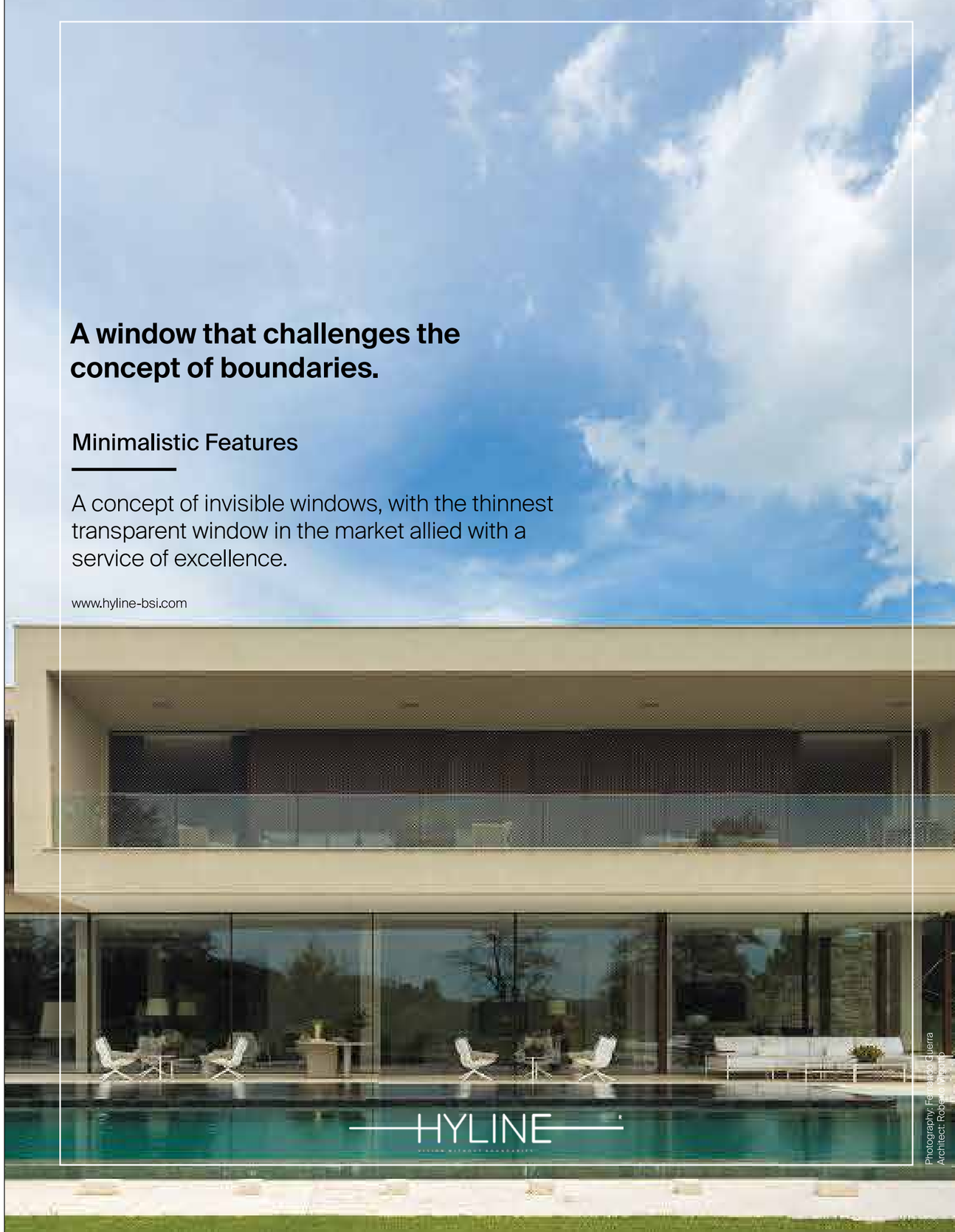
ARQUITETO - ARQUITETURA, URBANISMO, DESIGN
ARCHITECT - ARCHITECTURE, URBANISM, DESIGN

Arquitetura para todos

Em 1972, Robert Venturi, Denise Scott Brown e Steven Izenour apresentam ao mundo conclusões sobre um estudo realizado em Las Vegas na publicação "Learning From Las Vegas - The Forgotten Symbolism of Architectural Form".
Utilizando crítica direta e pragmática de características anglo-saxónicas, esta obra pode ser dividida em duas partes: na primeira, o estudo sobre a arquitetura do "corredor comercial" (*strip*); na segunda, a explanação teórica sobre o simbolismo na arquitetura e a iconografia do "espalhamento urbano" (*urban sprawl*).
Querem uma arquitetura feita por arquitetos, mas não feita para arquitetos, devendo esta ser reconhecida por todos.
Promovendo um afastamento do discurso erudito e uma aproximação ao senso comum, defendem que, tanto como "reavaliar o papel do simbolismo da arquitetura", os arquitetos devem "adquirir uma nova recetividade aos gostos e valores de outras pessoas e uma nova modéstia" ao elaborarem projetos.
Evidenciando o redundante e contraditório, procuram alertar para a necessidade de uma arquitetura mais tolerante, denunciando uma arquitetura moderna onde "os arquitetos preferiram mudar o entorno existente em vez de realçar o que já existe".
Apontam que não devemos esquecer-nos de que "a arte refinada segue muitas vezes a arte popular" (como aconteceu com os romanos), e que, sem simbolismo que possa ser apreendido por todos, a arquitetura pode tornar-se mais pobre.
Defendem que devemos olhar "para a história e a tradição para seguir em frente", mas não devemos esquecer-nos de "olhar para baixo a fim de ir para cima".

Architecture for everyone

In 1972, Robert Venturi, Denise Scott Brown and Steven Izenour presented to the world conclusions drawn from a study carried out in Las Vegas in their publication "Learning From Las Vegas - The Forgotten Symbolism of Architectural Form".
Using direct and pragmatic critique of Anglo-Saxon characteristics, this work can be divided into two parts: in the first, the study of the architecture of the "strip" (shopping street); in the second, the theoretical explanation about symbolism in architecture and the iconography of the "urban sprawl".
Their wish is an architecture made by architects, but not made for architects, and this should be recognised by everyone.
Promoting a shift away from scholarly discourse and an approach towards common sense, they argue that, as much as "reassessing the role of the symbolism of architecture", architects should "acquire a new openness to other people's tastes and values and a new modesty" when they develop projects.
Highlighting the redundant and contradictory, they seek to warn of the need for a more tolerant architecture, denouncing a modern architecture in which "architects have preferred to change the existing surroundings instead of highlighting what already exists".
They point out that we should not forget that "refined art often follows popular art" (as it did for the Romans), and that without symbolism that can be grasped by everyone, architecture can become poorer.
They advocate that we should look "to history and tradition to move forward", but we must not forget to "look down in order to go up".



talking to:

JAIME COUTINHO

T MARIA PIRES DIREITOS RESERVADOS

"Design for lifestyles"

Depois de terminar o curso, foi convidado para assumir o cargo de Diretor de Planeamento e Projetos do Vale do Lobo. Nos dez anos que integrou os quadros do *resort*, angariou experiência e contactos para que a vontade de exercer arquitetura, de uma forma independente, se manifestasse. Jaime Coutinho abriu, assim, o seu gabinete de arquitetura em 1989, mas continuou ligado ao *resort* algarvio com um vínculo de consultadoria por mais dez anos. As solicitações no gabinete tornaram impossível a atividade paralela e, em 1999, abandonou o vínculo com o Vale do Lobo, nascendo, assim, a Jaime Coutinho Arquitectos (JCA). Hoje em dia, além dos técnicos, a equipa é formada por cinco arquitectos e em breve o gabinete será expandido para dar mais capacidade de resposta, porque "ao longo de um extenso percurso de grande coerência e solidez profissional", o JCA "alcançou uma posição de destaque no mercado local".

O que o levou à criação do gabinete JCA?
Durante o período em que fui Diretor de Planeamento e Projetos do *resort* turístico Vale do Lobo, com a experiência e contactos adquiridos, foi crescendo a motivação para o desenvolvimento da prática profissional de uma forma independente. No início de 1989, decidi então abandonar o meu cargo no *resort* para abraçar a atividade privada. Iniciei a solo a Jaime Coutinho Arquitecto. Entretanto, pouco tempo depois, fui convidado para continuar ligado ao *resort*, tendo estabelecido um vínculo de consultadoria, que se manteve por mais dez anos. Em 1999, não conseguindo mais conciliar, abandonei definitivamente o vínculo para me dedicar a tempo inteiro à atividade do gabinete. Nessa altura nascia a Jaime Coutinho Arquitectos, uma vez que no seu corpo técnico já integrava mais dois arquitetos, culminando com os cinco arquitetos que atualmente formam a equipa, em conjunto com outros técnicos.

"A casa deve ser entendida como o 'santuário' de quem a habita"

Qual o poder transformador da arquitetura de uma casa na vida de quem a habita?
Numa abordagem séria e algo pragmática, a casa deve ser entendida como o 'santuário' de quem a habita. Na minha perspetiva, a casa, antes dos aspetos ligados à estética, tem de se subordinar primordialmente às necessidades de ordem funcional dos usuários, por forma a cumprir o seu crucial papel de garantir um ambiente de bem-estar e conforto, em plena e total harmonia com o *modus vivendi* dos mesmos. É nesse sentido que a JCA usa como lema "desenho para estilos de vida" – "design for lifestyles".

Há alguma linguagem, transversal a todos os projetos, que seja 'imagem de marca' do JCA?
Se tivéssemos de definir numa palavra essa linguagem transversal a todos os projetos, ou a 'imagem de marca' da JCA, diria 'temperança'.

Em que medida a expansão no setor da construção civil influencia o gabinete?
A capacidade de resposta às demandas é a principal preocupação do momento. Como efeito imediato, após um período de admissão de mais elementos para o corpo técnico, vamos iniciar obras de expansão do gabinete, duplicando assim o espaço disponível.

Prefere desenvolver um projeto de reconstrução ou de uma estrutura nova?
Não lhe sei responder. Ambos os projetos proporcionam desafios diferentes e, como tal, estímulos diferentes.

O JCA está mais voltado para o mercado residencial. Porquê?
Não se trata de uma opção. É o resultado natural do percurso profissional, em que sempre predominou a vertente residencial. No entanto, desenvolvemos ,em paralelo, projetos de diferentes valências, tendo já remodelado por duas vezes os quartos e algumas áreas sociais do Hotel Penina, projetámos a nova igreja de Almancil, inaugurada há cerca de um ano, está em curso a obra de um Centro Paroquial em Almancil, projetámos também vários restaurantes e bares, entre outros.

Há algum projeto que possa destacar por ter tido desafios acrescidos?
Destaco a nova igreja de Almancil, por motivos óbvios. Por solicitação da Paróquia, o projeto deveria inspirar-se na pequena, mas icónica e bela Igreja barroca de S. Lourenço, o que respeitámos, embora com uma linguagem de modernidade, sobretudo no interior.

Que objetivos pretende o JCA alcançar num futuro próximo?
O principal objetivo é manter a posição de destaque no mercado local, granjeada ao longo de um extenso percurso de grande coerência e solidez profissional.

"Design for lifestyles"

After finishing his studies, he was invited to take on the position of Director of Planning and Projects at Vale do Lobo. In the ten years that he was part of the resort's directorial team, he gathered experience and contacts, and the desire to practice architecture on his own terms began to grow. Jaime Coutinho thus opened his architecture firm in 1989, but continued working with the Algarve resort in a consultancy role for another ten years. Work in his firm grew to such an extent that any parallel activity became impossible and in 1999 he abandoned his ties with Vale do Lobo. Jaime Coutinho Arquitectos (JCA) thus came into being. Nowadays, in addition to technicians, the team is made up of five architects and soon the firm will be expanded to allow to it to cope with a greater workload, because "over a long career of great consistency and professional solidity", JCA "has achieved a standout position in the local market".

What led to the creation of the JCA firm?
During the period in which I was Director of Planning and Projects of the Vale do Lobo tourist resort, with the experience and contacts acquired, I became more and more motivated in developing my own independent professional practice.
In early 1989 I then decided to leave my post at the resort to embrace working privately. I started Jaime Coutinho Arquitecto on my own. However, shortly afterwards, I was invited to continue my ties with the resort, establishing a consultancy relationship, which continued for another ten years. In 1999, no longer able to juggle the two, I ended this relationship for good to dedicate myself full time to the firm's workload. At that time Jaime Coutinho Arquitectos came into being, seeing as the firm's staff already included two more architects, culminating with the five architects making up the team at the moment, together with other technicians.

"A house should be seen as the 'sanctuary' of the person who inhabits it"

How can a house's architecture transform the life of person who lives in it?
From a serious and somewhat pragmatic perspective, a house should be seen as the 'sanctuary' of the person who inhabits it. In my view, a house, before any aspects related to aesthetics, must primarily be subordinate to the functional needs of its users, in order to fulfil its crucial role of ensuring an environment of well-being and comfort, in full and total harmony with their modus vivendi. That's why JCA uses "design for lifestyles" as its motto.

Is there any language, transversal to every project, which you could describe as JCA's 'hallmark'?
If you had to define, in a word, the language that transcends all our projects, or JCA's 'hallmark', I would say 'temperance'.

To what extent does expansion in the construction sector influence your firm?
Being able to respond to requests is our main concern at the moment.
With immediate effect, after a period of taking on more technical staff members, we will start work on expanding the firm, thus doubling the space available.

Do you prefer working on reconstruction projects or new structures?
I'm unable to answer that. Both types of projects provide different challenges and, as such, different stimuli.

JCA is more geared towards the residential market. Why is that?
This is not something that we've chosen. It is the natural result of my career, in which the residential aspect has always prevailed. However, parallel to this we have developed projects in different areas, having twice refurbished the bedrooms and some social areas of Hotel Penina. We designed the new church of Almancil, which was opened about a year ago, while work is underway on a Parish Centre in Almancil. We have also designed several restaurants and bars, among others.

Are there any projects that you could highlight for having been particularly challenging?
I would highlight the new church in Almancil, for obvious reasons. At the request of the Parish, the project was meant to find its inspiration in the small yet iconic and beautiful baroque Church of São Lourenço. A request we respected, albeit with a language of modernity, especially in the interior.

What goals does JCA intend to achieve in the near future?
The main goal is to maintain a leading position in the local market, which is has been built over a long career of great consistency and professional solidity.

FIRE
HOSE REEL

The Imperial Hotel

T MARIA PIRES ANSON SMART

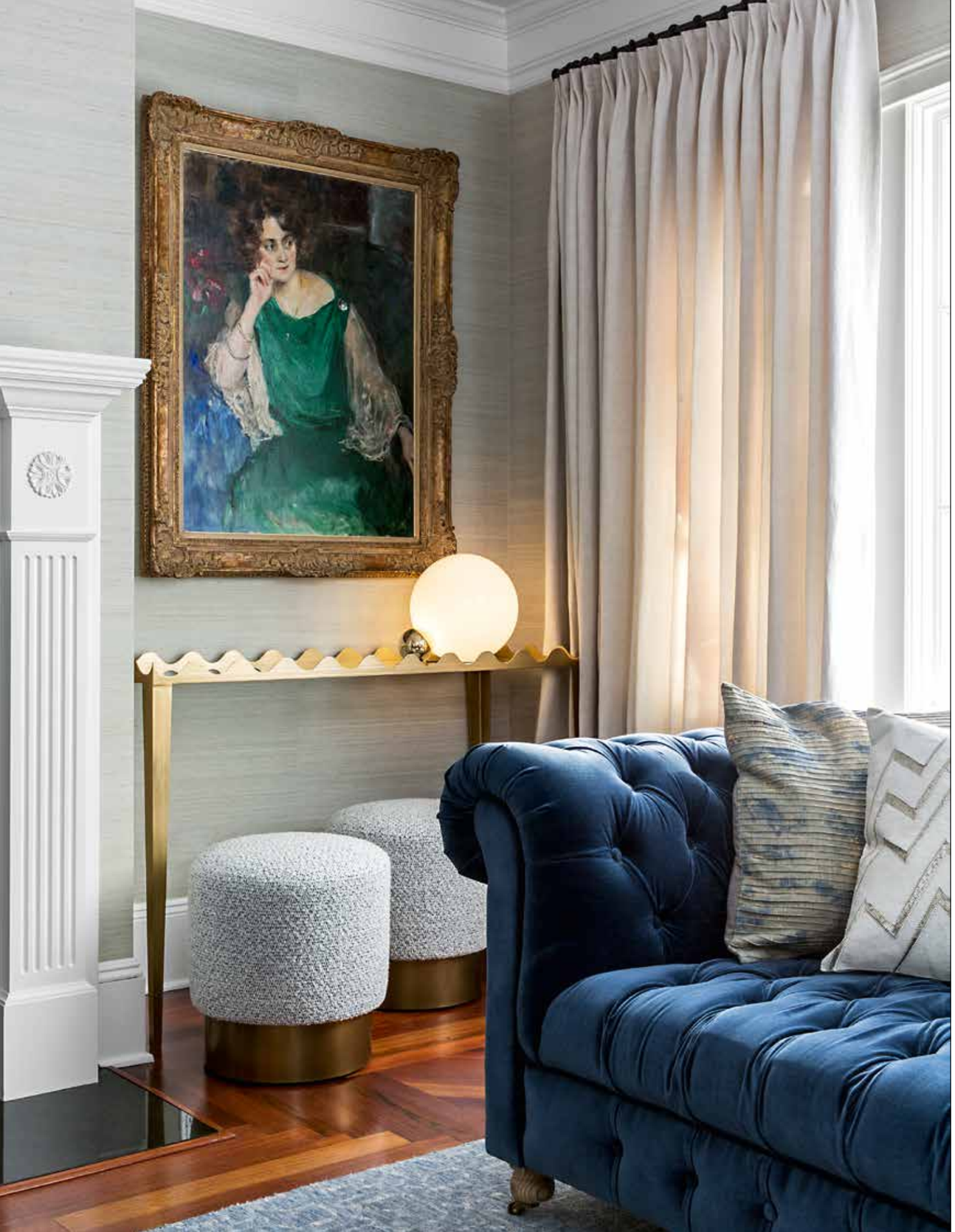
COR E PRAZER

Imperial Hotel Erskineville é um "palácio do prazer". Este projeto representa o relançamento de um dos refúgios LGBQTI mais respeitados da Austrália. Como um ícone cultural, foi o berço do filme *Priscilla* e desempenha um papel fundamental na comunidade de Sydney como um espaço histórico de teatro e eventos. Para este lugar 'escandaloso', inclusivo e fantástico, o *atelier* Alexander & Co escolheu superfícies de vidro, estruturas de aço e claraboias, alvenaria, arcos e padrões de ladrilhos feito sob medida. Entre a variedade de cores e formas está o peso do seu legado, a sombra da história projetada nas suas superfícies.

COLOUR AND PLEASURE

Imperial Hotel Erskineville is a "pleasure palace". This project represents the re-launch of one of Australia's most respected LGBQTI refuges. As a cultural icon, it was the birthplace of the film The Adventures of Priscilla, Queen of the Desert and plays a key role in the Sydney community as a historic space for theatre and events. For this 'scandalous', inclusive and fantastic space, the firm Alexander & Co chose glass surfaces, steel structures and skylights, masonry, arches and custom tiling. Between the variety of colours and shapes is the significance of its legacy, the shadow of history projected on its surfaces.

WWW.ALEXANDERAND.CO



Mountain Lakes Residence

T MARIA PIRES SEAN LITCHFIELD

ELEGANTE E COLORIDA

O projeto era direcionado para uma moradia de seis quartos de um casal recém-casado, mas com filhos de relações anteriores, localizada em Mountain Lakes, Nova Jersey, à beira de um lago, nos subúrbios de Manhattan. Assim, a KNOF Design teve em conta as dimensões da propriedade, os requisitos logísticos da família e seus gostos pessoais, como a preferência dela por móveis franceses e dele por linhas *art déco*.

Os espaços foram projetados com uma paleta de cores e materiais semelhantes, incluindo tons fortes de azul, acabamentos texturizados e camadas, bem como móveis elegantes. Subtilmente, foi adicionado *glamour*, nos revestimentos de parede florais dinâmicos, em larga escala, nos acabamentos metálicos em ouro e latão e nos lustres da iluminação.

ELEGANT AND COLOURFUL

The project was created for a six-bedroom house of a newly married couple, but with children from former relationships, located in Mountain Lakes, New Jersey, next to a lake, in the suburbs of Manhattan. KNOF Design thus took into account the dimensions of the property, the logistical requirements of the family and their personal tastes, such as her preference for French furniture and his for *Art Deco* lines. The spaces were designed with a palette of colours and similar materials, including deep shades of blue, textured finishes and layers, as well as elegant furniture. *Glamour* has been subtly added with dynamic, large-scale floral wall coverings, with gold and brass metal finishes and with chandeliers.

WWW.KNOFDESIGN.COM

Wuyuan Skywells Hotel

T MARIA PIRES MARC GOODWIN, XIA ZHI

A ESSÊNCIA DO PASSADO

Situado no interior de Huizhou, na província de Jiangxi, no leste da China, o Wuyuan Skywells Hotel, uma propriedade com cerca de 300 anos, não passou por um processo de modernização, mas antes de preservação, algo que não passou despercebido aos olhos do mundo, já que o projeto continua a ser amplamente premiado. O cliente era um casal anteriormente baseado em Xangai que usou as suas economias para comprar a propriedade e depois vendê-la, funcionado não como meros negociantes hoteleiros, mas como guardiões do passado. Assim, um dos principais requisitos era preservar não apenas os artefactos recuperáveis, mas também recriar a grandeza e a elegância associadas à mansão, que, devido à sua localização remota, teve a sorte de sobreviver à tumultuada China do século XX. A recuperação, sob um projeto dos arquitetos Andreas Thomczyk, Mika Woll, Amy Mathieson, respeitou e honrou a história da arquitetura local, para que as gerações atuais e futuras possam entender e apreciar o *design* tradicional.

THE ESSENCE OF THE PAST

Located in the interior of Huizhou, in the province of Jiangxi, in eastern China, the Wuyuan Skywells Hotel, a property dating back some 300 years, has not undergone a modernisation process, rather one of preservation, something that has not gone unnoticed by the eyes of the world, as the project continues to be abundantly awarded. The client was a couple formerly based in Shanghai, who used their savings to buy the property and then sell it, functioning not just as mere hoteliers, but as guardians of the past. As a result, one of the main requirements was to preserve not only the restorable artefacts but also to recreate the grandeur and elegance associated with the mansion, which, because of its remote location, was fortunate enough to survive the tumults of 20th-century China. The restoration, to designs by architects Andreas Thomczyk, Mika Woll and Amy Mathieson, has respected and honoured the history of local architecture, so that present and future generations can understand and appreciate traditional design.

WWW.WUYUANSKYWELLS.COM

Claus Porto

T ANA MONTEIRO ERICPETSCHEK

AROMAS NACIONAIS VOAM ATÉ NOVA IORQUE

Detentora de um *savoir-faire* de mais 131 anos de existência, a Claus Porto é uma marca com uma história e personalidade únicas. Titular de décadas de experiência na produção de cosméticos, perfumes e aromas para a casa, como velas e difusores, a Claus Porto é comercializada nas maiores lojas de todo o mundo, espalhadas por 60 países. Após a abertura das lojas em Lisboa e Porto, a abertura da terceira loja própria em Nova Iorque é o passo natural resultante do sucesso da marca. Situada no número 230 da Elizabeth Street e concebida pela Tacklebox Architecture, sob a direção do Arquitecto Jeremy Barbour, a loja inspira-se na arquitetura e tradição portuguesas, possuindo apontamentos diferenciadores, que permitirão aos visitantes deixar-se inebriar pelos aromas únicos da Claus Porto.

NATIONAL AROMAS HEAD TO NEW YORK

With more than 131 years of *savoir-faire*, Claus Porto is a brand with a unique history and personality. Boasting decades of experience in the production of cosmetics, perfumes and home fragrances, such as candles and diffusers, Claus Porto is sold in the finest stores in the world, spread over 60 countries. After opening stores in Lisbon and Oporto, the opening of a third store in New York is the natural step following the brand's success. Located at number 230, Elizabeth Street and designed by Tacklebox Architecture, under the baton of architect Jeremy Barbour, the store finds its inspiration in Portuguese architecture and tradition, with distinctive features that will allow visitors to be rendered giddy by the unique aromas of Claus Porto.

WWW.CLAUSPORTO.COM

Louis Vuitton

T ANA MONTEIRO DIREITOS RESERVADOS

TODAS AS LINHAS DA MAISON NUM MESMO ESPAÇO

Louis Vuitton é sinónimo de marroquinaria de luxo e materiais *premium,* associados a um *design* incomparável e a um exímio cuidado com o detalhe. É também sinónimo da arte de viajar, oferecendo a mais alta qualidade e elegância em peças de bagagem, carteiras e acessórios. Lisboa é atualmente um dos destinos mais *trendy* da Europa e a nova loja da Louis Vuitton, na Avenida da Liberdade, n.º 190, bebe deste sucesso celebrando a sua reabertura num espaço amplificado que reúne toda a gama de produtos da marca, de Homem e Mulher, desde pronto a vestir, sapataria, joias, relógios e fragrâncias a todo o tipo de acessórios. Composta por dois pisos, a nova loja convida os clientes a uma experiência de *shopping* privada e exclusiva, proporcionada por uma vasta oferta – nunca antes vista em Portugal –, rodeada de obras de arte e envolvida num ambiente luminoso e convidativo.

THE MAISON'S ENTIRE RANGE IN THE SAME SPACE

Louis Vuitton is synonymous with luxury leather goods and premium materials, combined with unrivalled design and utmost attention to detail. It is also synonymous with the art of travel, offering the highest quality and elegance in luggage, bags and accessories. Lisbon is currently one of the trendiest destinations in Europe and the new Louis Vuitton store, located at number 190, Avenida da Liberdade takes its cue from this success, celebrating its reopening in an extended space that brings together the brand's entire range of products, for Men and Women, from ready-to-wear, footwear, jewellery, watches or fragrances to all manner of accessories. Developing over two floors, the new store invites customers on a private and exclusive shopping experience, provided by a vast range of products – never before seen in Portugal – surrounded by works of art and by a bright and inviting atmosphere.

WWW.LOUISVUITTON.COM

talking to:

UTOPIA
SUSANA BARROS E RICARDO CRUZ

T MARIA PIRES UTOPIA

Abordagem livre e consciente

Sediada na cidade do Porto, a Utopia nasceu em 2007 pela vontade dos arquitetos Susana Barros (S) e Ricardo Cruz (R), ambos com um *curriculum* recheado de colaborações com prestigiados arquitetos. A vontade de encetar "novas abordagens de projeto para responder às necessidades do nosso tempo, aos problemas ambientais e aos territórios atuais", aliada a uma "filosofia de liberdade de conceção e preocupação em responder a uma sociedade diferente e ecologicamente consciente" (Susana Barros), está na génese do *atelier*.

Free and conscious approach

Based in Oporto, Utopia was created in 2007 by architects Susana Barros (S) and Ricardo Cruz (R), both with a CV packed with collaborations with prestigious architects. The desire to embark on "new project approaches to respond to the needs of our time, to environmental issues and the current territories", combined with a "philosophy of freedom of conception and concern about responding to a different and ecologically conscious society" (Susana Barros), lies at the very foundation of the studio.

Porquê o nome "Utopia"?
R: "U" é o prefixo de negação e "topo" significa lugar: é a negação do lugar. Thomas Moore no seu livro atribui o nome "Utopia" à ilha perfeita: o lugar do pensamento, o lugar da liberdade. Utopia pareceu-nos perfeito para quem projeta. O arquiteto procura criar a realidade perfeita. Nunca consegue, mas tem de a procurar.

O que fez unir em sociedade um portuense e uma lisboeta?
S: Eu julgo que é precisamente a abordagem ao projeto livre de constrangimentos e ambientalmente consciente. Por outro lado, Portugal é muito homogéneo nas suas divisões e hierarquias. Viajo pelo país e o que vejo são as mesmas aspirações, os mesmos desejos, as mesmas fobias, os mesmos fantasmas e os mesmos personagens com diferentes atores.

Já ambos colaboraram com arquitetos de renome. Que balanço fazem dessas experiências?
S: Colaborar com alguém de qualidade é sempre útil porque a formação académica é desfasada do contexto profissional. A prática está dependente das leis, dos instrumentos, das tecnologias. É transitória, mas é importante no ato de projeto. Colaborar permite aprender o lado técnico e aceder a projetos de grande escala no início de carreira.
R: A experiência de trabalhar com Souto Moura e com Siza Vieira nos projetos conjuntos destes foi importante porque têm obras extraordinárias. E há razões para a qualidade das obras: o método, o esforço, o processo, a crítica, a reflexão. Perceber o porquê foi muito importante.

"Julgo que o sonho seria solicitarem-nos o desenho de um parque urbano"

A vossa assinatura já atravessou fronteiras. Em que países já desenvolveram projetos?
R: Espanha é física e culturalmente mais próxima e até estou aí colegiado. Mas já trabalhamos para França, Brasil, Angola, Argélia. O desafio de projetar é igual: há leis a respeitar, culturas a interpretar, processos construtivos a usar, orçamentos a cumprir.

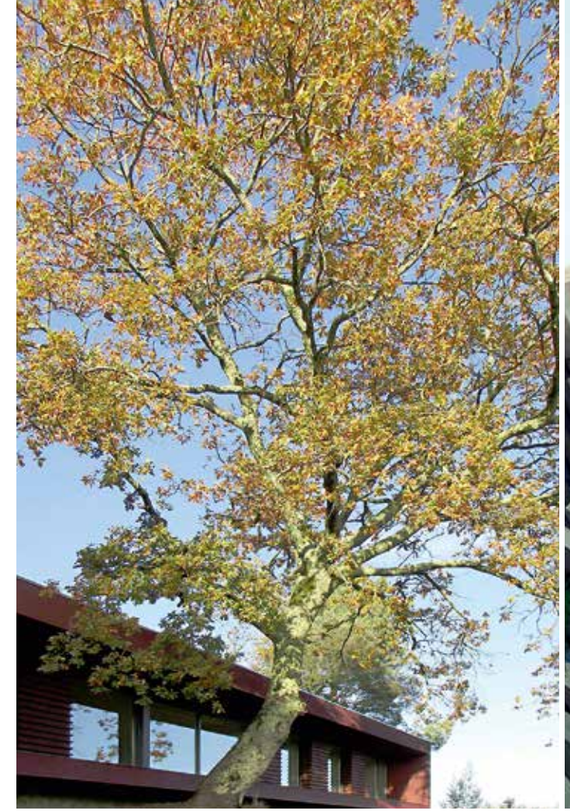
Em que medida a sustentabilidade é uma preocupação?
S: É todo um modo de trabalho. Para tomarmos

[RICARDO CRUZ E SUSANA BARROS]

CASA EM MORTÁGUA

as melhores decisões temos de conhecer o gasto energético em obra e perceber as consequências das nossas opções. O nosso desígnio é projetar para a eficiência térmica, para a climatização passiva. Verificamos que reintroduzimos processos que estão patentes na arquitetura popular portuguesa. Logo sustentabilidade, economia e cultura acabam por se fundir e adquirir os mesmos significados.

Qual seria o projeto de sonho para o vosso *atelier*?
R: O tema eterno para qualquer arquiteto é a cidade. O Aldo Rossi ensinou-nos que podíamos desenhar a casa na cidade e a cidade na casa. Gosto de trabalhar a escala urbana em Portugal. Julgo que o sonho seria solicitarem-nos o desenho de um parque urbano ligando toda uma estrutura de mobilidade sustentável a pontos estratégicos da cidade. Custos baixos de intervenção proporcionam retornos económicos e sociais elevados, colocando o projeto como exemplo.



CASA EM PAREDES

TORRES EN ORAN, ARGÉLIA

Why the name "Utopia"?
R: "U" is the prefix of negation and "top" means place: it is the denial of place. In his book, Thomas Moore attributes the name "Utopia" to the perfect island: the place of thought, the place of freedom. Utopia seemed perfect to us, for anyone who designs. Architects strive to create the perfect reality. They never manage to, but they have to strive for it.

What led to a man from Oporto and a woman from Lisbon working together?
S: I think it is precisely the approach to projects, free from constraints and environmentally conscious. On the other hand Portugal is very homogeneous in its divisions and hierarchies. I travel through the country and what I see are the same aspirations, the same desires, the same phobias, the same ghosts and the same characters with different actors.

You have both worked with renowned architects. What is your assessment of these experiences?
S: Working with someone of quality is always useful because your academic background is out of touch with the professional context. Practice is dependent on laws, instruments, technologies. It is transitory, but it is important in the act of designing. Collaboration allows you to learn the technical side and to access large-scale projects early in your career.
R: The experience of working with Souto Moura and Siza Vieira on joint projects was important because they have extraordinary works. And there are reasons for the quality of the works: method, effort, process, critique, reflection. Understanding why was so important.

Your work can already be found abroad. In which countries have you already developed projects?
R: Spain is physically and culturally closer and I am even inscribed to practice there. But we have already worked for France, Brazil, Angola and Algeria. The challenge of designing is the same: there are laws to respect, cultures to interpret, construction processes to use, budgets to meet.

To what extent is sustainability a concern?
S: It's a whole way of working. In order to make the best decisions, we have to know how much energy is used in the work and understand the consequences of our options. Our aim is to design for thermal efficiency, for passive climate control. We have noticed that we reintroduce processes that can be found in Portuguese popular architecture. So sustainability, economy and culture end up merging and acquiring the same meanings.

"I think the dream would be to be asked to design an urban park"

What would be the dream project for your firm?
R: The eternal theme for any architect is the city. Aldo Rossi taught us that we could design the house in the city and the city in the house. I enjoy working on an urban scale in Portugal. I think the dream would be to be asked to design an urban park linking an entire structure of sustainable mobility to strategic points of the city. Low intervention costs provide high economic and social returns, placing the project as an example.

Villa El Rompido

T MARIA CRUZ VÍTOR ALMEIDA

LEVE E CONTEMPORÂNEA

A piscina salta-nos à vista. Primeiro, pela sua dimensão (25 metros). Segundo, pela sua cor azul turquesa. Terceiro, pela sua envolvência com a moradia. Assim como as janelas circundantes também nos remetem para o interior e exterior da casa em frações de segundos. Visualmente, ficamos rendidos. Mas antes de tudo isto ser possível de se ver, houve um planeamento por parte da equipa da Tendenza Interior Design&Arquitecture, que procurou distribuir, de forma adequada as zonas funcionais da casa, apresentando criteriosamente a seleção de marcas e modelos que originassem uma solução integrada em todos os espaços. Desde a iluminação ao pavimento. A *suíte master* e o wc legam um espaço de requinte e modernismo cujo toque masculino é bem identificado. O pavimento de madeira foi escolhido em conjunto com a madeira da cabeceira de forma a criar uma espécie de prolongamento no espaço, tornando-o, assim, numa zona mais protegida e acolhedora. O jogo de sombras, luz e texturas também está presente em todo o espaço. Juntando tudo isto ao mobiliário minimalista, a casa revela uma estrutura leve e contemporânea. Em toda a habitação é visível a presença de um ambiente natural, cujo toque de luxo realça a beleza da casa. A zona da sala e cozinha, em *open space*, é nitidamente marcada pelos magníficos tetos em três planos diferentes, criando diferentes sensações. Os móveis da cozinha foram idealizados em preto mate, que contrastam com o piso de cerâmica cinza e o teto em madeira, que dá um toque de aconchego à área. Procurou dar-se continuidade entre a zona da sala e o alçado da cozinha, através da lareira. Por último, os tons naturais da natureza envolvente são evidentes na decoração aqui apresentada. Isso é, desde logo, visível quando olhamos para a escolha do veludo verde do sofá. Mais palavras para quê?!

LIGHT AND CONTEMPORARY

The pool jumps out at you. Firstly, because of its size (25 metres). Secondly, because of its turquoise blue colour. And thirdly, because of how it interacts with the house. Just as the surrounding windows also take us to the interior and exterior of the house in fractions of seconds. Visually, this is truly captivating. But any of this could be seen, plans were developed by the team of Tendenza Interior Design & Arquitecture, which sought to properly distribute the functional areas of the house, carefully presenting the selection of brands and models that would lead to an integrated solution in every space. From the lighting to the flooring. The master suite and its bathroom provide a space of refinement and modernism whose masculine touch is clear to see. The wooden floor was chosen together with the wood of the headboard in order to create a kind of extension in the space, thus making it a more protected and cosier area. The interaction of shade, light and textures is also present throughout the space. Combining all this with minimalist furniture, the house reveals a light and contemporary structure. The presence of a natural environment is visible throughout the property, whose touch of luxury enhances the beauty of the house. The open plan living room and kitchen area is clearly marked by the magnificent ceilings in three different planes, creating different sensations. The kitchen furniture was designed in matt black, which contrasts with the grey tiled flooring and the wooden ceiling, which add a sense of cosiness to the area. Continuity was sought between the living room area and the kitchen elevation, through the fireplace. Finally, a palette inspired by the natural surroundings is clear to see in the *décor* presented here. From the outset, you can spot this when you look at the choice of green velvet for the sofa. What more can we say?

WWW.TENDENZA.PT

Novo Showroom da Love Tiles

T REDAÇÃO | DIREITOS RESERVADOS

ESCAPE OUT

LET'S ESCAPE

Nascida em 2018, a marca Love Tiles tem apostado numa comunicação emocional, ligando afetivamente as pessoas a uma forma de estar e sentir cada espaço da sua casa, proporcionada através de ambientes elegantes e exclusivos. A viver já a segunda década de uma história de sucesso, a marca apresentou o seu novo *showroom* no Parque das Nações, em Lisboa, e para esta 11.ª renovação convidou o *atelier* Catherine Cabral Interiores. O desafio, como tem sido em todos os anteriores *showrooms* em que foram convidados alguns *designers* e arquitetos de interiores, é apresentar uma tela em branco e pedir que criem um espaço de raiz, usando as mais recentes coleções da Love Tiles. O limite é mesmo a imaginação, e a criatividade tem feito verdadeira magia, mostrando todas as potencialidades da cerâmica. Foi também 'magia' que fez Catherine Cabral.
Com mais de 18 anos de experiência em Arquitetura e Decoração de interiores, o Atelier Catherine Cabral Interiores executa projetos de espaços particulares e comerciais. Catherine aceitou o convite.

"É desafiante fazer um espaço todo em cerâmica. Vai muito para além da aplicação normal, pois temos de mostrar o produto e pensar no tipo de cliente que a Love Tiles quer atingir. É pensar fora da caixa", confessou a *designer*. Catherine seguiu um conceito de fuga à rotina – *Let's Escape* – e criou dois espaços completamente diferentes, mas que se complementam. Enquanto *Escape In* é como a fuga perfeita para a cidade numa busca permanente pelo equilíbrio, conforto e elegância, *Escape Out* é um refúgio longe da metrópole, um lugar bucólico no campo ou na praia, materializado com a leveza dos tons terrenos e naturais da madeira. No ambiente citadino destacam-se as coleções *Arise* e *Genesis*; longe da cidade, ganham protagonismo as coleções *Pulse* e, sobretudo, a *Wooden*, a mais recente adição da Love Tiles. O *showroom* está aberto ao público e permite ao consumidor perceber os diferentes materiais, as diferentes formas de viver e aplicar a cerâmica: que não precisa de ser convencional, indo muito além da aplicação em pavimentos e paredes.

ESCAPE IN

LET'S ESCAPE

Founded in 2018, the Love Tiles brand has focused on communicating emotions, affectionately connecting people to a way of being and feeling every space in their home, provided through elegant and exclusive environments. Now into its second decade of a successful history, the brand presented its new showroom in the Parque das Nações in Lisbon, and for this 11th renovation invited the Atelier Catherine Cabral Interiores. The challenge, as it has been in all previous showrooms, in which some designers and interior designers have been invited, is to present a blank canvas and ask them to create a space from scratch using the latest Love Tiles collections. Their limit is quite truly their imagination, and over the years creativity has truly done its magic, revealing the incredible potential of ceramics. 'Magic' is also what Catherine Cabral conjured up. With more than 18 years of experience in architecture and interior design, Atelier Catherine Cabral Interiores creates projects for private and commercial spaces. Catherine accepted the invitation. "It's challenging to make an entire space in ceramics. It goes far beyond the normal application because we have to show the product and think about the type of customer that Love Tiles wants to reach. It's thinking out of the box.", the designer explained. Catherine followed a getaway concept, calling it *Let's Escape*, and created two completely different but complementary spaces. While *Escape In* is like the perfect getaway for the city, in the continuous pursuit for balance, comfort and elegance, *Escape Out* is a retreat far from the metropolis, a bucolic place in the countryside or on the beach, materialised with the lightness of the earthy and natural shades of wood. The urban environment is highlighted by the *Arise* and Genesis collections; away from the city, the *Pulse* collection and, above all else, the *Wooden* collection, the latest addition to Love Tiles, take centre stage. The showroom is open to the public and allows consumers to understand the different materials, the different ways of living and applying tiles: that it doesn't have to be conventional, and can go way beyond applying them to floors and walls.

WWW.LOVETILES.PT

Nuno Tavares

FUNDADOR DO NO PLACE LIKE HOME * ARQUITECTURE & INTERIOR DESIGN
FOUNDER OF NO PLACE LIKE HOME * ARCHITECTURE & INTERIOR DESIGN

O Design de Interiores – A simbiose perfeita entre funcionalidade e lyfestyle

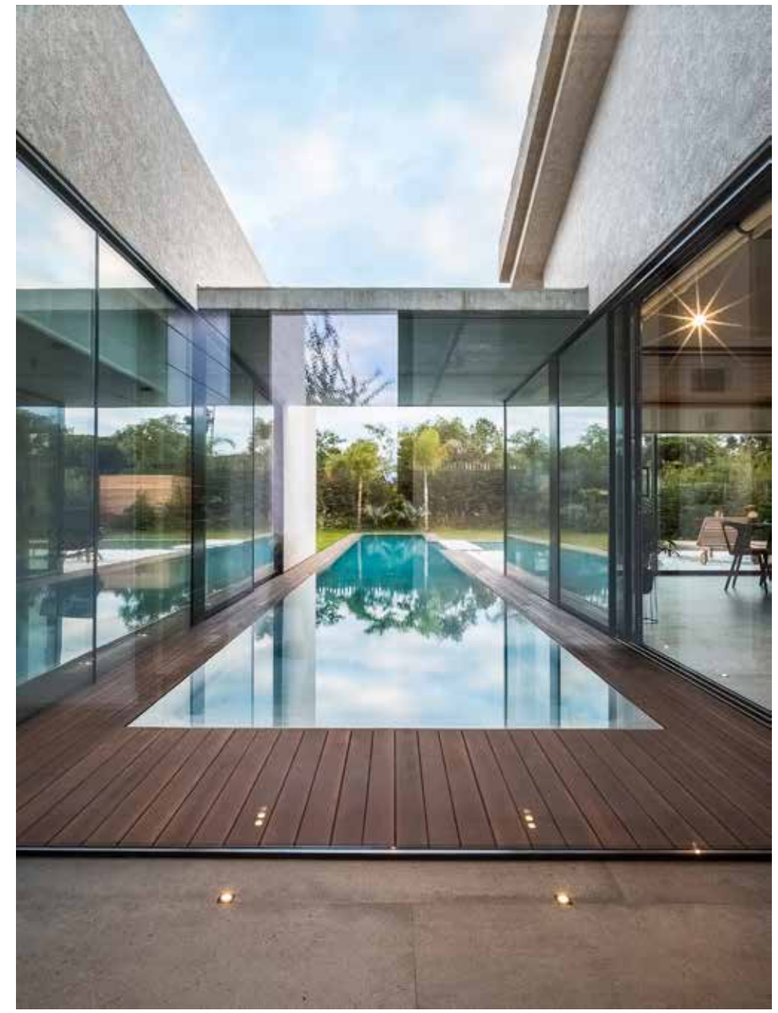
Os edifícios reabilitados estão cada vez mais em voga, sobretudo nas grandes cidades, tal como Porto e Lisboa.
As casas às quais chamamos de "Lar" voltaram a ser o espaço mais importante nas nossas vidas, fazendo com que cada m² seja utilizado na sua plenitude, valorizando ao máximo a luz e harmonia de materiais, o modo de vida de cada um e a funcionalidade.
Em períodos anteriores, quando se falava em Design de Interiores, o que vinha à cabeça seria algo supérfluo e sem sentido. Hoje o *design* dita uma geração que procura insaciavelmente ser original e impactante e dotada de um sentido diferenciador.
Mas planear espaços, seja em que lugar for, é bem mais do que algo supérfluo, gera qualidade de vida e ajuda a rentabilizar espaços. Por isso, o reconhecimento do *design* tem vindo a aumentar nos últimos anos.
A par com a arquitetura, o *design* de interiores consegue criar a simbiose perfeita entre o espaço e o *lyfestyle* de cada casa ou lugar, cada projeto tem de ser original, único e marcante, pautado de notas deferidas pelo cliente final. Essa leitura dita o sucesso de cada projeto.
A mistura de elementos e de culturas cria ambientes harmoniosos e coerentes. Ambientes para serem vividos e desfrutados.
A necessidade de ser multicultural nas nossas escolhas, o ir além-fonteiras, ajudou o *Design* de Interiores a ganhar o espaço e a importância que hoje em dia faz com que todos os projetos tenham a assinatura final de um *designer*.
Esse trabalho e essa perícia passa pelas mãos de um *Designer* de Interiores. Passa por nós, "No Place Like Home".

Interior Design – The perfect symbiosis between functionality and lifestyle

Renovated buildings are increasingly in vogue, especially in large cities, such as Oporto and Lisbon.
The houses we call home have once again become the most important space in our lives, ensuring that every sqm is used to its fullest potential, giving maximum value to light and harmony of materials, the lifestyle of inhabitants and functionality.
In former times, when you talked about interior design, the first thing that came to mind would be something superfluous and meaningless. Today design dictates a generation insatiably seeking to be original and impactful and endowed with a sense for being different.
But planning spaces wherever they are is much more than something superfluous; it creates quality of life and helps to maximise the value of spaces. That is why design is increasingly recognised in recent years.
Along with architecture, interior design manages to create the perfect symbiosis between space and the lifestyle of each house or place; each project must be original, unique and striking, based on the wishes of the final client. This reading ensures the success of every project.
The blend of elements and cultures creates harmonious and coherent environments. Environments to be lived and enjoyed.
The need to be multicultural in our choices, to look abroad, has helped interior design to rise in status and achieve the importance, meaning that nowadays all projects have the final signature of a designer.
This work and this expertise is ensured by an interior designer. It is ensured by us, "No Place Like Home".

We Tailor-Make Interiors.

Architecture and Engineering / Interior Design / Consulting / Construction Management



TENDENZA - INTERIORS AND ARCHITECTURE STUDIO

Rua do Comércio, Centro Comercial "O Tradicional", Loja G, 8135-126 Almancil - Portugal
+351 289 358 017 / info@tendenza.pt

www.tendenza.pt

talking to:

RITA GLÓRIA

T MARIA PIRES RITA GLÓRIA INTERIOR DESIGN

"As viagens fazem milagres na criatividade"

Conhecemo-la dos ecrãs televisivos, do famoso programa *Querido, Mudei a Casa!*, e ninguém fica indiferente ao seu sorriso fácil e energia contagiante. Chama-se Rita Glória e é licenciada em Design de Interiores pelo IADE, em Lisboa. Muito antes desta formação superior, já andava de feira em feira com a sua mãe, também ela *designer* de interiores, a perceber e admirar as tendências do mundo da decoração. Do seu *curriculum* fazem parte uma passagem por um gabinete de arquitetura e também o seu trabalho com a decoradora Sofia Costa. Diz-nos que as viagens que faz são uma grande fonte de inspiração e que prefere desenvolver projetos em restaurantes, lojas, hotéis, já que lhe permitem um maior arrojo. Para a *designer*, uma decoração sem acessórios está inacabada, porque são eles que personalizam o espaço e contam a história de quem o habita. Doravante, Rita pretende consolidar, cada vez mais, a sua empresa e desenvolver projetos de maior dimensão e projeção.

Quando é que nasceu o seu interesse pela área do *design* de interiores?
Podemos dizer que cresci neste meio, já que a minha mãe é decoradora. Desde muito nova que andava de feira em feira a ver as novas tendências e a absorver várias culturas diferentes.

O que inspira Rita Glória?
Tudo um pouco, mas, sem dúvida, continuo a achar que as viagens fazem milagres na criatividade. Por vezes estamos com tanta pressão que nada como sair do nosso "cantinho" para darmos asas à imaginação.

Há alguma marca ou 'assinatura' que permita identificar um projeto como seu?
Penso que é um pouco por fases. Já foram as fitas de seda, agora talvez sejam as bricolages que gosto de fazer para personalizar cada espaço, identificando-o com quem o utiliza.

De que forma a sua participação/colaboração no programa televisivo *Querido, Mudei a Casa!* influenciou a sua carreira?
Eu adoro fazer o programa, e penso que isso se reflete no trabalho que apresento. Não sei se influenciou a minha carreira, mas a confiança que os meus clientes têm no meu trabalho aumentou de certeza!

Que tipo de espaços gosta mais de decorar?
Eu gosto muito de fazer restaurantes e lojas, pois, como são para uma estadia curta, permite-nos arrojar um pouco mais. Também gosto de intervir em hotéis. Adoraria fazer um do início ao fim, mas, por enquanto, tenho feito pequenas intervenções em quartos, salas de pequenos-almoços e *lobbies*.

É fácil conciliar o seu estilo, as suas ideias, com as pretensões dos clientes?
Cada vez é mais fácil, pois, como os clientes vão conhecendo melhor o meu trabalho, já sabem o que me caracteriza e sabem que vou sempre pensar no melhor para o espaço e para a sua vivência no mesmo.

O que não deve faltar numa casa em termos de decoração?
Acessórios! Para mim uma casa sem "tarecos" não está finalizada, são esses pequenos objetos que contam a história da família e fazem com que se distinga uma casa da outra.

Considera que o interesse dos portugueses por recorrer a um *designer* de interiores tem vindo a crescer?
Sim, sem dúvida. As pessoas entenderam o valor do nosso trabalho e perceberam também que, por vezes, não significa gastar mais, mas sim dar funcionalidade, conforto e objetivo a cada ambiente.

"As pessoas entenderam o valor do nosso trabalho e perceberam também que, por vezes, não significa gastar mais"

Há algum projeto desenvolvido por si pelo qual sinta particular orgulho ou predileção?
Estou neste momento a desenvolver um *lobby*, uma sala de pequenos-almoços e um pátio interior num hotel na Figueira da Foz: o "Hotel Wellington". Estou muito satisfeita com o decorrer do processo. Acho que vai ficar um espanto!

O que ambiciona para o futuro?
Profissionalmente, ambiciono muito, quero, cada vez mais, consolidar o trabalho da minha empresa com projetos de maior dimensão e projeção, sempre valorizando os aspetos essenciais de funcionalidade, conforto e criatividade... muita criatividade!

"Travelling does wonders for your creativity"

She's a well-know face from Portuguese television, from the show *Querido, Mudei a Casa!* [Dear, Changed Home!], and no one remains unaffected by her easy smile and contagious energy. Her name is Rita Glória and she earned her degree in Interior Design from IADE, in Lisbon. Long before this further education, she would go from fair to fair with her mother, also an interior designer, taking in and admiring the trends of the world of decoration. Her CV includes time spent at an architecture firm and work with interior decorator Sofia Costa. She tells us that the travels she makes are a great source of inspiration and she prefers to create design projects for restaurants, shops, hotels, as they allow her to be more daring. For Rita, decoration without accessories is unfinished, because it is these that personalise the space and tell the story of the person who inhabits it. From now on, Rita intends to further establish her company and to work on projects of greater size and presence.

When did your interest in the field of interior design come about?
You could say that I grew up in this environment, since my mother is an interior designer. From a very young age, I would go from fair to fair to see new trends and absorb many different cultures.

What inspires Rita Glória?
A little bit of everything, but, without a doubt, I still believe that travelling does wonders for your creativity. Sometimes you are under so much pressure that there is nothing like leaving your "little corner" to stretch your imagination.

Is there any branding or 'signature' that helps to identify a project as being yours?
I think that it has a bit to do with phases. It has been silk ribbon before, now maybe it's the DIY I like to do to customize each space, identifying it with the person who uses it.

How has your participation/collaboration on the TV show *Dear, Changed Home!* influenced your career?
I love doing the show, and I think this is reflected in the work I do. I do not know if it has influenced my career, but the confidence that my clients have in my work has certainly increased!

What kind of spaces do you most like to decorate?
I really like to do restaurants and shops, because, as they are only for short visits, this allows you to be bolder. I also like to do work in hotels. I'd love to do one from start to finish, but, for the time being I've been doing small projects, for rooms, breakfast rooms, and lobbies.

Is it easy to reconcile your style, your ideas, with the wishes of your clients?
It's becoming easier and easier, because, as clients are becoming more aware of my work; they already know what my work is like and they know that I will always think of the best for the space and for their experience in it.

What should not be missing in a house in terms of decoration?
Accessories! For me a house without knickknacks is unfinished. These small objects are what tell the family history, and make it what distinguish one house from another.

Do you think that the Portuguese are more interested in seeking the services of an interior designer?
Yes, without a doubt. People have understood the value of our work and have also come to realise that sometimes this doesn't mean spending more, but rather giving functionality, comfort, and purpose to each environment.

Do you have any particular project you have created for which you feel particular pride or fondness?
I am currently working on a lobby, a breakfast room and an inner courtyard for a hotel in Figueira da Foz: the "Hotel Wellington". I am very pleased with how the process is going. I think it will look stunning!

"People have understood the value of our work and have also come to realise that sometimes this doesn't mean spending more"

What aspirations to you have for the future?
Professionally, I have many aspirations. I want to further establish my company's work with larger projects, with greater presence, while always valuing the essential aspects of functionality, comfort and creativity...a great deal of creativity!

MILK

Mosaïque Surface

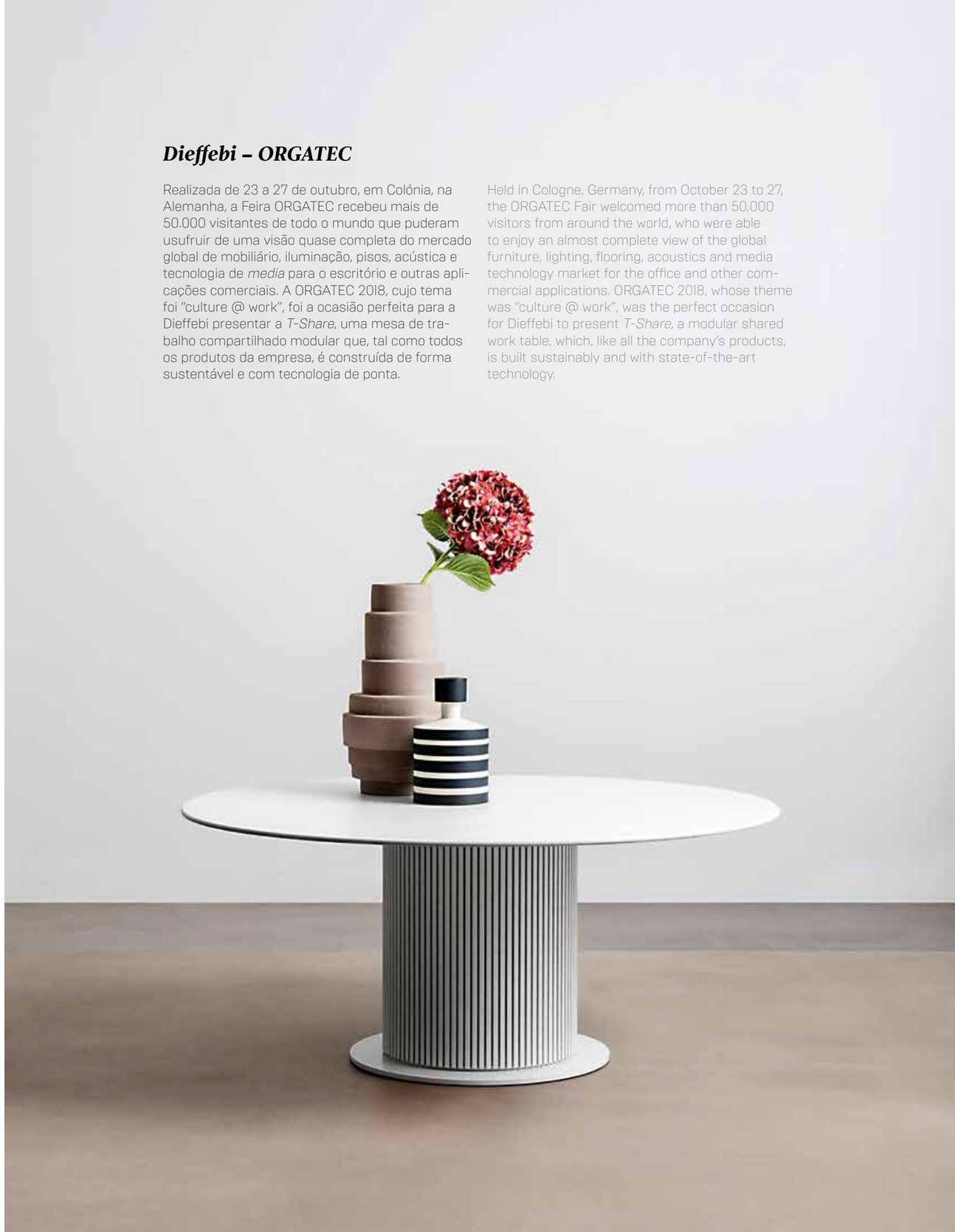
Disponível em mais de 250 *showrooms* de todo o mundo, a *French Quarter* é a maior e mais sofisticada coleção que a empresa Mosaïque Surface – uma empresa canadense nascida em 1992, vista como líder no mercado dos mosaicos, pela qualidade do *design* e da execução – criou até agora. Apresentando mais de 30 padrões de mosaicos diferentes, disponíveis em quase cem pedras naturais, 16 cores de vidro veneziano e várias opções de incrustações de metal, *French Quarter* reúne quatro histórias, todas inspiradas pela doçura do sul e pelos interiores de luxo do passado.

Available in more than 250 showrooms around the world, *French Quarter* is the largest and most sophisticated collection that the company Mosaïque Surface – a Canadian company founded in 1992, seen as the market leader in mosaics, given the quality of design and execution – has created thus far. Featuring more than 30 different mosaic patterns, available in nearly 100 natural stones, 16 Venetian glass colours and various metal inlay options, *French Quarter* brings together four stories, all inspired by the sweetness of the south and the luxurious interiors of the past.

Dieffebi – ORGATEC

Realizada de 23 a 27 de outubro, em Colónia, na Alemanha, a Feira ORGATEC recebeu mais de 50.000 visitantes de todo o mundo que puderam usufruir de uma visão quase completa do mercado global de mobiliário, iluminação, pisos, acústica e tecnologia de *media* para o escritório e outras aplicações comerciais. A ORGATEC 2018, cujo tema foi "culture @ work", foi a ocasião perfeita para a Dieffebi presentar a *T-Share*, uma mesa de trabalho compartilhado modular que, tal como todos os produtos da empresa, é construída de forma sustentável e com tecnologia de ponta.

Held in Cologne, Germany, from October 23 to 27, the ORGATEC Fair welcomed more than 50,000 visitors from around the world, who were able to enjoy an almost complete view of the global furniture, lighting, flooring, acoustics and media technology market for the office and other commercial applications. ORGATEC 2018, whose theme was "culture @ work", was the perfect occasion for Dieffebi to present *T-Share*, a modular shared work table, which, like all the company's products, is built sustainably and with state-of-the-art technology.



Ingrid Külper – Mattahari

A *designer* sueca Ingrid Külper, fundadora da empresa Mattahari, foi premiada com prata, em Itália, nos *A'Design Award and Competition 2018*, na categoria *Móveis e Itens Decorativos*, pela criação do tapete *Edge* e da carpete *Morpheus*. Enquanto *Edge*, um tapete onde sobressaem quadrados e triângulos, é tufado à mão e costurado com fio de fibra de banana, *Morpheus* é uma carpete convertível feita em fibras naturais que formará padrões diferentes, dependendo de como são colocados os 'mosaicos' antiderrapantes. É adequada para espaços públicos e particulares.

Swedish designer Ingrid Külper, founder of the company Mattahari, has been awarded silver at the *A'Design Award and Competition 2018*, in Italy, in the *Furniture and Decorative Items* category, for the creation of the *Edge* rug and the *Morpheus* rug. While *Edge*, a rug in which squares and triangles stand out, is hand tufted and sewn with banana fibre, *Morpheus* is a convertible rug made of natural fibres that will form different patterns, depending on how the non-slip 'mosaics' are positioned. It is suitable for public and private spaces.

Larsen – MY Home Collection

Larsen é o novo sofá modular da My Home Collection que redesenha a sala de forma criativa graças às inúmeras combinações. A beleza e singularidade de *Larsen* residem nos detalhes, quase imperceptíveis aos olhos, mas que representam a verdadeira essência desta peça extraordinária de mobiliário. *Larsen* é composto por uma estrutura de madeira e aço, almofadas de espuma de poliuretano e forro de fibra de poliéster. As pernas que sustentam o quadro são em aço lacado. As proporções de *Larsen* garantem grande conforto e uma estética equilibrada e harmoniosa.

Larsen is the new modular sofa from My Home Collection, which creatively redesigns your living room thanks to its numerous combinations. The beauty and uniqueness of *Larsen* lies in its details, almost imperceptible to the eyes, but which represent the true essence of this extraordinary piece of furniture. *Larsen* is made up of a wooden and steel structure, polyurethane foam cushions and polyester fibre lining. The legs that support the frame are in lacquered steel. The proportions of *Larsen* guarantee great comfort and a balanced and harmonious aesthetic.

WETSTYLE

WETSTYLE é um fabricante de móveis/louças de casa de banho de gama *premium* que, neste outono-inverno, lançou três novas banheiras, para atender às demandas das diferentes necessidades do consumidor. Enquanto *Cloud* mistura o lado *vintage*, proporcionado pela forma *flare*, e simultaneamente contemporâneo, conferido pelas formas fluidas, *Straight* é um pouco menor e tem uma aparência retangular e contemporânea, suavizada por curvas. *Wave*, o mais pequeno dos três modelos, reflete o movimento do oceano e, pela sua dimensão, enquadra-se em qualquer casa de banho.

WETSTYLE is a manufacturer of premium-range bathroom furniture and sanitary ware, which, for this autumn-winter, has launched three new bathtubs to meet the demands of different consumer needs. While *Cloud* blends the vintage side, provided by its flare shape, with a simultaneously contemporary side, imparted by fluid forms, *Straight* is a bit smaller and has a contemporary rectangular look, softened with curves. *Wave*, the smallest of the three models, reflects the movement of the ocean and, given its size, fits into any bathroom.

ABCyclette

Com o seu *design* criativo (que oscila entre ângulos de visão intrigantes e sinalização urbana) e cores cintilantes, ABCyclette é muito mais do que um lugar para estacionar a bicicleta. É um verdadeiro ponto de encontro, reconhecível e identificável ao longe. O projeto teve origem num concurso organizado pela cidade do Québec, Canadá, e foi desenvolvido pela Hatem + D em colaboração com a GID Design Industrial. Com os satélites e o aplicativo do Google Maps, os usuários podem identificar e localizar rapidamente os bicicletários na cidade.

With its creative design (which sways between intriguing viewpoints and urban signage) and bright colours, ABCyclette is much more than a place to park your bike. It is a true meeting point, recognisable and identifiable from a distance. The project originated in a contest organised by Quebec City, Canada, and was developed by Hatem + D Architecture in collaboration with GID Design Industriel. With satellites and the Google Maps app, users can quickly identify and locate bike racks in the city.

Manfredi Style

No centro de Milão, no coração do distrito de Brera, em via Palermo 5, Manfredi Style – uma iniciativa multidisciplinar que trabalha no campo de Arte e *Design* – apresenta *Aesthetic Visions*, uma viagem através de elementos do *design* contemporâneo. A exposição combina visões estéticas de *designers* de diferentes continentes que seguem um estilo contemporâneo único que se reflete na escolha dos materiais e nos processos criativos. Youth Editions (França), Ahryun Lee (Coreia do Sul), Les Ottomans (Itália), Merve Kahraman (Turquia) foram alguns dos *designers* presentes na exposição.

In the centre of Milan, in the heart of the Brera district, at Via Palermo 5, Manfredi Style – a multidiscipline initiative that works in the field of Art and Design – presents *Aesthetic Visions*, a journey through elements of contemporary design. The exhibition combines aesthetic visions of designers from different continents, who follow a unique contemporary style that is reflected in the choice of materials and in the creative processes. Youth Editions (France), Ahryun Lee (South Korea), Les Ottomans (Italy) and Merve Kahraman (Turkey) are among the designers present at the exhibition.

Cromatica – CEDIT

A empresa italiana Florim está a relançar a marca CEDIT, criada com o desejo de explorar novos métodos de expressão através de colaborações com nomes sonantes do *design*. A CEDIT está a relançar essas colaborações, criando uma variedade de coleções de cerâmica concebidas por artistas italianos, que são o resultado de um intenso diálogo entre expressividade, artesanato e tecnologia. *Cromatica* é uma dessas coleções, criada pela Formafantasma (Andrea Trimarchi e Simone Farresin). *Cromatica* está disponível em seis cores codificadas e dois acabamentos de superfície.

Italian company Florim is re-launching the CEDIT brand, created with the desire to explore new methods of expression through collaborations with big names in the design world. CEDIT is re-launching these collaborations, creating a variety of ceramic collections designed by Italian artists, which are the result of an intense dialogue between expressiveness, craftsmanship and technology. *Cromatica* is one of these collections, created by Formafantasma (Andrea Trimarchi and Simone Farresin). *Cromatica* is available in six coded colours and two surface finishes.

Feathr – Finland Toile

Por ocasião da cimeira entre Trump e Putin, em Helsínquia, na Finlândia, em julho último, algumas empresas viram no encontro entre os dois líderes mundiais uma oportunidade para lançar novos produtos e alertar consciências. Foi o caso da Feathr, uma empresa de decoração de interiores, que projetou um papel de parede especial. Misturando o tradicional estilo *Toile de Jouy* com ilustrações nórdicas modernas, o papel de parede *Finland Toile* apresenta dez características que ajudaram a tornar a Finlândia num dos países mais progressistas e felizes do mundo.

On the occasion of the Trump-Putin summit in Helsinki, Finland, last July, some companies saw the meeting between the two world leaders as an opportunity to launch new products and raise awareness. This was the case with Feathr, an interior design company, which designed a special wallpaper. Blending the traditional *Toile de Jouy* style with modern Nordic illustrations, the *Finland Toile* wallpaper features ten characteristics that have helped make Finland one of the most progressive and happiest countries in the world.

Fritz Hansen – DropTM of Color

Às vezes, tudo o que é preciso é uma gota de cor, para dar nova vida a um ícone do *design*. Este ano, a popular cadeira *DropTM* da Fritz Hansen ganha um novo visual com a adição de quatro novas cores. Juntamente com o clássico preto e branco já existente, a cadeira veste-se agora de cinza e também três divertidos tons: rosa, amarelo e azul. Simultaneamente foi criada uma nova almofada disponível em dois tons de cinza, oferecendo maior conforto, mas mantendo a estética do *design* original. As *DropTM of Color* estão à venda desde fevereiro de 2019.

Sometimes all it takes is a drop of colour to bring new life to a design icon. This year, Fritz Hansen's popular *DropTM* chair gets a new look with the addition of four new colours. Together with the classic black and white that already exists, the chair now comes in grey and also three fun shades: pink, yellow and blue. At the same a new cushion has been created available in two shades of grey, offering greater comfort, while maintaining the aesthetics of the original design. The *DropTM of Color* are on sale since February 2019.

mambo unlimited ideas

Com sede em Lisboa, onde profissionais talentosos reúnem energias para desenvolver produtos de *design*, a mambo unlimited ideas parte de uma minuciosa pesquisa e da partilha de experiências e ideias de cada membro da equipa para criar. A mambo desenvolve peças contemporâneas com base em materiais e técnicas tradicionais portugueses, o que dá a cada peça exclusividade, singularidade e qualidade ímpar. Este processo criativo combina o que a mambo tem de melhor – criatividade inovadora e produção artesanal experiente.

With its base in Lisbon, where talented professionals pool energies to develop design products, mambo unlimited ideas uses thorough research and the sharing of experiences and ideas from each team member to create. mambo develops contemporary pieces based on traditional Portuguese materials and techniques, which gives exclusivity, singularity and unique quality to each piece. This creative process combines what mambo is best at – innovative creativity and experienced craft production.

Karice – Olah Table Lamp

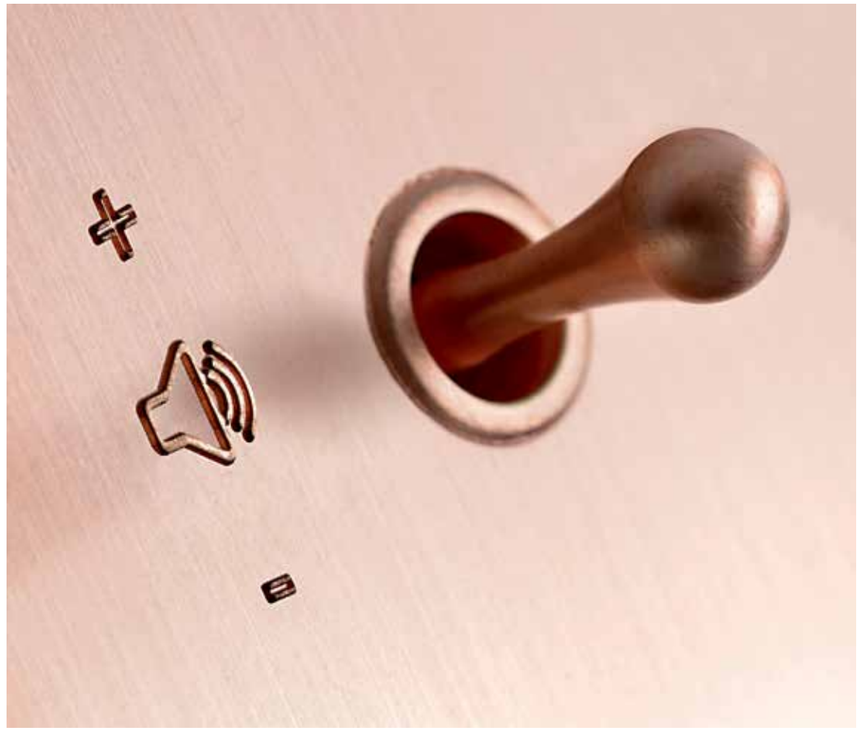
O *designer* internacionalmente premiado, Maurice Dery, e a sua equipe da Karice revelam a sua mais nova criação de iluminação, o *Olah Table Lamp*, que combina a inovação tecnológica com um *design* elegante e sofisticado. Assim como o seu antecessor (*Olah Wall Sconce*), o *Olah Table Lamp* ilumina-se num anel sem fixadores visíveis, proporcionando uma estética limpa e acabada. A caixa e a base, sem uniões aparentes, têm um sofisticado acabamento dourado anodizado. O *Olah Table Lamp* pode ser colocado num pedestal para criar uma obra de arte escultural.

Internationally awarded designer Maurice Dery and his team at Karice unveil their latest lighting creation, the *Olah Table Lamp*, which combines technological innovation with elegant and sophisticated design. Like its predecessor (*Olah Wall Sconce*), the *Olah Table Lamp* illuminates on a ring with no visible fasteners, giving a clean finished aesthetic. The box and base, with no visible joins, have a sophisticated anodised gold finish. The *Olah Table Lamp* can be placed on a pedestal to create a sculptural work of art.

Sian Zeng – Hua Trees

Sian Zeng é uma premiada empresa londrina de *design*, conhecida pelos seus papéis de parede imaginativos, inspirados pelas próprias narrativas oníricas do *designer* Sian Zeng. Desde paisagens arrebatadoras a complexidades delicadas, cada *design* Sian Zeng é uma obra de arte original, reproduzida da maneira mais autêntica possível para preservar cada detalhe. A coleção *Hua Trees,* por exemplo, é um reflexo do património cultural da Europa e da China e é pintado à mão com tintas chinesas, sendo posteriormente digitalizado para preservar cada detalhe.

Sian Zeng is an award-winning design company from London, known for its imaginative wallpapers, inspired by the dream narratives of designer Sian Zeng. From sweeping landscapes to delicate complexities, every Sian Zeng design is an original work of art, reproduced in the most authentic way possible to preserve every detail. The *Hua Trees* collection, for example, is a reflection of the cultural heritage of Europe and of China and is hand-painted with Chinese inks, before being scanned to preserve every detail.



MELJAC

A MELJAC é uma empresa francesa que se dedica ao fabrico de equipamento elétrico de gama alta. A empresa oferece uma infinita variedade de modelos do seu catálogo, mas também atende às pretensões do cliente, criando *designs* personalizados, como pictogramas, *Braille*, etc. A MELJAC cria, por exemplo, originais interruptores em latão, vidro e porcelana, nos quais, através da tecnologia de ponta e da habilidade de artesãos, faz gravações personalizadas. O Palácio de Versalhes e o Museu do Louvre estão entre os muitos clientes para os quais a empresa trabalhou.

MELJAC is a French company dedicated to the manufacture of high-end electrical equipment. The company offers an endless variety of models in its catalogue, but also attends to the wishes of its clients, creating custom designs such as pictograms, Braille, etc. MELJAC creates, for example, original switches made out of brass, glass and porcelain, on which, through state-of-the-art technology and expert craftsmanship, it creates customised engravings. The Palace of Versailles and the Louvre Museum are among the many clients for whom the company has worked.

Karman – Cell

Cell é uma das mais recentes coleções *outdoor* da Karman, um conjunto de candeeiros concebidos pelo *designer* Matteo Ugolini, que se inspirou nas ancestrais luzes 'voadoras' que costumavam povoar os céus da China há mais de 2000 anos. *Cell* assemelha-se a uma gaiola de luz, composta por fios de aço branco e com acabamento de bronze brilhante. No seu 'coração', uma luz branca brilhante capta os olhares. A coleção *Cell* está disponível na versão de mesa, chão e teto, cada uma delas em vários tamanhos.

Cell is one of Karman's latest outdoor collections, a series of lamps designed by designer Matteo Ugolini, inspired by the ancient 'flying' lamps that have populated China's skies for over 2000 years. *Cell* resembles a cage of light, composed of white steel wires and with a shiny bronze finish. In its 'heart', a bright white light catches the eye. The *Cell* collection is available in table, floor and ceiling versions, each in a range of sizes.

Serip – Inspired by Nature

A marca portuguesa Serip, fundada em 1961, que sempre soube criar pontes criativas entre artesãos e *designers*, esteve mais uma vez presente em Paris, na *Maison & Object*, apresentando um novo conceito de espaço, as coleções mais emblemáticas e *designs* e acabamentos personalizados. *Inspired by Nature* é o mote de alguns dos *designs* exibidos, como *Folio*, *Mondrian*, *Geyser*, *Luna*, *Liquid*, entre muitos outros. Estas peças eternizam as formas esculturais da natureza, através de técnicas artesanais únicas e materiais de eleição, como bronze e vidro.

Portuguese brand Serip, founded in 1961, which has always been able to build creative bridges between craftsmen and designers, was once again present at *Maison & Objet*, in Paris, presenting a new concept of space, the most iconic collections and customised designs and finishes. *Inspired by Nature* is the motto of some of the designs on show, such as *Folio*, *Mondrian*, *Geyser*, *Luna*, *Liquid*, among many others. These pieces eternalise the sculptural forms of nature, through unique craft techniques and premium materials, such as bronze and glass.

Formae – Estensioni

Por detrás da Formae, uma jovem empresa de acessórios em metal e móveis, está uma típica história italiana: uma empresa familiar com um grande *know-how* que espera que a geração mais nova reinvente a marca. Um relógio, uma mesa lateral e um espelho fazem parte da *Estensioni*, a primeira coleção da renovada empresa. Embora a tecnologia de fabrico seja a mesma, há uma nova sensibilidade orientada para o *design*. *Estensioni* marca a criação de móveis e acessórios com linhas limpas e rigorosas, suavizadas por o uso de uma paleta de cores vivas, jovens e vibrantes.

Behind Formae, a young company dealing in metal accessories and furniture, there lies a typical Italian story: a family business with vast know-how that hopes the younger generation will reinvent the brand. A clock, a side table and a mirror are part of *Estensioni*, the renovated company's first collection. Although the manufacturing technology is the same, there is a new sensitivity geared towards design. *Estensioni* marks the creation of furniture and accessories with clean and precise lines, softened by the use of a palette of bright, vibrant and young colours.

OKHA – Magnifico

Adam Court, responsável pelo *design* de móveis da marca de luxo artesanal OKHA, perdeu-se de amores pela pedra mármore "Verde Magnifico" quando a viu pela primeira vez. Por isso mesmo, a marca sul-africana criou a coleção *Magnifico*, que usa extensivamente esta pedra nas suas peças. Exemplos disso são a mesa de café e a mesa lateral. Para as suas formas e cores, a OKHA inspirou-se na África do Sul e na sua morfologia montanhosa e rochosa, com tons vermelhos e cores de Marte, como a própria marca define.

Adam Court, responsible for furniture design of the OKHA handmade luxury brand, fell madly in love with "Magnificent Green" marble when he saw it for the very first time. For this very reason, the South African brand has created the *Magnifico* collection, which extensively uses this stone in its pieces. Examples include the coffee table and side table. OKHA found inspiration for their shapes and colours in South Africa and its mountainous and rocky morphology, with red hues and Mars colours, as the brand refers to them.

Verzelloni – Timeless Collection

A segunda geração da família Verzelloni tem sabido honrar o legado deixado por Ennio Verzelloni, que fundou a empresa de sofás e poltronas em Parma, em 1950. Aliando o *design* industrial às artes artesanais e à atenção aos mais ínfimos detalhes, Verzelloni é hoje em dia uma marca que reflete paixão, rigor, *design*, conforto e alta qualidade. *Timeless Collection* é composta pelos ícones da marca, confortáveis sofás e poltronas de elegância intemporal, que enobrecem o já de si distinto "Made in Italy".

The second generation of the Verzelloni family has been able to honour the legacy left by Ennio Verzelloni, who founded the company making sofas and armchairs in Parma in 1950. Combining industrial design with craftsmanship and attention to the smallest details, Verzelloni is nowadays a brand that reflects passion, rigour, design, comfort and high quality. *Timeless Collection* is made up of the brand's icons, comfortable sofas and armchairs of timeless elegance, which further refine the already distinct "Made in Italy" seal.

Ingo Maurer – OOPSala e a OOP'S 2

Ingo Maurer deu a conhecer na *Euroluce 2019* as suas novas luminárias da família *OOP*: a *OOPSala* e a *OOP'S 2*, que apresentam não só novos materiais, mas também têm características peculiares. *OOPSala* é uma luminária de mesa que desce do teto e tem um comprimento de 240 cm. As suas tiras paralelas de alumínio são dobradas à mão, formando uma figura circular dinâmica que se assemelha a uma escultura que emite luz. Já na *OOP'S 2*, é a leveza e sustentabilidade do papel – que vem da Büttenpapierfabrik Gmund, localizada no Lago Tegernsee, Alemanha – que assumem o protagonismo.

Ingo Maurer announced his new lights from the *OOP* family at *Euroluce 2019*: *OOPSala* and *OOP'S 2*, which not only feature new materials, but also have peculiar characteristics. *OOPSala* is a table lamp that descends from the ceiling and has a length of 240 cm. Its parallel strips of aluminium are folded by hand, forming a dynamic circular figure, which resembles a sculpture that emits light. The lightness and sustainability of paper – produced at the Büttenpapierfabrik Gmund, located on Lake Tegernsee, Germany – take on the leading role in the *OOP'S 2* model.

Cristina Jorge de Carvalho

Funcionando como uma loja *by appointment only*, o novo *showroom* de Cristina Jorge de Carvalho, fundadora e Diretora Criativa do *atelier* Cristina Jorge de Carvalho – Arquitectura e Interior Design, apresenta objetos decorativos, peças de mobiliário, tapetes, candeeiros ou apenas acessórios, como livros ou velas. As peças, intemporais e exclusivas, têm assinatura da *designer* ou de reconhecidas marcas por si representadas. O CJC Showroom situa-se num edifício do final do século XIX, na esquina da Av. da Liberdade com a R. Alexandre Herculano, em Lisboa.

Operating as a by appointment only store, the new showroom of Cristina Jorge de Carvalho, founder and creative director of the Cristina Jorge de Carvalho – Arquitectura e Interior Design studio, showcases decorative objects, furniture pieces, rugs, lamps or just accessories, such as books or candles. The timeless and exclusive pieces are designed either by the designer or by recognised brands represented by her. The CJC Showroom is located in a late 19th century building on the corner of Avenida da Liberdade and Rua Alexandre Herculano, in Lisbon.

Paolo Grasselli – Angelica

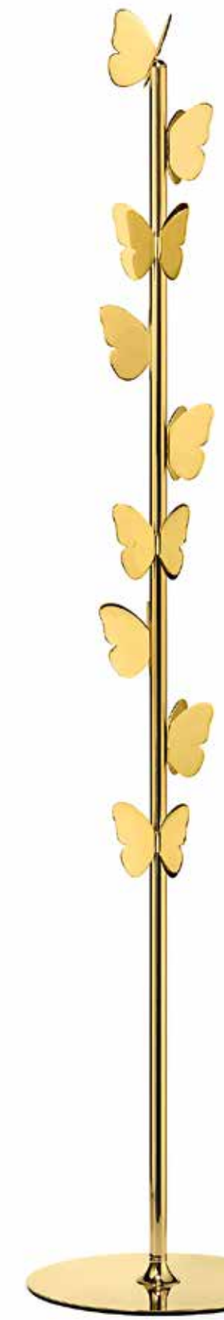
Desenhado por Paolo Grasselli, *Angelica*, como um anjo que se move no céu, é um candeeiro de parede de exterior que permite várias orientações, através do seu braço articulado que se pode rodar até 160º e do seu abajur que pode ser colocado em duas posições distintas. A sua estrutura de alumínio extrudido, leve mas muito resistente, está disponível com vários acabamentos e cores, como os clássicos branco e preto. O abajur, com um diâmetro de 45 cm, pode ser em tecido de algodão, *lycra* ou PVC lavável, e pode ter a cor que mais se adequar a cada decoração.

Designed by Paolo Grasselli, like an angel that moves in the sky, *Angelica* is an outdoor wall lamp that allows several directions, through its articulated arm that can be rotated up to 160º and its shade that can be placed in two positions different. Its extruded aluminium, lightweight yet very sturdy structure is available in various finishes and colours, such as the classics white and black. With a diameter of 45 cm the lamp shade can be made of cotton fabric, lycra or washable PVC, and can have the colour that best suits each *decor*.

GHIDINI1961 – Katana

GHIDINI1961, uma marca de *design* criada em 2016, mas tendo origem numa empresa especialista em fundição de latão e alumínio com mais de 50 anos, apresentou no *Cologne IMM 2019* e, mais tarde, na *Semana de Design de Milão*, o sofá *Katana*, de Paolo Rizzatto, e a *Coast Table*, da Branch Creative, ambos adequados para soluções hoteleiras e ambientes residenciais refinados. Enquanto o sofá se relaciona com as formas icónicas e sedutoras do *Chesterfield* clássico, a mesa tem uma silhueta simultaneamente arquitetónica e orgânica, linhas que se estendem a uma cadeira homónima: a *Coast Chair*.

GHIDINI1961, a design brand created in 2016, but with its origins in a company specialised in brass and aluminium casting for more than 50 years, presented the *Katana* sofa, by Paolo Rizzatto, and the *Coast Table*, by Branch Creative, both suitable for hotel solutions and refined residential environments, at the *Cologne IMM 2019* and later at *Milan Design Week*. While the sofa relates to the iconic and seductive shapes of the classic *Chesterfield*, the table has a simultaneously architectural and organic silhouette, lines that extend to a chair of the same name: the *Coast Chair*.



Stellar Works

Na *Stockholm Furniture & Light Fair*, a Stellar Works, a primeira marca de *design* global da Ásia, apresentou mobiliário da Neri & Hu, Space Copenhagen, David Rockwell e Hallgeir Homstvedt, em parceria com o distribuidor escandinavo Roam. Stellar Works marcou a sua estreia apresentando uma seleção dos seus *designs* mais populares, criados em colaboração com reconhecidos *designers*. A marca asiática reintroduz coleções passadas, intemporais, e coloca-as ao lado de assinaturas contemporâneas, colmatando o fosso entre o velho e o novo, o oriente e o ocidente.

At the *Stockholm Furniture & Light Fair*, Stellar Works, Asia's first global design brand, presented furniture from Neri & Hu, Space Copenhagen, David Rockwell and Hallgeir Homstvedt, in partnership with Scandinavian distributor Roam. Stellar Works marked its debut by presenting a selection of its most popular designs, created in collaboration with renowned designers. The Asian brand reintroduces past, timeless collections and places them alongside contemporary designs, bridging the gap between old and new, East and West.

Borcas – Ogen

Fazendo parte da coleção *Amsterdam*, *Ogen* é uma luminária funcional da marca Borcas, projetada pela *designer* polaca Agata Nowak. A luminária muda a forma como emite a luz, como se fossem dois abajures distintos: o difusor interno tem perfurações, graças às quais é fácil ajustar a intensidade da luz dependendo da hora do dia ou do ambiente que se quer criar. Alterar a direção das lâmpadas não requer nenhuma manobra complicada. A *Ogen* é fabricada em chapa de aço com 1 mm de espessura e está disponível em preto, cinzento, menta, azul-marinho e mostarda.

As part of the *Amsterdam* collection, *Ogen* is a functional lamp by the brand Borcas, designed by Polish designer Agata Nowak. The lamp changes the way it emits light, as if it were two distinct lamp shades: the internal diffuser has perforations, thanks to which it is easy to adjust the intensity of light depending on the time of day or the environment you want to create. Changing the direction of the lamps requires no complicated manoeuvring. *Ogen* is made from a 1mm-thick steel sheet and is available in black, grey, mint, navy blue and mustard.

Mater – Ocean

A Mater acaba de lançar a *Ocean Collection*, uma nova coleção composta por mesa e cadeira que recria o *design* original de 1955 de reconhecidos *designers* do século XX. A *Ocean Collection* foi criada pelo casal de *designers* Jørgen e Nanna Ditzel que costuma usar materiais orgânicos inovadores nos seus projetos. Nesta coleção, usaram resíduos plásticos oceânicos. A Mater e os *designers* procuraram um *design* que se pudesse encaixar neste método de produção sustentável pioneiro. Nunca a pegada ecológica e a pegada criativa tiveram uma relação tão próxima!

Mater has just launched its *Ocean Collection*, a new collection made up of table and chair that recreates the original 1955 design of renowned 20th century designers. The *Ocean Collection* was created by the designer couple Jørgen and Nanna Ditzel who normally use innovative organic materials in their projects. In this collection, they used plastic waste from the oceans. Mater and the designers sought a design that could fit into this pioneering method of sustainable production. Never have the ecological footprint and the 'creative footprint' had such a close relationship!

ImperfettoLab

Por ocasião do *Isaloni*, em Milão, a ImperfettoLab apresentou no evento, para além das peças de catálogo que nunca saem de produção – como dentro da casa de um colecionador –, as suas criações mais recentes. Resultado de uma experiência de muitos anos, a ImperfettoLab cria mesas, bancos, estantes, *pufs*, poltronas, luminárias e acessórios que nos convidam a entrar num mundo poético de figuras mitológicas e de formas orgânicas. É essa linguagem que traz algo de novo à criação, trabalhando de uma forma quase artesanal matérias-primas como a fibra de vidro, ou o concreto.

On the occasion of the *Isaloni* in Milan, ImperfettoLab presented its most recent creations at the event, in addition to catalogue pieces that never go out of production – as if inside the house of a collector. The result of many years experience, ImperfettoLab creates tables, benches, shelves, poufs, armchairs, lamps and accessories that invite us to enter a poetic world of mythological figures and organic forms. It is this language that brings something new to creation, working raw materials such as fibreglass, or concrete, almost in artisan way.

UNION CORPORATION

A UNION CORPORATION, empresa japonesa líder na indústria de maçanetas, fundada em Osaka em 1958, estreou-se no mundo da arquitetura internacional na *Semana de Design de Milão* com a instalação evocativa *One Design - One Handle*, que foi visitada por um vasto e entusiasta público. Projetada pelo arquiteto Tsuyoshi Tane, a exposição mostrou um impressionante percurso ao longo de mais de 60 anos de história da empresa, exibindo as mais antigas técnicas japonesas artesanais e projetos de *design* contemporâneos que se materializam através de tecnologia de ponta.

UNION CORPORATION, a leading Japanese company in the handle industry, founded in Osaka in 1958, made its debut in the world of international architecture at *Milan Design Week* with the evocative *One Design - One Handle* installation, which was visited by a vast and enthusiastic public. Designed by architect Tsuyoshi Tane, the exhibition showed an impressive journey through more than 60 years of the company's history, showcasing the oldest Japanese artisan techniques and contemporary design projects that come into being through cutting-edge technology.

Cobermaster Concept Cobermaster 3D Grating

Os 15 anos de experiência e o grande investimento no desenvolvimento de novos materiais permitiram que a Cobermaster Concept criasse a *Cobermaster 3D Grating*, uma nova malha metálica presente em todas as suas peças de mobiliário. Se num primeiro soslaio o mobiliário se destaca pelo *design* e pela fusão entre a malha metálica e outros materiais, numa observação mais demorada ganham relevo a qualidade e detalhes de fabrico. Na próxima edição da *HABITAT*, em setembro, em Valência, a empresa irá mostrar que dá resposta a pequenos e grandes projetos com peças *standard* ou por medida.

15 years of experience and major investments in new material development enabled Cobermaster Concept to create *Cobermaster 3D Grating*, a new metallic grating present in all its pieces of furniture. If at first glance the furniture stands out for its design and for the fusion between metallic grating and other materials, if you take a closer look, the manufacturing quality and details come to the fore. At the next edition of *HABITAT*, to be held in Valencia in September, the company plans to show how it can cope with small and large projects with standard or made-to-measure pieces.

ARAN Cucine – Lover

Num mundo em constante mudança e às vezes incerto, a flexibilidade e a funcionalidade são conceitos imprescindíveis. Neste sentido, a ARAN Cucine criou a *Cover*, uma cozinha única, personalizável e continuamente renovável. A grande peculiaridade desta cozinha são as portas patenteadas, feitas com um painel laminado em LPL, ligado a um metal fino, que é o suporte ideal para os gráficos impressos em filmes magnéticos de PVC. Os filmes aderem à superfície dos módulos de cozinha com extrema facilidade, oferecendo a máxima possibilidade de personalização.

In a world that is constantly changing and sometimes uncertain, flexibility and functionality are indispensable concepts. With this in mind, ARAN Cucine has created *Cover*, a unique, customisable and constantly renewable kitchen. What truly sets this kitchen apart are the patented doors, made with an LPL laminated panel, connected to a thin metal, which is the ideal support for the graphics printed on PVC magnetic films. The films adhere to the surface of the kitchen modules with extreme ease, offering the very height in customisation possibilities.

JESSE e SITLAND

O *Salone del Mobile* foi a ocasião perfeita para a Jesse e a Sitland apresentarem, num único *stand*, as suas novas coleções, combinando-as de forma harmoniosa e oferecendo uma nova visão de vida que combina ambientes privados e públicos. Espaços calorosos e acolhedores, inspirados na passagem do dia e da noite, caracterizaram o *stand*, onde os novos *designs* da Jesse, empresa de renome de mobiliário *Made in Italy*, conheceram as novas cadeiras *Sitland*, uma marca que combina alto padrão de qualidade com extensa pesquisa tecnológica.

The *Salone del Mobile* proved the perfect occasion for Jesse and Sitland to present their new collections, on a single stand, harmoniously combining them and offering a new vision of life that combines private and public environments. Warm and welcoming spaces, inspired by the passing of day and night, characterised the stand, where the new designs of Jesse, a renowned furniture *Made in Italy* company, were joined by new chairs by *Sitland*, a brand that combines high quality standards with extensive technological research.

O
OPINIÃO / OPINION

Marta Pina

DESIGNER MANAGER DA LOVE TILES
DESIGNER MANAGER FOR LOVE TILES

O meu espaço, a minha identidade

Temos vindo a assistir a uma tendência mais profunda do que as cores sazonais, que vão definindo as coleções estação após estação. Estas orientações são muito fortes e importantes em objetos mais voláteis, de rápido consumo. No entanto, este *design* massificado e globalizado está a diminuir para dar espaço a produtos mais personalizados e com conteúdo, que nos contam uma história. Esta mudança está a permitir que vejamos, cada vez mais, objetos fruto do *slow design*.
Estes produtos poderão ser uma reinterpretação de um *designer* sobre uma técnica antiga, ou um móvel da avó, ou uma peça que trouxemos de um lugar exótico nas últimas férias. Refletem a nossa identidade e tornam o nosso espaço singular.
Por isso, o nosso lar, o nosso porto de abrigo, pode ser influenciado por imensas culturas.
A vivência *hygge* e o calor de uma lareira a crepitar, a nossa manta preferida, ou o toque confortável da cerâmica podem influenciar novos produtos. Neste momento assistimos a madeiras hiper-realistas em cerâmica, onde o toque e um conforto nos remetem para uma madeira real. Uma verdadeira experiência sensorial!
Ou ainda a cultura *wabi-sabi* e como é possível admirar a beleza na imperfeição, nos objetos feitos lentamente através de um legado cultural de muitas gerações. Esta nostalgia do *hand-made* também está registada nas últimas tendências da cerâmica, conseguimos ter peças com um aspeto natural, e envelhecido, com alguma rusticidade nos acabamentos, destonalizados e disformes, acabamentos matificados, com texturas agradáveis e diferentes.
Tentamos transportar todo este sentimento de conforto para a cerâmica e penso que é aqui que está a principal tendência deste momento para o segmento casa. Na Love Tiles acompanhamos estas tendências de consumo, conciliando todo um *know-how* técnico e comercial. As novas coleções serão certamente muito confortáveis, únicas e inspiradoras!

My space, my identity

We have been witnessing a more incisive trend than the seasonal colours that usually define collections season after season. These precepts are very strong and important in more volatile, quickly-consumed objects. However, this mass and globalised design is dwindling to make room for more customised products, with content, that tell you a story. This change is allowing us to see a growing number of objects that result from a process of slow design.
These products might be a reinterpretation by a designer of an old technique, or a piece of grandmother's furniture, or a piece brought back from an exotic place on a recent holiday. They reflect our identity and make our space unique.
That is why our home, our place of refuge, can be influenced by many cultures.
The hygge experience and the warmth of a crackling fireplace, our favourite blanket, or the comfortable touch of ceramics can influence new products. At the moment hyper-realistic ceramic woods are appearing on the market, where touch and comfort remind you of real wood. A real sensory experience!
Or also the wabi-sabi culture and how you can see beauty in imperfection, in objects made slowly through a cultural legacy of many generations. This nostalgia of handmade object can also be seen in the latest ceramics trends, where you can have pieces with a natural and aged look, with a rustic feel to the finishes, faded and misshapen, matte finishes, with pleasant and different textures.
We have tried to convey all this feeling of comfort to ceramics and I think this is where to find the main trend of the moment for the home segment. At Love Tiles we follow these consumer trends, combining all our technical and commercial know-how. The new collections will certainly be very comfortable, unique and inspiring!

obra: Junqueira 223, Lisboa
arquitectura e painel: Arq.º Luis Rebelo de Andrade
fotografia: João Guimarães | JG Photo.Graphy
azulejo: Azulima- Série CE-E 14x14, Pintura Manual

AZULIMA
AZULMARMOL-REVESTIMENTOS, LDA.

tel.+351 225 511 010 www.azulima.pt info@azulima.pt

FOTO 1, 2 E 3

talking about:

CARPINBELO

T MARIA PIRES DIREITOS RESERVADOS

A arte da carpintaria

Fica na cidade berço, mas há muito atravessou as fronteiras do concelho e do país. A Carpinbelo nasceu em 2013, mas o *know-how* já vem de longe, já que o fundador, Fernando Oliveira, trabalhou muitos anos com o pai, também ele dono de uma carpintaria. Muitos dos conhecimentos que tinha transmitiu-os também à sua companheira de vida, Miria Guimarães, que hoje em dia é o seu braço direito na gerência da empresa. Ambos são responsáveis pelo sucesso da Carpinbelo, um êxito que insistiu em ficar, apesar da época de crise, porque foi na dificuldade que Fernando e Miria encontraram novas oportunidades, singrando em terras longínquas. Fernando Oliveira trabalhou com o pai durante muitos anos e foi com ele que aprendeu a arte da carpintaria. Quis o destino, porém, que seguisse caminhos diferentes, abrindo a sua própria empresa em 2013: a Carpinbelo.

O negócio prosperou e o seu trabalho, que desenvolve com paixão, começou a ser reconhecido e divulgado, porque os clientes satisfeitos são o seu principal cartão de visita e o incentivo para fazer sempre mais e melhor. A crise instalou-se em Portugal e o seu mercado, que era quase só português, teve de ser repensado, adaptado, diversificado. A Carpinbelo chegou a ter 90% de produção destinada ao mercado estrangeiro, principalmente França, Angola, Luxemburgo, entre outros. Hoje em dia continua a trabalhar para França, Luxemburgo, Suíça, Angola, Moçambique, Mónaco e, em breve, para as ilhas francesas Collectivité de Saint-Barthélemy, mas, com o mercado português em expansão, a estratégia alterou-se, sendo que 55% da produção se destina ao mercado nacional.

FOTO 4 E 5

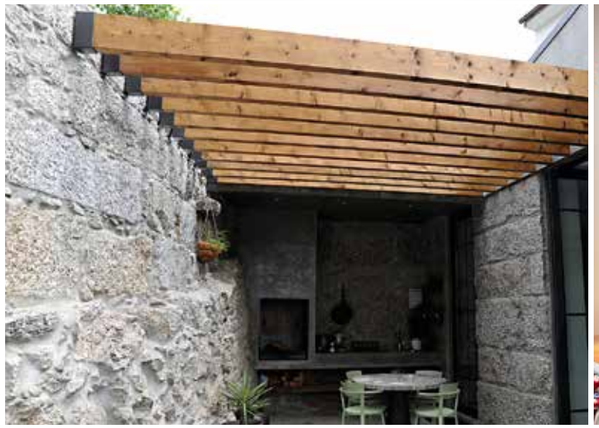


FOTO 6, 7, 8 E 9

A Carpinbelo faz todo o género de trabalhos de carpintaria exterior e interior, assim como cozinhas e mobiliário. Trabalha com todo o tipo de materiais, como lacados, folheados de madeira com verniz mate ou alto brilho, madeiras maciças. Sendo uma empresa moderna, em constante atualização de técnicas e matérias-primas,

... chegou a ter 90% de produção destinada ao mercado estrangeiro, principalmente França, Angola, Luxemburgo, entre outros.

também trabalha com materiais de vanguarda, como revestimentos Trespa, *decks* pvc, madeiras termo tratadas, usando também complementos de mobiliário, como vidro, tampos em *compac quartzo*, Silestone, Corian, ferro, inox escovado e polido e latão. As suas obras estão espalhadas aquém e além-fronteiras, sendo a prova da perícia, da qualidade e do sucesso da Carpinbelo.
Foi devido a essa excelência de conceção e ao vínculo de confiança que estabelece com todos os seus clientes que a Carpinbelo foi a empresa recomendada a empresários brasileiros para desenvolver toda a parte de carpintaria de uma conceituada loja no Porto (foto 5, 6 e 7), que será a primeira na Europa. A marca pretende, porém, abrir outras unidades, inclusive no Brasil, para as quais Fernando já está 'convocado'. Nos 300 m² da loja, cujo projeto foi desenvolvido pelas arquitetas Denise Teixeira e Sarah Silva, a empresa fez balcões, secretárias, estantes, entre muitos outros trabalhos de carpintaria que pressupuseram o uso de vários materiais, como ferro, lacados e sucupira, uma madeira nobre tipicamente brasileira.
Com 30 anos de experiência na área e com cerca de 32 funcionários altamente especializados a seu cargo, Miria Guimarães e Fernando Oliveira, como forma de prosseguir com o crescimento da empresa, que já se traduziu na compra de um pavilhão de maiores dimensões, têm projetos e sonhos para o futuro: automatizar ainda mais a carpintaria, dotá-la de melhores condições de trabalho e aumentar o número de funcionários. E um outro, ainda mais arrojado mas em curso: criar uma escola de carpintaria! Desejamos que assim seja!

The art of carpentry

It is based in the city of Guimarães, but has long since crossed the borders of the municipality and the country. Carpinbelo was founded in 2013, but the know-how behind it comes from long before this date, as its founder, Fernando Oliveira, worked for many years with his father, who also owns a carpenter's shop. Much of the knowledge he had has been passed on to his life partner, Miria Guimarães, who is now his 'right-hand man' when it comes to the company's management. Both of them are responsible for the success of Carpinbelo, a success that has persisted, despite the time of economic crisis, because it was in difficulty that Fernando and Miria found new opportunities, soaring in distant lands.
Fernando Oliveira worked with his father for many years and it was with him that he learned the art of carpentry. Fate would have it, however, that he would follow a different path, opening his own company in 2013: Carpinbelo. The business thrived and his work, a passionate undertaking for him, began to be recognised, with the word soon spreading because happy customers are his most effective source of publicity and an ongoing incentive to always do more and better. The crisis took hold in Portugal and the company's market, which was almost only Portuguese, had to be rethought, adapted, diversified. Carpinbelo got to the point of having 90% of its production destined for the foreign market, mainly France, Angola and Luxembourg, among others. Today it still works for France, Luxembourg, Switzerland, Angola, Mozambique, Monaco and, soon, for the Territorial Collectivity of Saint-Barthélemy, better known as St. Barts, but, with the Portuguese market expanding, the company's strategy has changed, with 55% of production now going to the national market.
Carpinbelo does all manner of exterior and interior carpentry work, as well as kitchens and furniture. It works with all kinds of materials, such as lacquered woods, veneer wood with matt or high gloss varnish, and solid woods. As it is a modern company, constantly updating techniques and raw materials, it also works with cutting-edge materials such as Trespa claddings, PVC decking, heat treated woods, while also using furniture complements, such as glass, tops made of *Compac Quartz*, Silestone, Corian, iron, brushed and polished stainless steel and brass. Its works can be found far and wide, at home and abroad, thus proving the skill, quality and success of Carpinbelo.
It was due to this excellence in design and to the bond

... got to the point of having 90% of its production destined for the foreign market, mainly France, Angola and Luxembourg, among others.

of trust that it establishes with all its customers that Carpinbelo was the company recommended to Brazilian businessmen to develop all the carpentry needed for a prestigious store in Oporto (photo 6, 7 and 8), which will be the first in Europe. The brand intends, however, to open other units, in Brazil too, for which Fernando is already 'summoned'. Over the 300 sqm of the store, the design of which has been developed by architects Denise Teixeira and Sarah Silva, the company has produced counters, desks, shelving, among many other carpentry works that involved the use of various materials, such as iron, lacquered woods and *sucupira*, a premium wood, typical of Brazil.
With 30 years of experience in the field and with some 32 highly specialised employees under their charge, Miria Guimarães and Fernando Oliveira, by way of continuing the growth of the company, already materialised through the purchase of a larger warehouse, have projects and dreams for the future: to further automate the carpentry workshop, endowing it with better working conditions and increasing the number of employees. And another one, even bolder, but already underway: to create a carpentry school! We certainly hope they achieve this!

FUNDADORES, MIRIA GUIMARÃES E FERNANDO OLIVEIRA

Burberry

Girando em torno do filme *Close Your Eyes and Think of Christmas*, a campanha de Natal da Burberry, celebrou a excentricidade do Natal britânico, contou com um elenco de luxo, como Kristin Scott Thomas e M.I.A, que se estrearam numa campanha Burberry ao lado de outras estrelas, como Matt Smith e Naomi Campbell. A campanha possui peças icónicas da Burberry para homens e mulheres: *trench coat, car coat*, TB monograma e lenços de *prints* de arquivo, *Belt Bag*, alfaiataria e *evening wear*. A coleção contém 16 peças.

Revolving around the film *Close Your Eyes and Think of Christmas*, Burberry's Christmas campaign, have celebrate, the eccentricity of British Christmas, features a luxury cast, including Kristin Scott Thomas and M.I.A, who make their debut in a Burberry campaign alongside other stars, such as Matt Smith and Naomi Campbell. The campaign was based on Burberry's iconic men's and women's items: trench coat, car coat, TB monogram and archive print handkerchiefs, Belt Bag, tailoring and evening wear. The collection have 16-piece.

Gucci

Quatro novos relógios Gucci, das linhas *G-Timeless* e *G-Frame*, são decorados com um *design* floral, impresso no mostrador e na bracelete. O *G-Timeless* está disponível em duas cores: bege ou água-marinha, com o motivo morango gravado no fundo da caixa. Outra particularidade é o aro em PVD ouro amarelo com elementos geométricos. Já os relógios *G-Frame* ostentam uma impressão de dimensões diferentes, uma caixa em PVD ouro amarelo e um mostrador em madrepérola branca com vidro piramidal. Os fundos das caixas têm gravada a cabeça de um felino, motivo emblemático da marca.

Four new Gucci watches, from the *G-Timeless* and *G-Frame* ranges, are decorated with a floral design, printed on the dial and bracelet. The *G-Timeless* is available in two colours: beige or aquamarine, with the strawberry motif engraved on the back of the case. Another feature is the yellow gold PVD bezel with geometric elements. The *G-Frame* watches feature a print in different dimensions, a yellow gold PVD case and a white mother-of-pearl dial with pyramidal glass. The rear of the case is engraved with the head of a cat, an iconic motif of the brand.

GUESS

A campanha *GUESS Holiday* foi fotografada nas ruas de Los Angeles, como uma homenagem às raízes da marca e zona onde está localizada a GUESS Global. A coleção de mulher apresenta uma seleção de peças festivas associadas a silhuetas modernas e intemporais. Relógios com pulseira metálica e grandes mostradores fazem parte desta campanha, assim como óculos com armações *oversized* e correntes prateadas e douradas. A coleção de calçado *Holidays* vai desde as botas pretas acima do joelho a uma variedade de sapatos e sandálias coloridos com salto alto.

The *GUESS Holiday* campaign was photographed on the streets of Los Angeles, as a tribute to the roots of the brand and area in which GUESS Global is located. The women's collection features a selection of festive items associated with modern and timeless silhouettes. Watches with metal bracelets and large dials are part of this campaign, as are glasses with oversized frames and silver and gold chains. The *Holidays* footwear collection ranges from black above-the-knee boots to a variety of colourful high-heeled shoes and sandals.

Givenchy

Givenchy lançou a coleção *Mystic Glow*, composta pelo *Mystic Glow Powder*, um pó usado como sombra ou para as maçãs do rosto, dois batons semi-mate *Le Rouge* nas cores *Carmin Escarpin* e *Grenat Initié*, o pó solto matificante *Prisme Libre*, na cor *Satin Blanc*, e *Dual Liner*, um 'dois em um' de sombra e *eyeliner*, nas cores *Mystic Red* e *Mystic Gold*. A coleção *Mystic Glow* é dedicada às mulheres radiantes, sedutoras, autoconfiantes e que celebram a vida.

Givenchy has launched the *Mystic Glow* collection, consisting of *Mystic Glow Powder*, a powder used as an eye shadow or for the cheekbones, two *Le Rouge* semi-matt lipsticks in *Carmin Escarpin* and *Grenat* Initié colours, the *Prisme Libre* colour-correcting loose powder, in *Satin Blanc* colour, and *Dual Liner*, a 'two in one' eye shadow and eyeliner, in *Mystic Red* and *Mystic Gold* colours. The *Mystic Glow* collection is dedicated to radiant, seductive, self-confident women, who celebrate life.

Adidas x CNCPTS Sanctuary

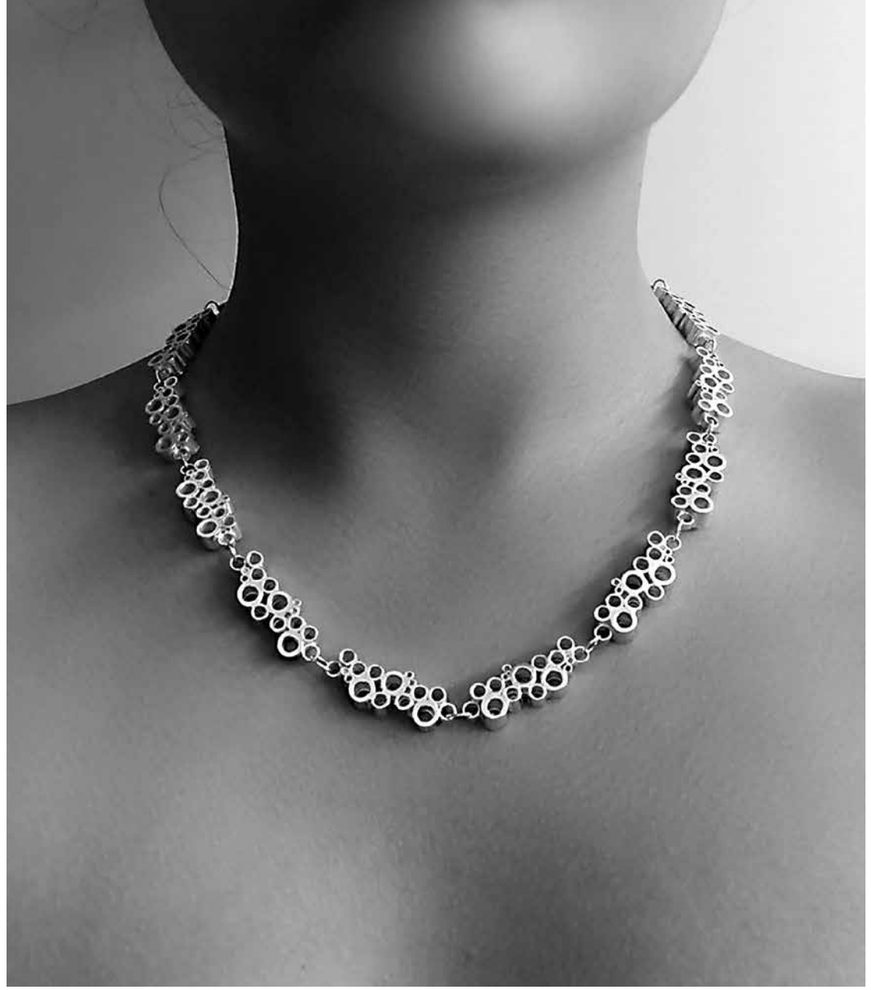
A novíssima loja Adidas x CNCPTS Sanctuary, na Newbury St., em Boston, contou com a assinatura de Sid Lee Architecture, que captou o espírito da cidade onde está instalada. Esta é a terceira vez que o gabinete de arquitetura colabora com a Adidas e CNCPTS. Mais que uma loja, Sanctuary é um local de culto, onde os fãs se podem reunir, apreciar as coleções e se equipar com as peças mais icónicas. Quase subterrânea, a loja cria três ambientes distintos: de descoberta, pausa e admiração. Minimalismo, luz, espelhos e vidro dão destaque aos produtos.

The brand-new Adidas x CNCPTS Sanctuary store, on Newbury St., in Boston, was designed by the team at Sid Lee Architecture, who have captured the spirit of the city in which it is found. This is the third time that the architecture firm has worked with Adidas and CNCPTS. More than a store, Sanctuary is a place of worship, where fans can come together, enjoy collections and kit themselves out in the most iconic pieces. Almost underground, the store creates three distinct environments: for discovery, taking a break and admiration. Minimalism, light, mirrors and glass highlight the products.

IWC

A nova edição que comemora os 150 anos do *Grande Relógio Aviador Calendário Anual* da IWC está agora disponível em edição limitada a cem unidades. Com uma caixa em aço inoxidável, mostrador azul, acabamento em verniz e ponteiros rodinados, este relógio apresenta também um calendário que mostra o mês, a data e o dia da semana em três janelas separadas, necessitando apenas de uma correção anual. A corda Pellaton com componentes de cerâmica permite uma reserva de marcha de sete dias. O movimento de relógio é visível através do fundo com vidro safira.

The new edition commemorating the 150th anniversary of the *Big Pilot's Watch Annual Calendar* from IWC is now available in an edition limited to one hundred units. With a stainless steel case, blue dial, varnish finish and rhodium plated hands, this watch also features a calendar that displays the month, date and day of the week in three separate windows, requiring only one annual correction. The Pellaton automatic winding with ceramic components enables a seven-day power reserve. The watch movement is visible through the sapphire glass back.



Dalloz+Romiti

Depois do sucesso no Brasil, o seu país natal, os *designers* Diogo Dalloz e Ni Romiti acabam de abrir uma loja-atelier de joalharia contemporânea, nas Galerias Lumière, na Invicta. Além de expor as coleções de ambos os *designers*, será um espaço de interação e experiência, em que os visitantes poderão assistir à manufatura das peças e participar na sua criação. Em Portugal, para além da loja própria, as joias Diogo Dalloz podem ser encontradas em www.diogodalloz.pt e na loja do Museu de Serralves. As peças de Ni Romiti podem ser adquiridas em www.niromiti.com.br.

Following its success in Brazil, their home nation, designers Diogo Dalloz and Ni Romiti have just opened a contemporary jewellery shop in the Galerias Lumière, in Oporto. In addition to displaying the collections of both designers, it will be a space of interaction and experience, in which visitors will be able to watch the pieces being made and participate in their creation. In Portugal, in addition to the store itself, Diogo Dalloz jewellery can be found at www.diogodalloz.pt and at the Serralves Museum shop. Ni Romiti pieces can be purchased at www.niromiti.com.br.

Triumph – Liv Tyler

Inspirada no que gosta de vestir, mas também com outras mulheres em mente, a atriz Liv Tyler desenhou para a Triumph duas séries de *lingerie* luxuosas e elegantes que fazem parte da coleção outono-inverno da marca: *Luxury* e *Smooth Essence*. Estas coleções de edição limitada, que combinam o ADN da Triumph e o amor de Liv pelo *design* de *lingerie*, são compostas por *soutiens*, cuecas e camisas de noite, sendo que uma das peças-chave é um *soutien push-up* com aro, com um acabamento em seda e que pode ser utilizado à vista ou com calções de seda a combinar.

Inspired by what she likes to wear, but also with other women in mind, actress Liv Tyler has designed for Triumph two luxurious and elegant ranges of lingerie that are part of the brand's autumn-winter collection: *Luxury* and *Smooth Essence*. These limited-edition collections, which combine Triumph's DNA and Liv's love of lingerie design, are made up of bras, underwear and nightgowns, one of the key pieces being a wired push-up bra with a silk finish that can be worn in plain view or with matching silk shorts.

Elisabetta Franchi

Porque comemora 20 anos, a marca Elisabetta Franchi lança uma coleção cápsula que incorpora peças icónicas, representativas dos seus modelos mais famosos. Materializada apenas em vermelho, a cor mais característica da marca, a coleção tem outra particularidade: no interior das peças, existe uma estampagem que representa Elisabetta rodeada dos seus colegas, da sua cadela *Cherie* e ainda um bolo utilizado como chapéu, como referência ao aniversário. Outros pequenos detalhes, como botões com o número 20, denunciam a celebração.

As it celebrating 20 years, the Elisabetta Franchi brand has launched a *capsule* collection that includes iconic pieces, representing its most famous models. Made in red only, the brand's most characteristic colour, the collection has another particularity: on the interior of the pieces, there is a print showing Elisabetta surrounded by her colleagues, her dog *Cherie* and also a cake worn as a hat, as a reference to the anniversary. Other small details, such buttons with the number 20, give away the celebration.

Portuguese Jewellery

Living Coral é a cor do ano de 2019, uma cor "vibrante, mas ao mesmo tempo suave", como a define a Pantone. Não é rosa, mas também não é laranja, estando no meio dos dois tons e emitindo uns reflexos dourados e brilhantes. Pelas ruas de todo o mundo e também nas *passerelles*, a cor já desfila, conjugada com peças de joalharia em ouro rosa ou prata, uma tendência crescente na joalharia nacional. A Portuguese Jewellery sugere algumas elegantes peças, como o colar *Monseo - Portuguese Jewellery Serralves Special Edition*, em ouro rosa e diamantes.

Living Coral is the colour for 2019, a "bright, yet at the same time soft" colour, as defined by Pantone. It is not pink, but neither is it orange, sitting in the middle of the two shades, letting out golden and bright reflections. On the streets all around the world and on the catwalks too, the colour is already a strong presence, combined with pieces of jewellery in pink gold or silver, a growing trend in the nation's jewellery. 'Portuguese Jewellery' suggests some elegant pieces, such as the *Monseo - Portuguese Jewellery Serralves Special Edition* necklace, in pink gold and diamonds.

Galénic

Aqua Porcelaine da Galénic é uma coleção de fórmulas que usa o poder da luz para reavivar a beleza da pele. A missão de aclarar, hidratar e alisar é conseguida através de ativos reconhecidos, em composições precisas, garantindo, assim, a sua eficácia. Vitamina C e extrato de pimenta rosa são alguns desses ativos. *Soro Uniformizador*, *Fluido Hidra-Iluminador* e *Loção Ativadora de Luminosidade* são os três produtos desta coleção, que promete revelar a beleza de uma tez de aparência jovem, luminosa, perfeitamente uniforme e fresca.

Aqua Porcelaine by Galénic is a collection of formulae that uses the power of light to revive the beauty of the skin. The mission of clarifying, moisturising and smoothing is achieved through renowned active properties, in precise compositions, thus guaranteeing their effectiveness. Vitamin C and rose pepper extract are some of these active ingredients. *Unifying Serum*, *Hydra-Illuminating Fluid* and *Light Activating Lotion* are the three products in this collection, which promises to reveal the beauty of a youthful, glowing, perfectly uniform and fresh complexion.

Diadora

Homenageando a unicidade da marca e o seu ADN, as coleções Diadora primavera-verão 2019 assentam no tema *Shaped by life*. As duas coleções, *Diadora Heritage* e *Diadora Sportswear*, resultam da eleição dos seus melhores modelos, que foram recriados, reinterpretados, adicionando-lhes detalhes artesanais, inéditos e inovadores. A linha *Heritage* torna-se um verdadeiro ponto de referência para o *streetstyle* contemporâneo, apresentando silhuetas ultra-inovadoras, como o revolucionário modelo *N9000 TXS*, um produto unissexo com um *look & feel* moderno.

Paying tribute to the uniqueness of the brand and its DNA, the Diadora spring-summer 2019 collections are based on the theme *Shaped by life*. The two collections, *Diadora Heritage* and *Diadora Sportswear*, result from the choice their best models, which have been recreated, reinterpreted, adding to them new and innovative handcrafted details. *The Heritage* range becomes a true point of reference for contemporary streetstyle, featuring ultra-innovative silhouettes such as the revolutionary *N9000 TXS* model, a unisex product with a modern look and feel.

Swarovski

Encorajando a mulher moderna com #FollowYourInstinct, a coleção da Swarovski traz uma perspetiva mais luminosa, com símbolos e amuletos brilhantes, expressando mensagens que as palavras, por vezes, não conseguem. A paleta de cores é rica e quente, com tons dourados, terracota e tons rosados terrosos adornados com o brilho característico da Swarovski. Os destaques da coleção incluem as linhas *Lucky Goddess*, Olive, *Oxygen* e *Naeli*. Cada *design* é uma expressão e, juntos, são uma verdadeira afirmação de estilo.

Encouraging the modern woman with #FollowYourInstinct, Swarovski's collection brings a brighter perspective, with sparkling symbols and amulets, expressing messages that words sometimes cannot. The colour palette is rich and warm, with golden hues, terracotta and earthy pinkish hues adorned with the characteristic Swarovski sparkle. The highlights of the collection include the *Lucky Goddess*, *Olive*, *Oxygen* and *Naeli* rnages. Each design is an expression and, together, they make a real style statement.

Blancpain

Depois de cinco anos de investigação e desenvolvimento, a Blancpain criou uma proeza técnica, uma obra-prima da relojoaria que combina o calendário chinês com o gregoriano. Para celebrar o Ano Novo Chinês que se avizinha, a relojeira revela uma nova edição limitada a 50 peças, apresentando o Porco, o animal que encerra o ciclo dos doze signos do zodíaco chinês e anuncia a chegada de um ano de abundância. Este relógio apresenta uma massa oscilante em ouro branco, gravada com o signo do zodíaco chinês do ano: o Porco.

After five years of research and development, Blancpain has achieved a technical feat, a masterpiece of timekeeping that combines the Chinese calendar with the Gregorian calendar. To celebrate the upcoming Chinese New Year, the watchmaker has unveiled a new edition, limited to 50 pieces, featuring the Pig, the animal that closes the cycle of the twelve signs of the Chinese zodiac and announces the arrival of a year of abundance. This watch features an oscillating mass in white gold, engraved with the Chinese zodiac sign of the year: the Pig.

Tribe 34

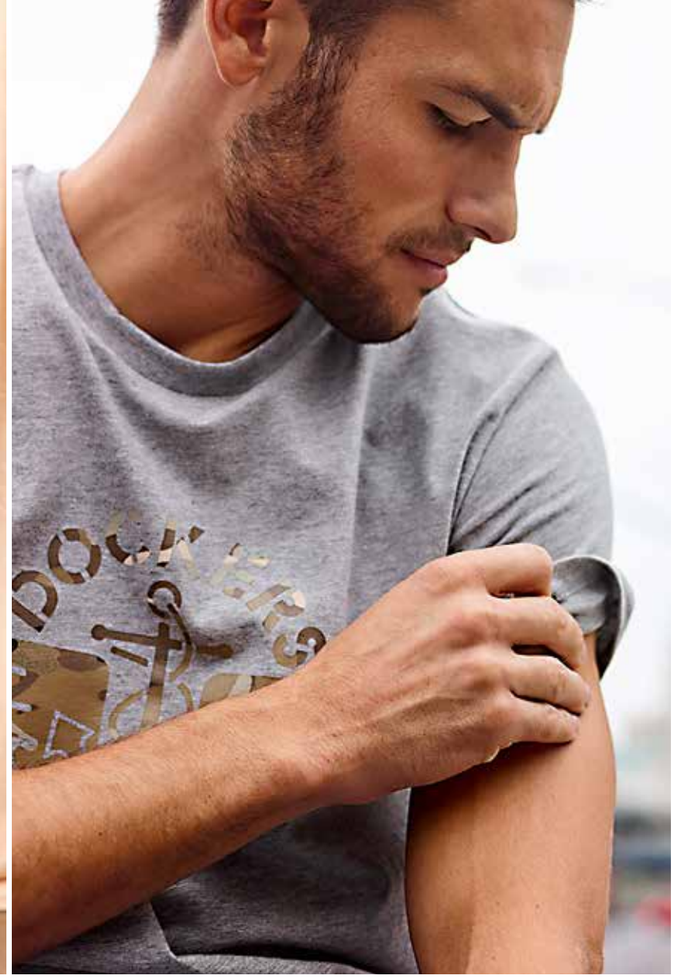
Adira é a nova coleção exclusiva da Tribe 34, lançada recentemente. É uma linha unissexo e em pele que representa uma evolução do modelo clássico *sport* com a afinidade do *Luxury*. Os detalhes são aprimorados em variadas fusões de materiais e esboçam a proeza do *design* numa afinidade *clean* e uma variedade *Colorway*. Estando em campanha de lançamento, a marca oferece um desconto de 10% em www.tribe34.com. Os leitores da TRENDS, aplicando o *cupon code TRENDS* na área de pagamento (*cart*), terão um desconto de 15%.

Adira is the new exclusive collection from Tribe 34, only recently launched. It is a unisex range, in leather, which represents an evolution of the classic sport model with a nod to *Luxury*. The details are refined in varied material fusions and outline design expertise in an affinity to 'clean' design and a *Colorway* variety. As this is in the launch campaign, the brand is offering 10% discount on www.tribe34.com. Readers of TRENDS, if you enter coupon code "TRENDS" in the payment area (cart), you will receive a 15% discount.

My Friend Paco

As malas *DAWN*, da My Friend Paco, foram concebidas a pensar nas mulheres modernas, cujas malas transportam não só os itens de trabalho mas também os objetos pessoais. As *DAWN* são suficientemente grandes para transportar um portátil, mas leves e rígidas para que se mantenham em forma quando se leva apenas o *smartphone*. Vibrantes, positivas e cheias de cor, a malas *DAWN* estão disponíveis em duas cores: *PINK DAWN bag* (com fundo e alças vermelhos) e *YELLOW DAWN bag* (com fundo e alças pretos). São feitas em linho rígido e adornadas com franjinhas de algodão.

The *DAWN* bags, from My Friend Paco have been designed with modern women in mind, whose bags carry not only work items, but also personal belongings. The *DAWN* bags are large enough to carry a laptop, while also light and rigid enough to keep their shape when they contain nothing but a smartphone. Bright, positive and full of colour, *DAWN* bags are available in two colours: *PINK DAWN* bag (with red base and straps) and *YELLOW DAWN* bag (with black base and straps). They are made of rigid linen and adorned with cotton fringes.



Dockers®

Criada em 1986, a Dockers® revolucionou o conceito de moda, quando lançou os seus chinos, uma alternativa perfeita ao fato clássico no ambiente de trabalho, sem comprometer o conforto e o estilo. Mais de 30 anos depois, a marca americana convida a apreciar a riqueza da sua herança e, simultaneamente, a experimentar as suas novas peças, que fazem renascer o seu logo original. O regresso do icónico logo de 1986 estará em *t-shirts*, *sweatshirts* e *hoodies* numa variedade de cores e tamanhos, diversos posicionamentos e *designs*.

Created in 1986, Dockers® revolutionised the concept of fashion when it launched its chinos, a perfect alternative to the classic suit trousers in the workplace, without compromising on comfort and style. More than 30 years later, the American brand invites you to appreciate the wealth of its heritage and, at the same time, to try out its new pieces, which bring back the original logo. The return of the iconic 1986 logo will be seen on t-shirts, sweatshirts and hoodies in a variety of colours and sizes, various positions and designs.

Timberland

Com o intuito de atingir novos públicos, a Timberland oferece uma nova perspetiva sobre a coleção feminina primavera-verão 2019, renovando, feminizando e reposicionando estilos. *Ice Cream Pack* é um dos destaques desta coleção, uma edição especial que acrescenta detalhes juvenis e cores femininas a modelos mais clássicos. Quebrando conceitos, a marca aliou a imagem dos gelados, tipicamente estivais, a botas, uma peça de inverno, fazendo de *Ice Cream Pack* um lançamento diferente e divertido que promete aproximar o público feminino da marca.

With the aim of reaching new audiences, Timberland offers a new perspective on the spring-summer 2019 women's collection, renewing, feminising and repositioning styles. *Ice Cream Pack* is one of the highlights of this collection, a special edition that adds youthful details and feminine colours to more classic models. Breaking concepts, the brand has combined the typical summery image of ice cream, to boots, a winter piece, making *Ice Cream Pack* a different and fun launch that promises to attract the female audience of the brand.

Diamonfire

Para um dos dias mais especiais na vida de qualquer pessoa, a Diamonfire criou a *Diamonfire Bridal Collection*, uma seleção de sofisticadas peças de joalharia que são um hino ao amor e que realçam a elegância neste dia tão especial: o casamento. A Diamonfire oferece uma gama de joalharia intemporal e clássica, em prata, com triplo revestimento de ródio, paládio e platina, trabalhada cuidadosamente e fabricada com alta qualidade. As peças da *Diamonfire Bridal Collection* são em prata de lei, pérolas e zircónias.

For one of the most special days in anyone's life, Diamonfire has created the *Diamonfire Bridal Collection*, a selection of sophisticated pieces of jewellery, which is an ode to love and which highlights elegance on this special occasion: your wedding day. Diamonfire offers a range of timeless and classic jewellery, in silver, with triple rhodium, platinum and platinum coating, lovingly crafted and manufactured with the highest quality. The pieces within the *Diamonfire Bridal Collection* are made with sterling silver, pearls and zirconia.

Burberry

A coleção primavera/verão 2019 da Burberry foi desenhada pela primeira vez por Riccardo Tisci. Um dos itens que se destaca na coleção é a mala *TB Bag*, uma mala estruturada, em cabedal clássico de tons quentes com detalhes pintados à mão. Para além de uma corrente destacável e uma alça de cabedal, a *TB Bag* faz referência às iniciais do fundador da marca, Thomas Burberry. A coleção apresenta uma gama variada de cores, estilos e tamanhos, incluindo uma mala pequena, uma mala média, uma bolsa de cintura e uma *clutch* envelope, todas com o monograma *TB*.

The spring/summer 2019 collection by Burberry has been designed for the first time by Riccardo Tisci. One of the items that stands out in the collection is the *TB Bag*, a structured bag in classic warm-coloured leather with hand-painted detailing. In addition to a detachable chain and a leather strap, the *TB Bag* makes a nod to the initials of the brand's founder Thomas Burberry. The collection features a varied range of colours, styles and sizes, including a small bag, a medium bag, a waist bag and an envelope clutch, all with the *TB* monogram.

JD Sports

Incentivando um estilo de vida saudável, a JD Sports sugere o *running* como uma fantástica opção de exercício ao ar livre. Nesse sentido, a empresa sugere sete modelos de ténis que aliam *design*, conforto e qualidade, disponíveis nas lojas físicas JD e em www.jdsports.co.uk. *Zoom Pegasus 35*, *Epic React Flyknit* e *Free TR 9*, da Nike, conciliam leveza, flexibilidade a amortecimento. Da Adidas, a JD Sports destaca os *Ultra Boost* e *Pure Boost Go*. *Quantum 90* e *ASICS Gel – Quantum Infinity*, da ASICS, são, segundo a JD Sports, escolhas acertadas.

Encouraging a healthy lifestyle, JD Sports sees running as a fantastic choice of outdoor exercise. With this in mind, the company suggests seven models of trainers that combine design, comfort and quality, available at JD physical stores and at www.jdsports.co.uk. *Zoom Pegasus 35*, *Epic React Flyknit* and *Free TR 9*, from Nike, combine lightness, flexibility and cushioning. From Adidas, JD Sports highlights *Ultra Boost* and *Pure Boost Go*. *Quantum 90* and *ASICS Gel –*, from ASICS, are, according to JD Sports, wise choices.

Castelbel

Castelbel é uma empresa portuguesa criada em 2000, que sempre se moveu pela dedicação e paixão. Os seus produtos, sabonetes perfumados, fragrâncias para ambiente e produtos de cuidado corporal, convidam a uma viagem inebriante dos sentidos. *Castelbel Linen* é uma das coleções da marca, sabonetes aromáticos com base de azeite e óleo de coco e embrulhados à mão numa rústica bolsa de tecido. Esta edição especial dispõe de várias fragrâncias: café com grãos de café; camomila com leite de cabra; baunilha com óleo de argão; e azeite com folhas de oliveira.

Castelbel is a Portuguese company created in 2000, which has always been moved by dedication and passion. Its products, fragrant soaps, room fragrances and body care products, invite you on an intoxicating journey for the senses. *Castelbel Linen* is one of the brand's collections, aromatic soaps made with olive oil and coconut oil and packed by hand in a rustic fabric bag. This special edition is available in several fragrances: coffee with coffee beans; camomile with goat's milk; vanilla with argan oil; and olive oil with olive leaves.

Louis Vuitton

A Louis Vuitton enriqueceu recentemente a sua coleção *New Wave* – conhecida pelos seus acolchoados exclusivos e por combinar detalhes icónicos da marca com um toque moderno – com o lançamento de dois novos e elegantes modelos dentro desta família: uma *Bumbag* em preto ou branco, e uma *Camera Bag*, disponível em preto, branco ou rosa. Ambos os modelos, com um formato prático para o dia a dia, mas sem perderem o aspeto feminino e as linhas contemporâneas, estarão disponíveis nas lojas da marca de luxo parisiense durante os próximos 12 meses.

Louis Vuitton has recently added to its *New Wave* collection – known for its unique padding and for combining iconic brand details with a modern twist – with the launch of two new and stylish models within this family: a black or white *Bumbag* and a *Camera Bag*, available in black, white or pink. Both models have a practical everyday format without losing their feminine look and contemporary lines and will be available in the Parisian luxury brand's shops over the next 12 months.

Inês Torcato

Na coleção *SS19*, Inês Torcato apresenta o conceito *Alma*, uma manifestação daquilo que é interior, da fragilidade e da força; uma manifestação daquilo que é o ser humano. A coleção representa essa *Alma* através da cor, das silhuetas e das assimetrias. A silhueta conjuga o *oversize* com peças muito justas. Novos cortes complementam os clássicos e a alfaiataria desconstruída. A nível de cor, os pastéis, os *nude*, ocre, rosa, azul e cinza harmonizam os brancos e pretos. Os tecidos mais clássicos combinam-se com tecidos técnicos, impermeáveis e várias transparências.

In the *SS19* collection, Inês Torcato presents the *Alma* concept, a manifestation of what lies within, of fragility and strength; a manifestation of what makes a human being. The collection represents this *Alma* (soul) through colour, silhouettes and asymmetries. The silhouette combines oversize with very tight pieces. New cuts complement the classics and deconstructed tailoring. When it comes to colour, pastels, nude, ochre, pink, blue and grey harmonise the whites and blacks. Classic fabrics are combined with technical fabrics, waterproofs and various transparencies.

Levi´s

A coleção *Levi's® Red Tab* para esta primavera-verão 2019 preconiza o UNBASIC, uma nova maneira de trabalhar os cortes das peças favoritas. Este conceito inovador deu origem a um novo modelo que é caracterizado por três palavras-chave: cintura-ultra-subida! Nasceram assim as *Levi's® Ribcage*, o modelo mais *high-rise* da história da Levi's®. Estão disponíveis em dois modelos: os *Ribcage Straight*, justos na cintura e nas ancas e com um corte de perna reto; e os *Ribcage Pleated Crop*, justos na cintura, com pinças frontais e mais folgados nas ancas e na perna.

The *Levi's® Red Tab* collection for spring-summer 2019 advocates UNBASIC, a new way to work the cuts of favourite pieces. This innovative concept has led to the creation of a new model that is characterised by three key words: ultra-high waist! This is how *Levi's® Ribcage*, the highest high-rise model in Levi's® history came into being. The Ribcage comes in two models: *Ribcage Straight*, fitted at the waist and hips and with a straight leg cut; and *Ribcage Pleated Crop*, fitted at the waist, with pleated details and looser at the hips and legs.

Jaquet Droz

A coleção *Astrale* da Jaquet Droz, que presta homenagem à Astronomia, foi enriquecida com novos relógios *Grande Heure Minute* que seguem a filosofia dos modelos antecessores: expressão minimalista da arte relojoeira. Cada relógio é alojado numa caixa de 43 mm em aço e alimentado por um movimento mecânico automático de alta precisão: o calibre Jaquet Droz 1169.Si. Apenas o essencial permanece no mostrador: horas, minutos e segundos. Os novos *Grande Heure Minute* estão disponíveis com mostrador prateado e ponteiros azuis ou com mostrador cinzento com ponteiros em ródio.

The *Astrale* collection, from Jaquet Droz, which pays tribute to astronomy, has been enriched with new *Grande Heure Minute* watches, which follow the philosophy of their predecessor models: minimalist expression of the art of watch making. Each watch is housed in a 43 mm steel case and powered by a high precision automatic mechanical movement: the Jaquet Droz 1169.Si calibre. Only the essentials remain on the dial: hours, minutes and seconds. The new *Grande Heure Minute* models are available with a silver dial and blue or grey hands or with a grey dial and rhodium hands.

Clarks

Para esta temporada primavera/verão, a Clarks lançou novas cores do seu icónico modelo *Wallabee*, da linha *Originals*. Simples, discretas e confortáveis, as *Wallabee* são facilmente reconhecíveis pelo seu *design* diferente e pela sola em crepe. Com acabamentos *premium* e cores tendência, são frequentemente vistas nos pés de *trendsetters*, para além de terem sido motivo de parcerias com marcas como a Supreme e com o músico Drake. A coleção está disponível para mulher e homem e as cores *Pale Yellow*, *Coral Suede*, *Cactus Green* e *Cool Blue* juntam-se às habituais cores desta linha.

For this spring/summer season, Clarks has launched new colours in its iconic *Wallabee* model, from the *Originals* range. Simple, discreet and comfortable, the *Wallabee* is easily recognisable by its unique design and crepe sole. With premium finishes and on-trend colours, they are often seen on the feet of trendsetters, as well as being behind partnerships with brands such as Supreme and the musician Drake. The collection is available for both women and men and the colours *Pale Yellow*, *Coral Suede*, *Cactus Green* and *Cool Blue* have now been added to the usual colours of this range.

Guess Cherie Bag

Para além de ser uma mala de mão feita em suave pele de bezerro com um acabamento acolchoado, a *Cherie*, o novo modelo da GUESS Luxe, é concebida com especial atenção aos detalhes. *Cherie* surge num leque de cores como coral, azul céu e marfim, e também nos clássicos preto e vermelho. Há ainda uma versão especial, com um padrão de riscas. O seu encanto é reforçado pela sua alça de corrente adaptável e/ou amovível, que permite que seja usada ao ombro, a tiracolo ou na mão, uma versatilidade que se estende também às dimensões, já que está disponível em dois tamanhos.

Apart from being a handbag made of soft calfskin, with a padded finish, *Cherie*, the new GUESS Luxe model, has been designed with special attention to detail. *Cherie* appears in a range of colours, such as coral, sky blue and ivory, and also in the classics black and red. There is also a special version with a striped pattern. Its charm is enhanced by its adaptable and/or removable chain strap, which allows it to be worn on the shoulder, across the body or in the hand. This versatility extends to the dimensions as well, as it is available in two sizes.

Louis Vuitton Earphone Horizon

Pela primeira vez, a Louis Vuitton entrou no mercado do áudio e lançou os fones de ouvido sem fios com tecnologia de ponta, desenvolvida pela especialista Master & Dynamic. Fiéis aos valores intemporais de *savoir-faire*, espírito de viagem e criatividade que sempre foram característicos da *Maison*, estão disponíveis em quatro cores: preto, branco, vermelho ou com riscas LV amarelas e azuis. O *design* com o *Monogram*, o contraste entre mate e brilhante, as cores vivas dinâmicas e as refinadas letras LV metálicas representam as assinaturas icónicas da marca.

For the first time ever, Louis Vuitton has entered the audio market and launched its state of the art wireless headphones, developed by specialists Master & Dynamic. Faithful to the timeless values of savoir-faire, travelling spirit and creativity, which have always been part and parcel of the *Maison*, the headphones are available in four colours: black, white, red or with yellow and blue LV stripes. The design with the *Monogram*, the contrast between matte and glossy, the dynamic bright colours and the refined metallic LV letters represent the brand's iconic signatures.

Manuel Serrão

EMPRESÁRIO
ENTREPRENEUR

Já começou a idade moderna da têxtil

Um dos grandes amores da minha vida é o meu trabalho e é nesse âmbito que tenho uma das relações mais duradouras da minha vida. Há 30 anos que dou o meu melhor em prol do associativismo têxtil e da promoção da nossa indústria e da nossa moda.
É, pois, natural que não me canse de ficar simultaneamente satisfeito e orgulhoso quando vejo a nossa ITV - Indústria Têxtil e Vestuário -, mais de 20 anos depois de condenada à morte pelos gurus da época, não só escapar dessa sentença, como dar provas diárias de vida e de uma vitalidade que, devo confessar, por vezes até a mim me surpreende. É evidente que se eu, desde há 30 anos, não acreditasse na capacidade desta indústria e dos seus principais agentes e empresários para darem a volta à crise que então se instalou, já há muito que teria escolhido outros caminhos, porque, sem falsa modéstia, sei que também saberia fazer outras coisas. Mas, voltando ao que interessa, que é a nossa ITV plena de pujança, temos dois exemplos, dois excelentes momentos, de plena afirmação, não só da modernidade da indústria, mas também da prova da sua preparação para enfrentar os novos desafios do futuro.
Este último mês de fevereiro foi fértil em exemplos desta modernidade. Por um lado, Joana Vasconcelos, que há muito tem uma relação de proximidade com o setor têxtil através da ATP - Associação Têxtil e Vestuário de Portugal -, teve patente na capital francesa no Le Bon Marché a exposição *Branco Luz*, cujas peças são feitas de desperdícios têxteis fornecidos pelas empresas portuguesas. Por outro lado, o salão da fileira têxtil mais antigo da Península Ibérica – MODTISSIMO – voltou ao Piso das Partidas do Aeroporto do Porto. Uma feira têxtil que decorre num aeroporto em funcionamento é um facto único no mundo! Alguém continua com dúvidas sobre a modernidade deste setor?

The modern textile age has begun

One of the great loves of my life is my work and it is in this context that I have one of the most enduring relationships in my life. For 30 years I have given my very best on behalf of textile associations and promoting our industry and our fashion.
It is therefore only natural that I never tire of being both satisfied and proud when I look at our TCI - Textile and Clothing Industry -, more than 20 years after being condemned to death by the gurus of the time, not only evading this sentence, but also giving proof of life with each day that passes and a vitality that, I must confess, even surprises me at times. It is quite clear that if I had not believed 30 years ago in the ability of this industry and its main agents and entrepreneurs to overcome the crisis that had set in then, I would have chosen other paths long ago because, without false modesty, I also know that I could do other things. But back to what matters, which is our TCI, fighting fit, we have two examples, two excellent moments, affirming the industry fully, not only in terms of its modernity, but also proving its readiness to face the new challenges of the future.
This last February was rich with examples of this modernity. On the one hand, Joana Vasconcelos, who has long enjoyed a close relationship with the textile sector through the ATP - Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (Textile and Clothing Association of Portugal), has her *White Light* exhibition on show in the French capital at Le Bon Marché, the pieces of which are made of textile waste supplied by Portuguese companies. On the other hand, the Iberian Peninsula's oldest textile industry trade fair – MODTISSIMO – returns to the Departure Floor of Porto Airport. A textile fair being held in an operating airport is something truly unique in the world! Does anyone still doubt the modernity of this sector?

talking about:

CAPUCINES, LOUIS VUITTON

T MARIA PIRES DIREITOS RESERVADOS

Savoir-faire, tradição e modernidade

Capucines é uma mala clássica da Louis Vuitton que fala uma linguagem universal. Em todo o mundo, é amada por mulheres que procuram algo intemporal e elegante. A simplicidade da *Capucines* é, talvez, o que a torna tão popular: uma mala versátil, com a qual as mulheres se identificam. Batizada em homenagem à Rue Neuve-des-Capucines, em Paris, a localização da primeira loja da Louis Vuitton, *Capucines* foi lançada em 2013. A peça clássica tornou-se icónica, com novas versões de cores e edições limitadas lançadas em cada estação.
A história da icónica marca francesa tem origem numa pequena aldeia remota na região de Jura, França. Louis Vuitton nasceu no dia 4 de agosto de 1821 no seio de uma família pobre de moleiros e carpinteiros. Aos 16 anos, resolveu viajar para Paris com o objetivo de aprender a arte da marcenaria. Depois, o jovem Vuitton foi contratado como aprendiz de um fabricante de baús de viagem que eram usados pela alta sociedade. Louis trabalhou muito para criar algo diferente, que fosse além de útil, prático e bonito. O conceito de aliar beleza e praticidade foi pioneiro na época. O seu destino começou a mudar em 1851 quando, em cada viagem do imperador francês Napoleão III, ele era levado ao Palais des Tuilleries para embalar as bagagens da imperatriz Eugénia.

A partir daí, a sua sorte mudou e o jovem começou a colher os frutos de tanto trabalho. Em 1854, resolveu fundar a Maison Louis Vuitton Malletier no número 4 da Rue Neuve-des-Capucines, no centro da capital francesa, longe de imaginar que o seu nome e o seu empreendedorismo viriam a alcançar a reputação que se conhece. Longe, muito longe de prever que de tantas peças icónicas, símbolos de luxo, exclusividade e alta qualidade, haveria uma cujo nome seria uma homenagem à rua em que a sua história de vida dera uma reviravolta.
Capucines é essa peça icónica, paradoxa até, uma vez que, apesar de o seu nome remontar ao início da história da *maison*, combina tradição e modernidade, *savoir-faire* e leveza, classicismo e diversão. Nasceu em 2013 e a sua arquitetura evoca uma simplicidade tal, que é difícil de imaginar a complexidade do seu fabrico e as inúmeras etapas por que passa até ao produto final. É sempre perfeição o que busca a marca francesa e, por isso, as mais belas peles exóticas são escolhidas a dedo, assim como outros materiais raros de indiscutível qualidade. Para além disso, cada *Capucines* requer mais de 250 etapas, levadas a cabo por centenas de renomados artesãos, algumas delas comparáveis ao fabrico de joias, como as iniciais de metal dourado LV que são fundidas e depois colocadas no couro. Todos os anos, os *ateliers* Louis Vuitton selecionam peles excecionais numa variedade de tons e combinações para criar quatro tamanhos diferentes. E, em cada nova estação, para além das versões clássicas, são lançadas versões revisitadas, com acabamentos inovadores e surpreendentes, como contas, bordados, flores ornamentais e pétalas de couro.

Capucines é essa peça icónica, paradoxa até, uma vez que, apesar do seu nome remontar ao início da história da maison, combina tradição e modernidade

Hoje em dia, *Capucines* é uma das malas mais cobiçadas por mulheres do mundo inteiro, pela sua qualidade, elegância e luxo, e por ser uma escolha sofisticada para o dia ou para a noite... estação após estação.

Savoir-faire, tradition and modernity

Capucines is a classic handbag by Louis Vuitton that speaks a universal language. All over the world, it is loved by women looking for something timeless and elegant. The simplicity of the *Capucines* is, perhaps, what makes it so popular: a versatile bag, with which women identify. Named after Rue Neuve-des-Capucines, in Paris, the location of the first Louis Vuitton store, *Capucines* was first launched in 2013. The classic piece has become an icon, with new colour versions and limited editions launched every season.
The story of the iconic French brand begins in a small remote village in the Jura region of France. Louis Vuitton was born on August 04, 1821, into a poor family of millers and carpenters. At the age of 16, he decided to travel to Paris to learn the art of joinery. Then the young Vuitton was hired as an apprentice to a manufacturer of travel trunks, which were used by high society. Louis worked hard to create something different, which went beyond useful, practical and beautiful. The concept of combining beauty and practicality was groundbreaking at the time. His fate began to change in 1851 when, on each trip made by Emperor Napoleon III, he was taken to the Palais des Tuilleries to pack the luggage of Empress Eugenie. From that moment on, his luck changed and the young man began to reap the rewards of so much work. In 1854, he decided to found the Maison Louis Vuitton Malletier, at number 4, Rue Neuve-des-Capucines, in the centre of the French capital, far from imagining that his name and his entrepreneurial verve would achieve the reputation that it has now. Far, very far from predicting that out of

so many iconic pieces, symbols of luxury, exclusivity and high quality, there would one day be one whose name would be a tribute to the street in which his life story enjoyed a reversal of fortune. *Capucines* is this iconic piece, paradoxical even, since, although its name goes back to the beginning of the *maison's* history, it combines tradition and modernity, *savoir-faire* and lightness, classicism and fun. It came about in 2013 and its architecture evokes such simplicity, that it is difficult to imagine the complexity of its manufacture and the many stages taken to get to the final product. Perfection is always the goal of the French brand and therefore the most beautiful exotic leathers are handpicked, as well as other rare materials of indisputable quality. In addition, each *Capucines* requires more than 250 stages, carried out by

Capucines is this iconic piece, paradoxical even, since, although its name goes back to the beginning of the maison's history, it combines tradition and modernity

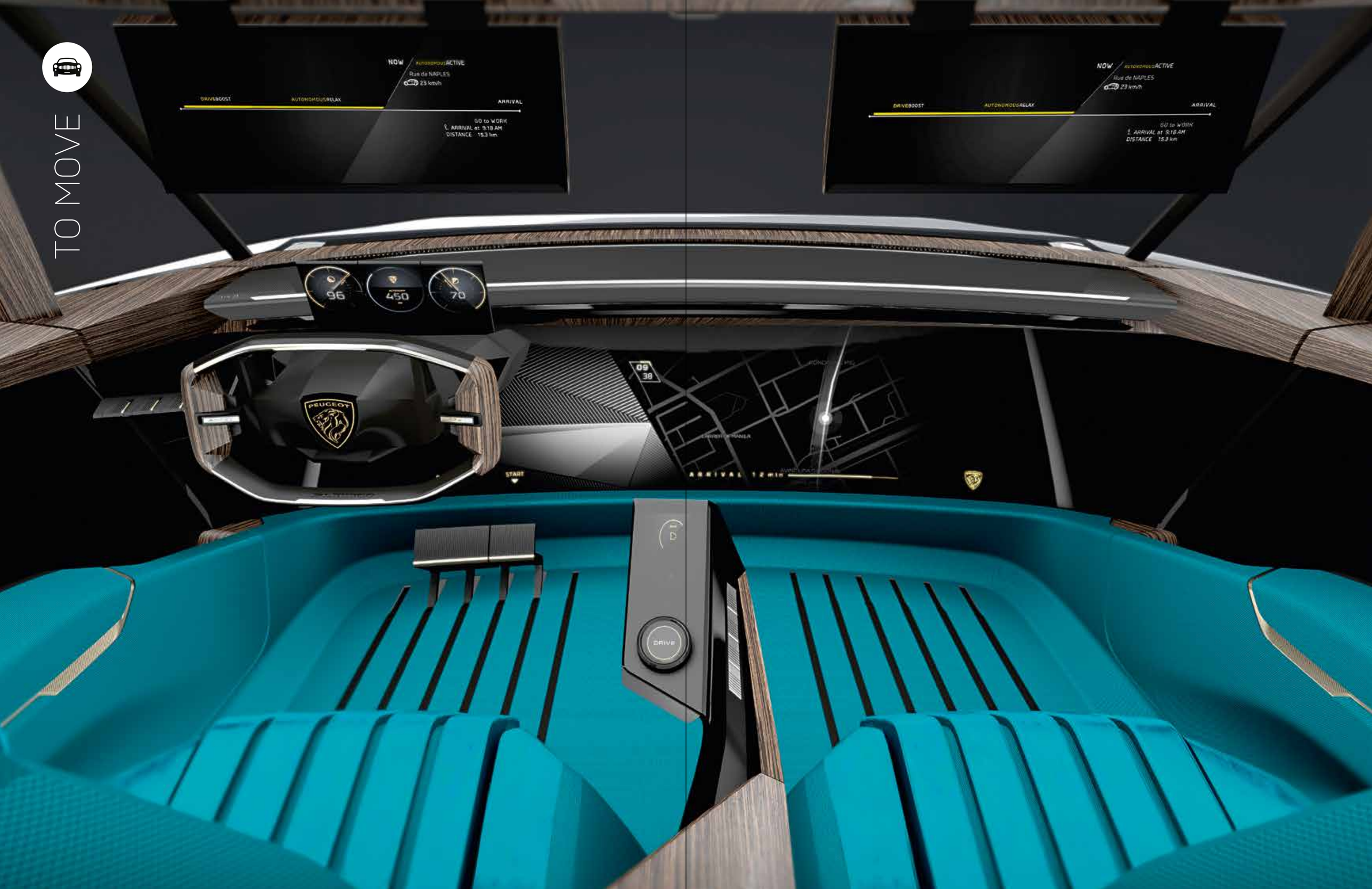
hundreds of renowned craftsmen, with some stages comparable to the manufacture of jewellery, such as the initials LV in gold metal that are cast and then placed on the leather. Every year, the Louis Vuitton ateliers select exceptional leather in a variety of shades and combinations to create four different sizes. And with each new season, in addition to the classic versions, the house launches revisited versions, with innovative and surprising finishes, such as beads, embroidery, ornamental flowers and leather petals.
Nowadays, *Capucines* is one of the handbags most coveted by women around the globe, for its quality, elegance and luxury, and for being a sophisticated choice for day or night... season after season.

"Vencer é o que importa.
O resto é a consequência."
Ayrton Senna

PMmedia
CORPORATE

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

TO MOVE


NOW
AUTONOMOUSACTIVE
Rue de NAPLES
23 km/h
DRIVEBOOST
AUTONOMOUSRELAX
ARRIVAL
GO to WORK
ARRIVAL at 9:18 AM
DISTANCE 15.3 km
96
450
70
PEUGEOT
09
38
START
ARRIVAL 12 min
DRIVE

Peugeot e-Legend Concept

T MARIA PIRES PEUGEOT

O FUTURO INSPIRADO NO PASSADO

O *Peugeot e-Legend Concept* não é apenas um manifesto de tecnologia, é a visão da marca Peugeot, que olha para um futuro otimista e desejável. Para a Peugeot, elétrico e autonomia são sinónimos de emoções fortes, onde a monotonia não tem lugar. Durante o projeto, a equipa de design Peugeot foi orientada no sentido de propor uma experiência rica em várias vertentes: estética, tecnológica e imersiva. Autónomo ou manual, extremamente confortável e pleno de inovações tecnológicas, este *concept*, inspirado no clássico *504*, recorre a uma motorização capaz de debitar 456 CV/340 kW e 800 Nm de binário, o que lhe permite acelerar dos zero aos 100 km/h em menos de quatro segundos e atingir os 220 km/h de velocidade máxima.

THE FUTURE INSPIRED BY THE PAST

The *Peugeot e-Legend Concept* is not just a technological statement; it is a vision of the Peugeot brand, which has its sights set on an optimistic and desirable future. For *Peugeot*, electric and autonomous are synonymous with powerful emotions, where there is no place for monotony. During the project, the Peugeot design team worked towards offering a rich experience on various levels: aesthetic, technological and immersive. Autonomous or manual, extremely comfortable and full of technological innovations, this concept car inspired by the classic *504*, uses an engine able to deliver 456 hp/340 kW and 800 Nm torque, which enables it to accelerate from zero to 100 km/h in less than four seconds and to reach a top speed of 220 km/h.

WWW.PEUGEOT.PT

Porsche Taycan

T MARIA PIRES PORSCHE

UM DESPORTIVO ELÉTRICO COM ALMA

Chegou o primeiro automóvel desportivo elétrico com a alma de um Porsche. Chama-se *Taycan*, um nome que se traduz por "cavalo alegremente jovem", referindo-se ao centro do escudo do logótipo Porsche. Este é um elétrico orientado para a *performance*, capaz de percorrer longas distâncias. O *Taycan* contará com dois propulsores elétricos completamente sincronizados que vão produzir uma potência total combinada de 608 cv de potência, enviada para o eixo traseiro e dianteiro. A aceleração dos 0 aos 100 km/h será feita em 3,5 segundos. A autonomia anunciada é de 500 km e a marca garante que, graças à tecnologia de 800 volts, será possível 'ganhar' 400 quilómetros de autonomia com um carregamento de apenas 15 minutos. Responsáveis da Porsche dizem que "o primeiro carro desportivo elétrico da Porsche tem de funcionar como um relógio suíço, mesmo nas condições mais extremas". O *Taycan* tem chegada prevista ao mercado ainda este ano de 2019 e terá uma produção anual a rondar as 20 mil unidades.

A SPORTY ELECTRIC WITH SOUL

The first electric sports car with the soul of a Porsche has arrived. It is called *Taycan*, a name that translates to "joyfully young horse", referring to the centre of the Porsche logo's shield. This is an electric car focused on performance, capable of travelling long distances. The *Taycan* features two fully synchronised electric motors that will produce a combined total power of 608 hp, sent to the rear and front axle. Acceleration from 0 to 100 km/h will be achieved in 3.5 seconds. Its range is said to be 500 km and the brand guarantees that, thanks to 800-volt technology, it will be possible to 'gain' 400 kilometres range after charging for just 15 minutes. Porsche officials say that "Porsche's first electric sports car has to work like a Swiss watch, even in the most extreme conditions". The *Taycan* is expected to hit the market in 2019 and will have an annual production of around 20 thousand units.

WWW.PORSCHE.COM

I.D. VIZZION

T MARIA PIRES VOLKSWAGEN

MOBILIDADE DO FUTURO

O seu sistema elétrico de propulsão torna-o ambientalmente limpo e a possibilidade de condução autónoma vai permitir-lhe ser mais seguro e mais confortável. Falamos do novo *concept car I.D. VIZZION*, o quarto membro da família *I.D.* da Volkswagen. No interior, não há volante ou controlos visíveis e, por isso, é criada uma sensação completamente nova de condução e de estilo de vida.
Porque o crescimento das cidades, a escassez dos combustíveis fósseis e as alterações climáticas estão a impor novos desafios, a mobilidade elétrica representa uma resposta a estas incertezas. Assim, a Família *I.D.* da Volkswagen é uma nova geração de veículos, totalmente elétrica, e os primeiros modelos serão lançados no mercado em 2020. Três modelos *I.D.* já tinham sido apresentados, mas o Salão de Genebra foi o palco eleito para apresentar o *I.D. VIZZION* – um automóvel de classe *premium*. Roda autonomamente e é operado por voz e por gestos. Graças à inteligência artificial, ele é capaz de 'aprender'. É um fascinante Volkswagen do amanhã, que vai abrir a porta do futuro.

MOBILITY OF THE FUTURE

Its electric propulsion system makes it environmentally clean, while its autonomous driving possibilities will allow it to be safer and more comfortable. We're talking about the new *I.D. VIZZION concept* car, the fourth member of *I.D.* family from Volkswagen. In its interior, there is no steering wheel or visible controls and as such a completely new driving and lifestyle sensation is created.
As the growth of cities, the scarcity of fossil fuels and climate changes are imposing new challenges, electric mobility provides a response to these uncertainties. The *I.D.* Family from Volkswagen is thus a new generation of fully electric vehicles, and the first models will be launched on the market in 2020. Three *I.D.* models had already been unveiled, but the Geneva Motor Show was the stage chosen to reveal the *I.D. VIZZION* – a premium class car. It drives autonomously and is operated by voice and gestures. Thanks to artificial intelligence, it is able to 'learn'. This is a fascinating Volkswagen of tomorrow, which will open the door to the future.

WWW.VOLKSWAGEN.PT

McLaren Automotive

T MARIA PIRES MCLAREN AUTOMOTIVE

COMPETIÇÃO GT3

A versão de competição foi baseada no supercarro *720S* e tem estrutura do chassis MonoCage II de fibra de carbono, leve mas extremamente rígida, e motor M840T V8 twin-turbo de 4 litros. Falamos do *720S GT3* da McLaren Automotive, que tem estado em testes exaustivos na Europa, Estados Unidos e Médio Oriente. *O McLaren 720S GT3* de competição será lançado ainda em 2019 e a empresa vai tentar entrar em campeonatos estrategicamente importantes, tal como tem acontecido com o *McLaren Sports Series 570S GT4*. Embora seja intrinsecamente o carro de estrada *McLaren 720S*, mais de 90% dos componentes foram alterados ou de alguma forma otimizados para a versão *GT3*.

GT3 COMPETITION

The competition version has been based on the *720S* supercar and has a lightweight yet extremely rigid carbon fibre MonoCage II chassis, and a 4-litre twin-turbo M840T V8 engine. We're talking about the *720S GT3* from McLaren Automotive, which has been through extensive testing in Europe, the United States and the Middle East. The competition version of the *McLaren 720S GT3* will be launched in 2019 and the company will try to enter strategically important championships, as was the case with the *McLaren Sports Series 570S GT4*. Although intrinsically it is the *McLaren 720S* road car, more than 90% of the components have been changed or otherwise optimised for the *GT3* version.

WWW.CARS.MCLAREN.COM

Aston Martin

T MARIA PIRES ASTON MARTIN

SUV DE LUXO

A Aston Martin confirmou que o seu primeiro SUV vai chamar-se *DBX*, tendo anunciado, também, que o veículo já iniciou a fase de testes. Matt Becker, engenheiro chefe da marca, deu o tiro de partida para os testes com um protótipo de desenvolvimento numa classificativa do Rali do País de Gales, já que o *DBX* será produzido na nova fábrica do construtor britânico, situada justamente no País de Gales. O *DBX*, a ser lançado no último trimestre deste ano, será fiel ao ADN da marca no que diz respeito ao desempenho dinâmico em condução desportiva, mas também oferecerá capacidades de referência fora de estrada. Ao contrário do *concept* apresentado em 2015, este modelo de produção vai adotar um *design* mais convencional, abdicando da configuração de três portas em favor das tradicionais cinco portas.

LUXURY SUV

Aston Martin has confirmed that its first SUV will go under the name of *DBX*, while also announcing that the vehicle has already entered the testing phase. Matt Becker, the make's chief engineer, gave the green light for testing with a development prototype in a Welsh Rally stage, as the *DBX* will be produced in the British manufacturer's new factory, located in Wales. The *DBX*, to be launched in the last quarter of this year, will be faithful to the brand's DNA in terms of dynamic performance in sports driving, but will also offer outstanding off-road capabilities. Unlike the concept car unveiled in 2015, this production model will adopt a more conventional design, doing away with the three-door configuration in favour of the traditional five-door.

WWW.GLOBAL.ASTONMARTIN.COM

Volvo 360c

T MARIA PIRES VOLVO CARS

ELÉTRICO, AUTÓNOMO E SEGURO

A Volvo Cars apresentou recentemente a sua visão para o futuro da mobilidade. Trata-se do *Volvo 360c*, um protótipo que propõe um modo de viajar autónomo, elétrico, conectado e seguro. Sem necessidade de condutor humano, este *concept car* consegue maximizar o espaço através de um *design* inovador com ausência de volante, pedais e de motor de combustão. Assim, é possível reinventar a disposição tradicional dos passageiros. O *360c* também introduz um sistema de comunicação estandardizado para veículos autónomos que permitirá aos outros utilizadores da estrada e veículos autónomos perceber o que o *360c* irá fazer de seguida, tornando as viagens mais seguras. Este novo *concept* reinventa, não só a forma como as pessoas viajam, mas também a forma como elas interagem com a família e os amigos durante as mesmas, e como elas podem vir a ganhar tempo enquanto viajam nas cidades do futuro. Enquanto alguns pensam em projetos futuristas de carros voadores, a Volvo mantém os pés bem assentes na terra. O *360c* representa um concorrente alternativo para as viagens aéreas de curta distância, evitando o *check-in*, filas, atrasos nos voos, controlos de segurança e tudo o mais que uma viagem de avião acarreta.

ELECTRIC, AUTONOMOUS AND SAFE

Volvo Cars recently presented its vision for the future of mobility. This is the *Volvo 360c*, a prototype that proposes a way of autonomous, electric, connected and safe travel. Without the need for a human driver, this concept car manages to maximise space through innovative design with no steering wheel, pedals and combustion engine. It is thus possible to reinvent the traditional positioning of passengers. The *360c* also introduces a standardized communication system for autonomous vehicles that will allow other road users and autonomous vehicles to know what the *360c* will do next, making travel safer. This new concept car reinvents not only the way people travel, but also the way they interact with their family and friends during their journeys, and how they can save time while travelling in the cities of the future. While some think of futuristic flying car designs, Volvo keeps its feet firmly on the ground. The *360c* represents an alternative competitor for short-haul flights, avoiding check-in, queuing, flight delays, security checks and everything else a plane trip entails.

WWW.VOLVOCARS.COM

BMW

T MARIA PIRES BMW GROUP

CONFORTO E SEGURANÇA

O Grupo BMW apresentou as alterações para a sua gama de motociclos a serem colocados no mercado neste ano de 2019. São inúmeras as mudanças que a BMW implementa, sendo que a tónica do conforto da utilização dos piscas será um dos principais requisitos a aplicar de origem em quase toda a gama. Também tendo em vista a segurança, a BMW anunciou que a sua aplicação – BMW Motorrad Connected app – irá ser alvo de uma melhoria, ao ser realizado um *upgrade* na versão 1.6, a pedido dos utilizadores deste sistema.

COMFORT AND SAFETY

BMW Group has revealed the changes to its motorcycle range coming to the market in 2019. BMW is implementing many changes, while the emphasis on comfort when using indicators use of the flashers will be one of the main requirements to apply from the outset in almost the entire range. Also with a view to safety, BMW has announced that its application – BMW Motorrad Connected app – will undergo improvements, with an upgrade to its version 1.6, on request of the users of this system.

WWW.BMWGROUP.COM

Honda Valkyrie Streetfighter

T MARIA PIRES H GARAGE

MAIS ELEGANTE E FUTURISTA

Scott Halbleib, proprietário da H Garage, a pedido de um cliente anónimo, pegou numa *Honda Valkyrie* de 2014 e conferiu-lhe um *design* quase digno de um *Robocop*. O modelo customizado, a que chamou simplesmente *Valkyrie Streetfighter* foi desmontando quase 'até aos ossos'. Scott manteve a célula de combustível original, mas deu-lhe uma nova cobertura, modelada em argila e papel, antes de ser finalizada em aço. O assento e a parte traseira foram substituídos por peças personalizadas, e os faróis de LED verticais que ficam entre os garfos dão à construção um aspeto mais agressivo. Os envolventes de radiador incorporam agora novos tubos de aço inoxidável. Com este novo *design*, Scott levou a *Valkyrie* a um nível superior, mais moderno, impressionante, futurista e, ao mesmo tempo, mais elegante.

MORE ELEGANT AND FUTURISTIC

At the request of an anonymous customer, Scott Halbleib, owner of H Garage, took a 2014 *Honda Valkyrie* and gave it a design almost worthy of *Robocop*. The custom model, which he called simply *Valkyrie Streetfighter* was dismantled almost 'to the bone'. Scott kept the original fuel cell but gave it a new cover, modelled out of clay and paper, before being finished in steel. The seat and tail section have been replaced with custom pieces, and the vertical LED headlights between the forks give the construction a more aggressive look. The radiator surrounds now incorporate new stainless steel tubing. With this new design, Scott has taken the *Valkyrie* to a higher level, more modern, impressive, futuristic and, at the same time, more elegant.

WWW.DESIGNBOOM.COM

Harley-Davidson

T MARIA PIRES HARLEY-DAVIDSON

CONCEITOS DE MOBILIDADE ELÉTRICA

Foi em Las Vegas, EUA, na *CES 2019*, a maior feira de tecnologia do mundo, que a Harley-Davidson mostrou novos conceitos de veículos elétricos. Deixando de lado as suas conhecidas motos pesadas com um 'roncar' potente, a marca americana apresentou a *LiveWire*, uma autêntica moto Harley-Davidson, cujo projeto começou a ser desenvolvido em 2014. Embora elétrica, prevê-se que a *LiveWire* acelere dos 0 a 60 mph em 3 segundos e de 60-80 mph em 1,9 segundos. No evento, a icónica marca apresentou também uma citadina e silenciosa *scooter* elétrica, com um aspeto mais robusto que o de uma *scooter* 'normal', e com alguns traços evocativos da tradição Harley-Davidson, e divulgou igualmente uma bicicleta de montanha, equipada com suspensão dianteira e traseira, pneus grandes e travões de disco hidráulicos.

ELECTRIC MOBILITY CONCEPTS

Harley-Davidson took the opportunity of CES 2019, the largest technology fair in the world, held in Las Vegas, USA, to unveil its new concepts in electric vehicles. Leaving aside its famous heavy bikes, with their powerful "growl", the American brand introduced *LiveWire*, an authentic Harley-Davidson motorcycle, the project of which began being developed in 2014. Although electric, *LiveWire* is expected to accelerate from 0 at 60 mph in 3 seconds and 60-80 mph in 1.9 seconds. At the event, the iconic brand also featured a silent, city-use electric scooter, which boasted a more robust appearance than a 'normal' scooter, and with some evocative traits of the Harley-Davidson tradition, and also unveiled a mountain bike equipped with front and rear suspension, large tires and hydraulic disc brakes.

WWW.HARLEY-DAVIDSON.COM

Lexus LY 650

T MARIA PIRES LEXUS

"EXPERIENCE AMAZING"

Desenhar automóveis incríveis faz parte do ADN Lexus, mas a marca continua a abraçar projetos fora do setor automóvel, em áreas como a culinária, o cinema e o *design*, entre outras experiências de luxo, de forma a honrar o seu lema "Experience Amazing". Desta vez apresentou o *Lexus LY 650*, o primeiro produto náutico com linguagem de *design* Lexus, *L-finesse*, construído pelo Marquis-Larson Boat Group. Com um comprimento total de 65 pés e 19 de largura, o novo iate Lexus tem um estilo distinto, caracterizado por um arco forte e pronunciado, pelas acentuadas curvas do convés e da popa. O primeiro *Lexus LY 650* estará terminado durante o segundo semestre de 2019. Fará sua estreia global no final do ano.

"AMAZING EXPERIENCE"

Designing amazing cars is part of Lexus's DNA, but the manufacturer continues to embrace projects outside the car sector, in areas such as cuisine, cinema and design, among other luxury experiences, in order to honour its motto "Experience Amazing". This time it presented the *Lexus LY 650*, the first nautical product to feature the Lexus design language, *L-finesse*, built by the Marquis-Larson Boat Group. Measuring a total length of 65 feet and 19 feet wide, the new Lexus yacht has a distinct style, characterised by a strong and pronounced bow, and by the accentuated curves of the deck and the stern. The first *Lexus LY 650* will be completed during the second half of 2019. It will make its global debut at the end of the year.

WWW.LEXUS.COM

Foiler

T MARIA PIRES GILLES MARTIN-RAGET

BARCO 'VOADOR'

A Enata Marine apresentou na última edição do *Dubai International Boat Show* o primeiro iate do mundo com hidrofólios, o *Foiler*, que permite que a embarcação 'voe' 1,5 metros acima da água para uma experiência de navegação emocionante. A tecnologia *foiling* já existe há muito e é usada principalmente em veleiros e em *kitesurf*, no entanto a Enata fez o primeiro iate com hidrofólios retráteis, feitos em fibra de carbono, oferecendo força, rigidez, leveza e viagens suaves e emocionantes. O *Foiler* começa a planar aos 12 nós e está completamente fora da água aos 17 nós. Chega a uma velocidade máxima de 40 nós em modo de voo.

'FLYING' BOAT

At the latest edition of the *Dubai International Boat* Show, Enata Marine unveiled the world's first hydrofoil yacht, the *Foiler*, which allows the vessel to 'fly' 1.5 metres above the water for an exciting boating experience. Foiling technology has been around for a long time and is mainly used in sailboats and kite surfing, but Enata has made the first yacht with retractable hydrofoils, made of carbon fibre, offering strength, rigidity, lightness and smooth and thrilling rides. The *Foiler* begins to glide at 12 knots and is completely out of the water at 17 knots. It reaches a maximum speed of 40 knots in flight mode.

WWW.ENATA.COM

Volante Vision Concept

T MARIA PIRES ASTON MARTIN

AUTÓNOMA E ELÉTRICA

Revelado pela Aston Martin, o *Volante Vision Concept* é um protótipo de uma aeronave autónoma e elétrica/híbrida para deslocações entre cidades, que conjuga os mais recentes desenvolvimentos em matéria aeroespacial, de eletrificação e de condução autónoma com a assinatura de *design* da marca de luxo britânica. Esta aeronave, que é o resultado da parceria entre a Aston Martin, a Universidade de Cranfield, a Cranfield Aerospace Solutions e a Rolls-Royce, pode transportar até três passageiros e demarca-se pela oferta de luxuosas viagens a bordo e pela comodidade, uma vez que evita os congestionamentos.

AUTONOMOUS AND ELECTRIC

Unveiled by Aston Martin, the *Volante Vision Concept* is a prototype of an autonomous and electric/hybrid aircraft for city-to-city travel, combining the latest developments in the fields of aerospace, electrification and autonomous driving, while bearing the design skills of the British luxury brand. This aircraft, which is the result of the partnership between Aston Martin, Cranfield University, Cranfield Aerospace Solutions and Rolls-Royce, can carry up to three passengers and stands out for offering luxury onboard when travelling and convenience, seeing as it avoids traffic congestion.

WWW.ASTONMARTIN.COM

Spike S-512 Supersonic Jet

T MARIA PIRES ◘ SPIKE AEROSPACE, INC.

MAIS RÁPIDA QUE O SOM

A existência de janelas nos aviões é um grande limitador do fator velocidade, já que é necessário um complexo trabalho para terem a sua estrutura reforçada, acabando por limitar consideravelmente a velocidade máxima de um voo. A Spike Aerospace promete, no entanto, acabar com esse problema, com a *Spike S-512 Supersonic Jet*. A proposta da empresa para esta aeronave é livrar-se de todas as janelas e, no lugar delas, telas enormes projetam as imagens exteriores, captadas por uma série de câmaras colocadas no exterior do avião. No caso da vista não estar muito agradável lá fora, ainda é possível exibir cenários armazenados no sistema do *S-512*. Segundo o anúncio da Spike Aerospace, a eliminação das janelas pode fazer uma enorme diferença: acredita-se que a *S-512 Supersonic Jet* voe, silenciosamente, duas vezes mais rápido que outros aviões comerciais, atingindo os estonteantes 1.975 km/h, enquanto carrega os seus 18 passageiros. A Spike Aerospace tornará, desta forma, o mundo mais pequeno e mais acessível.

FASTER THAN SOUND

The existence of windows in airplanes is highly limiting when it comes to speed, as complex work is needed to ensure its structure reinforced, considerably limiting the maximum speed of a flight. Spike Aerospace promises, however, to put an end to this problem with the *Spike S-512 Supersonic Jet*. The company's proposal for this aircraft is to get rid of all the windows and instead, huge screens project images of outside, captured by a series of cameras placed on the exterior of the plane. In the event the view isn't that appealing out there, it is also possible to show scenarios stored in the *S-512's* system. According to Spike Aerospace's press release, removing windows can make a huge difference: it is believed that the *S-512 Supersonic Jet* will fly, silently, twice as fast as other commercial airplanes, reaching an astonishing 1,975 km/h, while carrying its 18 passengers. Spike Aerospace will thus make the world smaller and more accessible.

WWW.SPIKEAEROSPACE.COM

0
OPINIÃO / OPINION

Thomas Girst

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA DO BMW GROUP
BMW GROUP CORPORATE COMMUNICATIONS

BMW Art Cars

O que são os *BMW Art Cars*, se não um testemunho surpreendente da vontade do homem de competir e de interpretar, realizar e criar? Cada um deles é o milagre do empenho artístico, avanço tecnológico e belo *design*. A ideia para os *BMW Art Cars* não era uma iniciativa de *marketing* nem uma de relações públicas. Pelo contrário, nasceu da paixão por carros velozes e por arte contemporânea, compartilhada por Hervé Poulain, piloto de carros de corrida e aficionado de arte, e por Jochen Neerpasch, diretor da BMW Motorsports. O encontro inspirou a série *Art Car*, que começou com o *3.0 CSL*, pintado por Alexander Calder em 1975. Quando competiu nas 24 Horas de Le Mans, a maior corrida de *endurance* do planeta, foi aplaudido pela multidão desde o momento que saiu do *pit*. A partir daquele momento, um grande número de artistas, de Warhol a Lichtenstein, de Koons a Eliasson, de Holzer a Cao Fei, tem criado a sua visão artística específica sobre velocidade e mobilidade. Os *BMW Art Cars* são apenas um exemplo desse fascínio por todas as coisas relacionadas com a mobilidade. Como esculturas rolantes, também são testemunho do *design* e da arte de um determinado dia e época. A nossa perceção deles mudará com o tempo, já que o *design* de carro está agora a explorar as particularidades da condução autónoma e até mesmo os automóveis voadores. Os artistas estão prontos para este desafio. A artista chinesa Cao Fei, a trabalhar no seu próprio *M6 GT3*, juntamente com John Baldessari, levou a série inteira para o próximo século ao usar a Realidade Virtual e a Realidade Aumentada, e ao programmar uma *app* e criar um curta-metragem, tudo para ser exibido ao lado do seu carro de corrida muito escuro. Há mais por vir. Exploração e curiosidade não são só o que impulsionam a BMW, como também capacitam a série *Art Car*.

BMW Art Cars

What are the *BMW Art Cars* if not an amazing testimony of man's willingness to compete and to perform, to achieve and to create? Each and every one of them is a miracle of artistic endeavour, technological advancement and beautiful design. The idea for the *BMW Art Cars* was neither a marketing nor a PR initiative. Rather it was borne out of a passion for fast cars and contemporary art that was shared by Hervé Poulain, race driver and art aficionado, and Jochen Neerpasch, director of BMW Motorsports. Their meeting inspired the *Art Car* series, which all began with the *3.0 CSL*, painted by Alexander Calder in 1975. When it competed at the 24 Hours of Le Mans, the greatest endurance race on the planet, it was cheered on by the crowds the moment it left the pit. From that moment till now, a great many artists, from Warhol to Lichtenstein, from Koons to Eliasson, from Holzer to Cao Fei, have all created their own specific artistic take on speed and mobility. The *BMW Art Cars* are but an example of this fascination with all things mobility. As rolling sculptures they are also a testimony to the design and the art of a particular day and age. Our perception of them will change in time as car design is now exploring the intricacies of autonomous driving and even flying automobiles. Artists are ready for this challenge. Chinese artist Cao Fei, working on her own *M6 GT3*, in tandem with John Baldessari, took the entire series into the next century by using Virtual Reality and Augmented Reality, and by programming an app and creating a short film, all to be exhibited alongside her pitch-black race car. There is more to come. Exploration and curiosity are not only what drives BMW, but are also empowering the *Art Car* series.

talking about:

CONCORSO D'ELEGANZA VILLA D'ESTE

T REDAÇÃO DIREITOS RESERVADOS

A sinfonia dos motores do exclusivo concurso Villa d'Este

As margens do Lago Como, em Itália, voltaram a ser testemunha da beleza do *Concorso d'Eleganza Villa d'Este*. Ao som da "Sinfonia dos Motores", o tema escolhido para esta edição, cumpriu-se uma tradição que apagou as velas dos 90 anos. Claro que não faltaram carros clássicos no glamoroso evento que tem a assinatura conjunta da BMW e do clássico hotel italiano. Mas a festa também foi do motociclismo e dos protótipos. Aconteceu entre 24 e 26 de maio e, sem surpresa, foi um espetáculo sem comparação. Em 1929, pouco antes da "Quinta-feira Negra" em Wall Street, o mundo automóvel arregalava os olhos de espanto. Acontecia a primeira edição do *Concorso d'Eleganza Villa d'Este*, em Cernobbio, no norte da Itália. Na altura, o evento começou por ser essencialmente uma passarela para as marcas apresentarem os seus novos modelos de carros. Quem diria? Hoje, dos três circuitos mais conceituados de automóveis clássicos que existem, este é não só o mais antigo, como o único que tem palco no continente europeu. É assim, há 90 anos, que peças de arte, das mais distintas casas, exibem, com orgulho, os seus inigualáveis e raros chassis. BMW, Ferrari, Bentley, Alfa Romeo, Maserati, Aston Martin, Lamborghini são algumas das que se fazem representar. E no fim, depois dos votos do júri e do público, há sempre vencedores. Este ano, 50 bonitos e exclusivos clássicos estacionaram nas margens do Lago Como para se deixarem apreciar, divididos entre Villa d'Este e Villa Erba, duas magníficas propriedades.

O lema desta edição exclusiva foi "A Sinfonia dos Motores". Dos veículos pré-guerra aos carros de estrelas lendárias da música, como Elvis Presley, o espectro de históricos representou todas as grandes eras, desde 1925 até aos nossos dias. E para não destoar do ronco dos motores, até o céu, com chuva e trovoada, se fez ouvir em força. Mas nem isso parou a festa. Porque tradição é tradição. Depois do desfile, animadamente apresentado, os resultados foram anunciados com palmas. Os automóveis presentes a concurso estiveram distribuídos por oito categorias, mas o troféu mais emblemático é o "Best in Show", e quer a *Coppa d'Oro Villa d'Este* (escolha do público), quer o *Trofeo BMW Group* (escolha do júri) foram unanimemente entregues ao Alfa Romeo, *8C 2900B, Berlinetta, Touring*, de 1937. Já o *Trofeo BMW Group Italia* acabou aos pés do *Lancia Astura Serie IV, Cabriolet, Pinin Farina*, de 1938. No entanto, o *show* não apresentou só alguns dos maiores sucessos da história, mas também levantou o véu do que pode ser o futuro. Falamos da classe dos *concept* e protótipos, que também teve vencedor. E na categoria de *Design Award* o premiado foi o *Bugatti La Voiture Noire, Coupé*, deste ano.

O grupo BMW, que desde 1999 se assumiu como mecenas do evento, aproveitou a ocasião para mostrar o seu *BMW Garmisch Concept*, desenhado por Marcello Gandini e apresentado originalmente em 1970, no *Salão Automóvel de Genebra*, na altura, um tributo da Bertone à insígnia alemã. O exemplar foi reproduzido apenas com base nas poucas imagens da época, com a ajuda da memória do *designer* que o idealizou. Um veículo sem preço, ao contrário de outros cuja etiqueta é fácil consultar. Sendo que a maioria dos carros em exibição está próxima ou acima de 1 milhão de dólares. Tudo isto faz com que este evento seja uma das ocasiões mais esperadas pelos aficionados dos clássicos.

The symphony of engines at the exclusive Villa d'Este competition

The shores of Lake Como in Italy have once again witnessed the beauty of the *Concorso d'Eleganza Villa d'Este*. To the sound of the "Symphony of Engines", the theme chosen for this edition, a tradition of 90 years was upheld. Of course there was no shortage of classic cars at the glamorous event organised jointly by BMW and the classic Italian hotel (Villa d'Este). But the party was equally about motorcycling and the prototypes. The *concorso* took place between May 24 and 26 and, unsurprisingly, it proved a spectacle like no other. In 1929, shortly before "Black Thursday" on Wall Street, the automotive world was left awestruck by the first edition of the *Concorso d'Eleganza Villa d'Este* in Cernobbio, northern Italy. At the time, the event started off by being essentially a catwalk for carmakers to present their new models. Who could have known? Today, this is not only the oldest of the three most respected classic car circuits in existence, but the only one on the European continent. And so, for the last 90 years, the most varied of manufacturers have proudly placed their rarest and peerless pieces of art on display. BMW, Ferrari, Bentley, Alfa Romeo, Maserati, Aston Martin, Lamborghini are some of the brands that are represented. And at the end, after the jury and the public have cast their votes, there are always winners. This year, 50 beautiful and exclusive classics were parked on the shores of Lake Como to be admired, divided between the two magnificent properties of Villa d'Este and Villa Erba.
The motto of this exclusive edition was "The Symphony of Engines". From pre-war vehicles to cars that belonged to legendary music stars, such as Elvis Presley, there were classics representing all the great eras, from 1925 to the present day. And so as not to clash with the sound of the engines, the sky added to the roaring sounds with rain and thunder. But even that couldn't stop the party. Because tradition is tradition.
After the excitedly presented parade, the results were announced to great applause. The cars taking place in the competition were divided into eight categories, but the most iconic trophy is the "Best in Show", and both the *Coppa d'Oro Villa d'Este* (the public choice), and the *Trofeo BMW Group* (the jury's choice) were unanimously awarded to the *1937 Alfa Romeo, 8C 2900B, Berlinetta, Touring*. The *Trofeo BMW Group Italia* was awarded to the *1938 Lancia Astura Serie IV, Cabriolet, Pinin Farina*. However, the show didn't just present some of the greatest successes in history, but it also lifted the veil of what the future may hold. We are talking about the concept and prototypes class, which also had a winner. And in the *Design Award* category the winner was this year's *Bugatti La Voiture Noire, Coupé*.
The BMW Group, which has been the patron of the event since 1999, took the opportunity to present its *BMW Garmisch Concept*, designed by Marcello Gandini and originally presented in 1970 at the *Geneva Motor Show*, at the time, a tribute from the Bertone design house to the German insignia. The car was reproduced only based on the few images of the time, with the help of the memory of the designer who created it. A priceless vehicle, unlike others, whose price tags are easy to check, with the majority of the cars on display worth close to or above 1 million dollars. All this makes this one of the most eagerly awaited events for classic car fans.

ROYAL ESTATE
PRIVATE VILLAS

Luxury Properties for sale , your perfect investment
The Excellency of a Royal service

www.royalvillas.eu

Licença AMI nº 7946

ROYAL ESTATE | PRIVATE VILLAS

geral@royalvillas.eu

jaime
coutinho
arquitectos

design for lifestyles

www.jaimecoutinho.com