Império®

Europe Edition

Villas&Golfe®

Grande Entrevista

ADRIANO MOREIRA

«A CPLP é uma janela de liberdade para Portugal»

Entrevista – Guiné Bissau

FERNANDO VAZ

«Um pacto de salvação nacional traria estabilidade à Guiné»

Chef **João Carlos Silva** | Butão | **Douro** Boys

Carros de **Luxo** | Panerai Classic **Yachts** Challenge

Hermès | Aston Martin | **Ferretti**

OYSTER PERPETUAL SKY-DWELLER
EM OURO BRANCO DE 18 KT

ROLEX

ROLEX E TIGER WOODS.
UNIDOS PELOS GRANDES FEITOS.

PARA CONTACTAR UM REVENDEDOR AUTORIZADO ROLEX NA SUA ÁREA, VISITE ROLEX.COM

&EDITORIAL

Descoberta

O verão já vai longo, já se estende indolente pelos dias pachorrentos, em que viajar não fatiga, em que jogar não cansa, em que o sol, esse «fogo que arde» sem arder, não apoquenta. E se esgotar o corpo, há alegria para aliviar a alma, há a «hora dos mágicos cansaços», em que é permitido não fazer rigorosamente nada.

É tempo de férias, de roupas leves, de perfumes frescos, de campo, de mar, de festas animadas, ou de silêncio, porque às vezes urge ouvirmos os sons da natureza, ou da voz que soa dentro de nós mesmos.

Tempo de família, de amigos, e porque não do desconhecido?! «A perceção do desconhecido é a mais fascinante das experiências. O Homem que não tem os olhos abertos para o misterioso passará pela vida sem ver nada» (Albert Einstein).

Entre connosco nas páginas que se seguem e descubra, ou redescubra, com todos os sentidos atentos, um mundo misterioso. Se for totalmente novo, tanto melhor, se não, em cada redescoberta encontrará, com certeza, novos mistérios.

Discovery

Summer has long been with us, lazily stretching through placid days, in which travelling doesn't tire, in which playing doesn't wear you out, in which the sun, this «burning fire» that doesn't burn, causes no suffering. And if the body has had enough, there is the joy of easing the soul, there is the «time of sweet weariness», when you're allowed to do nothing at all.

It's holiday time, of light clothes, fresh perfumes, of countryside, of the sea, of lively celebration, or of silence, because sometimes we just need to hear the sounds of nature, or the voice calling out within ourselves.

Time for family, for friends and perhaps the unknown! «The perception of the unknown is the most fascinating of experiences. Anyone who doesn't have his eyes open to mystery will pass through life seeing nothing» (Albert Einstein).

Come with us, with your senses alert, into the following pages and discover, or rediscover, a mysterious world. If the experience is entirely new, so much the better, if not, in each rediscovery you will certainly find new mysteries.

MARIA AMÉLIA PIRES

Império Villas&Golfe® é propriedade da PM Media, S.A. | www.imperiomag.com | EUROPA | ÁFRICA | Main Office: Centro Empresarial Lionesa G19, Rua da Lionesa, 446, 4465-671 Leça do Balio, Matosinhos, Porto, Portugal · T: +351 229069530 | imperiovg@imperiovg.com | Presidente ADM: Paulo Martins | Diretora: Maria Amélia Pires | Editora: Carolina Xavier e Sousa | Redação: Carolina Xavier e Sousa, Andreia Barros Ferreira, Estela Ataíde | Revisão: Maria Amélia Pires | Tradução: Algarvemedia | Fotografia de capa: © Officine Panerai | Produção: Sérgio Martins (Coordenação), Laura Martins, Sérgio Teixeira | Produção/Materiais: Sílvia Fernandes | Depart. Financeiro: Elisabete Alves | Periodicidade: Bimestral | Impressão: Orgal, Lda. | ISSN: 1645 – 2798 | N.º Depósito Legal: 172563/01 | Registo ERC n.º 123930 | Assinaturas: info@pmmediacorporate.com

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

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

Publicidade: info@imperiomag.com

24
ART & CULTURE
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

40
INTERVIEW
FERNANDO VAZ
«Um pacto de salvação nacional...»
«A pact of national salvation would...»

66
ECONOMY & BUSINESS
DOURO BOYS
«Pôr o Douro no mapa»
«Putting the Douro on the map»

70
INSPIRING PLACES
BUTÃO
Paraíso dos Himalaias
Himalayan Paradise

104
SUPREME FLAVOURS
JOÃO CARLOS SILVA
O *Chef* das Ilhas do Meio do Mundo
The Island *Chef* at the Centre of the World

118
LUXURY & STYLE
LOJA DAS MEIAS
A Arte do Saber Coser
The Art of Knowing How to Sew

130
LUXURY & STYLE
BMW GRAN LUSSO COUPÉ
ASTON MARTIN VANQ. VOLANTE

BIC EXPORTADOR

EXPORTE CONNOSCO
CRESÇA CONNOSCO

GERAMOS NEGÓCIOS
ALÉM-FRONTEIRAS

- Soluções para exportação de bens e serviços
- Gestão de fluxos financeiros
- Desenvolvimento de estratégias de investimento

Informe-se Já
808 22 44 44
(2ª a 6ª das 9h às 20h, exceto feriados)
www.bancobic.pt

BancoBIC
Crescemos juntos

\\NEWS

THE BOLLINGER EXPERIENCE

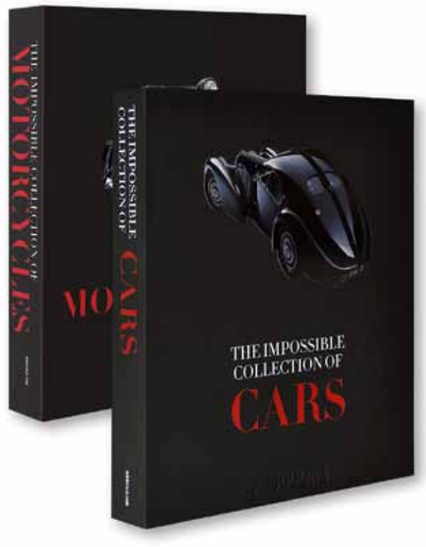
Antecipando as comemorações, em 2014, dos 50 anos do icónico *Bollinger R.D.*, criado em 1961 pela própria Madame Bollinger, a marca apresenta *The Bollinger Experience*, uma edição especial distribuída em Portugal pela Heritage Wines. Limitada a 350 unidades para todo o mundo, esta edição exclusiva e numerada foi desenhada por Eric Berthes, que se inspirou no mundo dos automóveis de luxo para criar uma peça profundamente sofisticada.
Além do excecional *Bollinger R.D. 2000*, *The Bollinger Experience* inclui uma champanheira de metal para manter o champanhe fresco e oito elegantes *flûtes* Bollinger concebidos pela Riedel.

Ahead of the commemorations in 2014 of 50 years of the iconic *Bollinger R.D.*, created in 1961 by Madame Bollinger herself, the brand presents *The Bollinger Experience*, a special edition distributed in Portugal by Heritage Wines.
Limited to 350 units for the whole world, this exclusive and numbered edition has been designed by Eric Berthes, who took his inspiration from the world of luxury cars to create a highly sophisticated piece.
Besides the exceptional *Bollinger R.D. 2000*, *The Bollinger Experience* includes a metal ice bucket to keep the champagne cool and eight elegant Bollinger flutes, designed by Riedel.

BELCANTO

O restaurante Belcanto, do *chef* José Avillez, foi incluído na primeira lista anual *Foodie Top 100 Restaurants: Europe, UK & Asia Pacific*, sendo o único restaurante em Portugal a integrar este grupo, que refere restaurantes de prestígio como El Celler de Can Rocca, Mugaritz, The Fat Duck, Noma e Osteria Francescana.
Organizado pela Glam Media e um restrito grupo de jornalistas e críticos gastronómicos, o guia, publicado este verão, homenageia restaurantes exemplares que apresentem uma cozinha verdadeiramente excecional e ofereçam as melhores experiências gastronómicas.

Chef José Avillez's Belcanto restaurant has been included in the first *Foodie Top 100 Restaurants: Europe, UK & Asia Pacific* annual list, as the only Portuguese restaurant to appear in this select group, alongside prestige eateries such as El Celler de Can Rocca, Mugaritz, The Fat Duck, Noma and Osteria Francescana.
Organised by Glam Media and a restricted group of journalists and food critics, the guide, published this summer, pays tribute to exemplary restaurants that offer truly exceptional food and the best gastronomic experiences.



ASSOULINE

Pensando nos aficionados de motos a automóveis, a editora Assouline lançou *The Impossible Collection of Motorcycles – The 100 Most Exceptional Motorcyles of the Twentieth Century* e relançou *The Impossible Collection of Cars – The 100 Most Exceptional Cars of the Twentieth Century*, que listam os modelos mais extraordinários do século passado. Da autoria de Dan Neil e Ian Barry/Nicolas Stecher, respetivamente, os livros apresentam os mais desejados exemplares do século XX, incluindo automóveis pertencentes a Marlene Dietrich e Pablo Picasso e motos únicas como a Harley-Davidson XR750 de 1973, modelo de eleição de Evel Knievel.

With motorcycle and car connoisseurs in mind, publisher Assouline has launched *The Impossible Collection of Motorcyles – The 100 Most Exceptional Motorcyles of the Twentieth Century* and relaunched *The Impossible Collection of Cars – The 100 Most Exceptional Cars of the Twentieth Century* which list the most extraordinary models from the past century.
Written by Dan Neil and Ian Barry/Nicholas Stecher respectively, the books present the most coveted examples from the 20th century, including cars belonging to Marlene Dietrich and Pablo Picasso, as well as unique motorbikes, such as the 1973 Harley-Davidson XR750, Evel Knievel's model of choice.

LUANDA É A CIDADE MAIS CARA DO MUNDO
LUANDA IS THE WORLD'S MOST EXPENSIVE CITY

A capital angolana voltou a ser eleita a cidade mais cara do mundo para expatriados, anunciou recentemente a consultora Mercer.
Moscovo e Tóquio (a mais cara em 2012) ocupam o segundo e terceiro lugares, seguindo-se N'Djamena (Chade), Singapura e Hong Kong. As cidades suíças Genebra, Zurique e Berna também figuram no *top 10*, que termina com a australiana Sidney.
O levantamento sobre o custo de vida elaborado pela consultora abrange 214 cidades nos cinco continentes e mede o custo comparativo de mais de 200 itens em cada local, nomeadamente alojamento, transportes, alimentação, vestuário, bens domésticos e entretenimento.

The Angolan capital has once again been voted as the world's most expensive city for expats, consulting firm Mercer has recently announced.
Moscow and Tokyo (the most expensive in 2012) come in second and third places, followed by N'Djamena (Chad), Singapore and Hong Kong. The Swiss cities of Geneva, Zurich and Bern also figure in the top ten, which is completed by Australia's Sydney.
The survey of living costs carried out by the consulting firm covers 214 cities and the five continents, and measures comparative costs for more than 200 items in each destination, including accommodation, transport, food, clothing, domestic goods and entertainment.

ESTADOS D'ALMA NAS CAVES CÁLEM
STATES OF SOUL IN THE CÁLEM CELLARS

As caves da centenária casa do vinho do Porto acolhem, até 13 de outubro, a exposição *Estados d'Alma*, uma mostra de pintura das artistas Albertina Machado e Anabela Mendes da Silva.
Um trabalho íntimo e pessoal, *Estados d'Alma* pretende descrever os estados físicos e mentais que ocorrem durante o processo de criação de um quadro, sendo cada uma das obras um reflexo dos vários estados pelos quais a alma atravessa, expressando assim o olhar de cada uma das pintoras, ambas com raízes angolanas e uma profunda ligação à cidade do Porto. De entrada gratuita, a exposição está aberta ao público todos os dias entre as 10h e as 18h.

The cellars of the age-old Port wine producer welcome, until October 13, the *States of Soul* exhibition, a show featuring the paintings of artists Albertina Machado and Anabela Mendes da Silva.
An intimate and personal work, *States of the Soul* aims to describe the physical states and states of mind that occur during the process of creating a painting, while each of the works is a reflection of the various states through which the soul passes, thus expressing the vision of each of the painters, both of which have Angolan roots and a close connection to the city of Oporto. Free to visit, the exhibition is open to public everyday between 10 am and 6 pm.

EXPOSIÇÃO A TORRE DOS CLÉRIGOS E OS SEUS FOTÓGRAFOS
CLÉRIGOS TOWER AND ITS PHOTOGRAPHERS EXHIBITION

No âmbito das comemorações do 250.º aniversário da Torre dos Clérigos, o Centro Português de Fotografia, no Porto, recebe, até 24 de novembro, a exposição *A Torre dos Clérigos e os seus fotógrafos*, organizada em parceria com a Irmandade dos Clérigos.
Recorrendo a imagens do arquivo do Centro Português de Fotografia, a exposição mostra o icónico monumento pela lente de diversos fotógrafos, oferecendo diferentes perspetivas da torre que já é um elemento insubstituível do imaginário portuense.

As part of the commemorations marking the 250th anniversary of Clérigos Tower, the Portuguese Photography Centre, in Oporto, shows until November 24 the *Clérigos Tower and its Photographers* exhibition, organised in partnership with Brotherhood of the Clérigos.
Using images from the Portuguese Photography Centre's archives, the exhibition reveals the iconic monument through the lens of many photographers, offering different perspectives of the tower, which is an irreplaceable landmark on Oporto's skyline.

* EMILIO BIEL – 1838–1915 \ Torre dos Clérigos com vista parcial do Mercado do Anjo em obras, [1870–1915] Gelatina e Sais de Prata \ © PT/CPF/BIE/000118

MONTBLANC

Indo ao encontro das necessidades do exigente homem moderno, que procura acessórios marcantes com o melhor *design*, a Montblanc lançou quatro coleções de botões de punho, cada uma com uma fonte de inspiração distinta.
Enquanto a coleção *Montblanc Heritage* representa o estatuto icónico da marca, a arquitetura urbana contemporânea é a inspiração dos modelos *Sculptural*. Já a linha *Stripes* remete para a arte da marchetaria e a coleção *Hartford* redefine a sofisticação masculina.

In the quest to match the requirements of discerning modern man, who demands striking accessories with the best design, Montblanc has launched four cufflink collections, each with different source of inspiration.
While the *Montblanc Heritage* collection represents the iconic status of the brand, contemporary urban architecture is the inspiration behind the *Sculptural* models. The *Stripes* range refers to the art of marquetry and the *Hartford* collection redefines masculine sophistication.

ONYX 41

Luxuoso e elegante, o protótipo *Onyx 41* é fruto da parceria entre a DeBasto Designs e o estaleiro Hodgdon Yachts, que se uniram para apresentar um iate tão simples de apreciar como de conduzir.
Podendo ser operado por monitorização remota ou controlos *touch screen*, o *Onyx 41* está equipado com uma série e recursos inovadores, como o sistema híbrido de propulsão, criando um novo padrão na aplicação de tecnologias em iates desta dimensão (41 pés).
Estando prevista a construção de apenas algumas unidades para os proprietários mais exclusivos, o inovador iate acrescenta aos seus argumentos interiores espaçosos e luxuosamente decorados, satisfazendo os requisitos dos clientes mais exigentes.

Luxurious and elegant, the *Onyx 41* prototype is the result of the partnership between DeBasto Designs and yacht builder Hodgdon Yachts, which have joined forces to present a yacht as simple to enjoy as it is to sail.
Able to be operated via remote monitoring or touch screen controls, the *Onyx 41* is equipped with a series of innovative features, such as the hybrid propulsion system, creating a new standard in the application of technologies in yachts of this size (41 feet).
With plans to build only a few units for the most exclusive of owners, the innovative yacht also boasts spacious and luxuriously decorated interiors, satisfying the requirements of the most demanding of clients.

HERDADE DO ESPORÃO
1267

PROVE OS NOSSOS VINHOS
E AZEITES NO LUGAR ONDE
NASCERAM, ACOMPANHADOS
DA GASTRONOMIA LOCAL E
DOS FRESCOS DA NOSSA HORTA

Gastronomia no Restaurante e no Winebar

Esta é uma das experiências do Enoturismo da Herdade do Esporão que desafia a sair da rotina, a passar um dia no campo e a conhecer a forma como fazemos e vivemos os nossos produtos. Saboreie o vinho, o azeite e a gastronomia na sala do restaurante ou na esplanada exterior junto das vinhas, gozando da tranquilidade da paisagem que se estende no horizonte. Mesmo ao lado, a nossa horta respeita os ciclos da natureza abastecendo a cozinha com legumes, frutos, verduras e ervas aromáticas. Os pratos, alguns deles confeccionados no forno a lenha ou na grelha, têm por base a riqueza da gastronomia alentejana, revelando o respeito pelos ingredientes e recuperando a memória de uma cultura rica em saberes e sabores. No winebar e nos jardins pode ainda degustar petiscos alentejanos, na boa companhia dos nossos vinhos, simplesmente descansar ou ler um livro.

Enoturismo da Herdade do Esporão. Saboreie o dia.

Siga a sustentabilidade da Herdade do Esporão em www.esporao.pt

ADRIANO MOREIRA

«A CPLP é uma janela de liberdade para Portugal»

«The CPLP is a window of freedom for Portugal»

Advogado, Ministro do Ultramar de António de Oliveira Salazar e Presidente do CDS-PP, Adriano Moreira é um dos mais iluminados intelectuais portugueses. Numa biblioteca da Academia das Ciências de Lisboa, sentamo-nos com o professor e politólogo para conversar sobre este seu percurso e analisar a situação política e económica em Portugal, um país que, segundo Adriano Moreira, tem descurado a sua ligação com o mar e com a CPLP, mas que poderá encontrar nos dois «janelas de liberdade». Para a CPLP, Adriano Moreira defende a criação de uma plataforma continental, uma bandeira e uma frota marítima que dotem a organização de maior poder e projeção.

Lawyer, Minster for Overseas Provinces under António de Oliveira Salazar and chairman of the Democratic and Social Centre – People's Party (CDS-PP), Adriano Moreira is one of Portugal's most enlightened intellectuals. In a library of the Lisbon Science Academy, we sit down with the professor and political scientist to talk about his career and to analyse the political and economic situation in Portugal, a country, which, according to Adrian Moreira, has neglected its ties with the sea and with the Community of Portuguese Language Countries (CPLP), but which may find «windows of freedom» in both. For the CPLP, Adriano Moreira defends the creation of a continental shelf, a flag and a sea fleet that would give the organisation greater power and projection.

TEXTO TEXT ANDREIA BARROS FERREIRA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ANDRÉ SANTOS

Vivemos num tempo de grande agitação política. Como tem olhado para os últimos acontecimentos em Portugal?

Portugal precisou sempre de apoio externo. Começou logo pelo D. Afonso Henriques que pediu o apoio do Papa. Depois tivemos a aliança com a Inglaterra e acabado o império, em 1974, precisamos da União Europeia. Esta situação coloca o país frequentemente na circunstância de sofrer os efeitos de causas em que não participou.

Tivemos 50 anos de Guerra Fria, em que havia um conflito entre duas concessões do mundo e da vida, que acabou com a Queda do Muro. A impressão que me dá é que o conflito entre a democracia e o sovietismo foi substituído pelo neoriquismo, em que toda a mecânica capitalista se foi desenvolvendo no sentido de todos entenderem que era legítimo ultrapassarem os seus recursos em equação com os seus objetivos, necessidades e capacidades. O mau governo, que também tem que ser considerado e que durante esse *neoriquismo* foi acompanhado pela entrega da gestão dos recursos vivos do mar à Comissão Europeia, pela destruição do conceito estratégico da reserva alimentar, levou-nos a uma situação que é humilhante e que é um protetorado. Neste momento parece que todo o conceito estratégico português é equilibrar o orçamento com a brutalidade de intervenções que provocaram aquilo que a chamo de fadiga orçamental e tributária, aumento do desemprego, a circunstância de diminuírem as receitas e continuarem a subir as despesas.

We live in a time of great political turmoil. What has been your reaction to the latest events in Portugal?

Portugal has always needed support from outside. It began from the outset when Dom Afonso Henriques asked for help from the pope. Then we had the alliance with Great Britain, and when the empire came to an end, in 1974, we needed the European Union. This situation often places the country in circumstances where it suffers the effects of causes in which it did not participate. We had 50 years of Cold War, in which there was a conflict between two conceptions of the world and of life, which ended with the fall of the wall. The impression this gives me is that the conflict between democracy and sovietism has been replaced by a concept of wealth in which capitalist mechanics as a whole has been developed in the sense that everyone understands that it is legitimate to go beyond your resources to meet your goals, needs and capacities. Bad governing, which also has to be considered and which during this wealth concept was accompanied by the handing over of the management of the living resources of the sea to the European Commission, by the destruction of the strategic concept of food reserve, has led us to a situation, which is humiliating and which is a protectorate. At the moment it seems that the entire Portuguese strategic concept is to balance the budget with the brutality of interventions that cause what I call budgetary and tax fatigue, increased unemployment, the situation of decreasing revenue and continuing to raise expenses.

Nos relatórios do PNUD, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, do século passado, que foi ontem, a fronteira da pobreza passava o Sul do Saara. Neste momento, a fronteira da pobreza passa ao Norte do Mediterrâneo e está a tornar evidentíssima a fronteira que foi o limes romano. Já abrange Chipre, Grécia, Itália, Espanha, Portugal, Irlanda, a França começa a dar sinais. Este número de países já é suficiente para erguer a voz contra a voz do poder. Parece-me que a questão não é portuguesa, não é uma questão dos países da fronteira da pobreza, é um problema da Europa e do Ocidente em decadência, o que exige tomar medidas respeitando os princípios que são fundamentais na União Europeia, a cooperação, a solidariedade, com esperança de que até a chanceler Merkel seja capaz de perceber isto.

In reports by the UNDP, United Nations Development Programme, from last century, which was yesterday, the poverty border passed through the south of the Sahara. At the moment the poverty border passes through the north of the Mediterranean, and it is clearly becoming the border that was once the Roman *limes*. It now covers Cyprus, Greece, Italy, Spain, Portugal, Ireland; France is showing signs. This group of countries is already enough to speak up against the voice of power. It seems to me that issue isn't Portuguese, it is not an issue of the countries on the poverty border, it is a problem of Europe and of the decadent West, which demands for measures to be taken that respect the principles that are fundamental in the European Union, cooperation, solidarity, with the hope that even chancellor Merkel will be able to understand this.

Angela Merkel será capaz de aceitar uma nova ordem para a Europa?

Tenho esperança. Julgo que estão a olhar com displicência o facto de os Estados Unidos estarem afastados. Os Estados Unidos voltaram a acreditar que a marcha para o Oeste do *cowboy* é o seu desígnio nacional, que são a nação indispensável ao mundo, a casa em cima da colina, que o Atlântico é a sua retaguarda porque o seu mar é o Oceano Pacífico. E o afastamento dos Estados Unidos enfraquece o Ocidente e isso tem que também ser considerado e discutido.

Will Angela Merkel be able to accept a new order for Europe?

I have the hope. I believe that they are nonchalantly looking at the fact that the United States is moving away. The United States once again believes that the trek west of cowboys is its national ambition; that it is the nation the world cannot do without, the house at the top of the

As Nações Unidas, nas quais tivemos tanta esperança e que teve secretários gerais notabilíssimos, neste momento parecem transformadas num templo de orações a um Deus desconhecido. De quando em vez o Secretário-Geral faz um discurso sobre os males que atravessam o mundo e pede a um Deus desconhecido que intervenha para evitar isso. As Nações Unidas têm um órgão que se chama Conselho Económico e Social, que é competente para avaliar a situação de crise mundial. Nunca foi convocado. Talvez seja bom averiguar porquê.

Pela situação em que está, o mar tem para Portugal uma importância extraordinária. Acho que há duas janelas de liberdade para Portugal: uma delas é o mar. Não apenas pela tradição marítima e pela grande importância que pode ter para o turismo, mas pela importância da plataforma continental, que é a maior do mundo. Há um projeto europeu para definição do mar europeu; não convém a Portugal que o mar europeu seja definido antes das Nações Unidas reconhecerem a nossa plataforma continental. A data prevista era 2013, foi adiada para 2015.

Houve há menos de um mês no Rio de Janeiro uma reunião promovida pela Escola de Marinha de Guerra do Brasil

«Nada impede a CPLP de ter uma bandeira e de ter a sua frota e fazer uma oferta global económica da sua plataforma» \\ «There is nothing stopping the CPLP from having a flag and having its fleet and to make an economic global offer of its shelf»

sobre o mar azul em que estiveram pessoas de todos os países lusófonos. Todos os países da CPLP são marítimos, todos vão ter plataforma continental, nenhum tem frota marítima e a frota marítima vai ser o meio de transporte preferido no futuro por ser o mais barato, vai ser preciso a segurança nos mares contra a pirataria. Nada impede a CPLP de ter uma bandeira e de ter a sua frota e fazer uma oferta global económica da sua plataforma, naturalmente com a diplomacia bem organizada e eficaz, e Portugal tem essa diplomacia, para organizar os financiamentos que seriam necessários. Penso que há uma janela aberta para um país pobre que poderia regressar ao mar em vez de o manter apenas na letra do hino nacional. Por outro lado, a própria CPLP é, a meu ver, uma janela de liberdade do país.

Uma janela de liberdade que não tem muita importância no mundo.

Tem razão. O facto de abaixo do Equador o português ser a língua mais falada tem importância económica diplomática, que precisa de ser enriquecida. A associação com as universidades é muito débil, não devia ser, já devíamos ter um Erasmus de estudantes.

«Estamos num século sem bússola e os portugueses precisam de bússola, mas só tem bússola quem conhece as correntes, as orientações» \\ *«We are in a century without a compass and the Portuguese need a compass, but you only have a compass when you know the currents and the directions»*

hill; that the Atlantic is its rearguard because its sea is the Pacific Ocean. And the United States pulling away weakens the West and this also has to be considered and discussed.

The United Nations, in which we had so much hope and which had so many outstanding general secretaries, at the moment seems to be transformed into a temple of prayers to an unknown god. Now and again the general secretary gives a speech on the evils that are crossing the word and asks an unknown god to intervene so as to avoid this. The United Nations has a body called the Economic and Social Council, which is suitable for assessing the situation of the world crisis. It has never been called to do so. Maybe it would be good to check why.

Given its situation, the sea has an extraordinary importance for Portugal. I think there are two windows of freedom for Portugal: one of them is the sea. Not only for its maritime traditions and for the major importance that it can have for tourism, but also for the importance of its continental shelf, which is the largest in the world. There is a European project to define the European sea; it would not be good for Portugal if the European sea is defined prior to the United Nations recognising our continental shelf. The envisaged date was 2013, and has been postponed to 2015.

Less than a month ago there was a meeting in Rio de Janeiro promoted by the *Escola de Marinha de Guerra do Brasil* on the blue sea, attended by people every Portuguese speaking country. Every country in the CPLP lies on the sea, all of them will have a continental shelf, and none of them has a sea fleet and the sea fleet will be the favoured means of transport in the future because it is the cheapest. Security at sea will be needed to combat piracy. There is nothing stopping the CPLP from having a flag and having its fleet and to make an economic global offer of its shelf, naturally with diplomacy well organised and efficient, and Portugal has this diplomacy, to organise the financing that would be necessary. I think there is an open window for a poor country that would be able to return to the sea instead of just singing of doing so in the national anthem. On the other hand, in my mind, the CPLP itself is a window of freedom for the country.

A window of freedom that has little importance in the world.

You're right. The fact that below the equator, Portuguese is spoken more than any other language has diplomatic economic importance, which needs to be enriched. Interaction between universities is very weak, it shouldn't be like that. We should have a student exchange scheme, like Erasmus.

I believe that the difficult situation in which Portugal finds itself should be analysed, not to discourage the Portuguese, but because if they do not know the real

Julgo que a análise da situação dificílima em que Portugal se encontra deve ser feita, não para desanimar os portugueses, mas porque se eles não souberem a realidade, não mobilizam as vontades. Estamos num século sem bússola e os portugueses precisam de bússola, mas só tem bússola quem conhece as correntes, as orientações.

A Europa continua a ser uma janela de liberdade para Portugal?

Julgo que sim. A Europa teve a projeção unitária no mundo antes de interiormente a assumir, porque aparecia como um agressor unitário. E cada vez que a Europa enfraquecia, em geral por guerras internas, multiplicavam-se os projetos de unidade.

O Direito Internacional diz que todos os países são iguais; nós sabemos que nunca foram iguais, porque a hierarquia de poder sempre existiu. Mas a hegemonia implica não só poder militar; é preciso ter poder financeiro e económico. Esses poderes estão a dissociar-se. Na Europa, quem está no Conselho de Segurança com poder de veto são a Inglaterra e a França, que não têm qualquer poder para enfrentar o globalismo. Por isso acho que a Europa precisa de unidade. Porque os países mais débeis juntos podem apresentar-se perante aqueles que às vezes se chamam países baleia: a China, a Índia, etc.. E a Europa ou se une ou perde a voz do mundo.

situation, you can't rally support. We are in a century without a compass and the Portuguese need a compass, but you only have a compass when you know the currents and the directions.

Is Europe still a window of freedom for Portugal?

I think so. Europe was seen as a single unit throughout the world before it saw itself as such, because it appeared as a single aggressor. And every time Europe weakened, mainly due to internal wars, unification projects grew in numbers.

International law states that all countries are equal; we know that they have never been equal, because the hierarchy of power has always existed. But the hegemony implies not only military power; financial and economic power is also needed. These powers are becoming disconnected. In Europe, the UK and France are on the Security Council with veto power, and they have no power to tackle globalism. As such, I believe that Europe needs unity. Because the weaker countries together can stand up against so-called emerging powers: China, India, etc. And Europe either joins together or loses its voice in the world.

You lived through interesting times while Minister for Overseas Provinces.

Dangerous, but interesting.

Viveu tempos interessantes enquanto Ministro do Ultramar.

Perigosos, mas interessantes.

Como era trabalhar com Salazar?

Em primeiro lugar nunca tive qualquer intervenção na política até aquela altura. Era um transmontano de uma família pobre, precisei de trabalhar. Formei-me muito novo, com 21 anos. Quando ele me chamou eu já tinha 39 anos, era um advogado conhecido e dava aulas. Era eu quem tratava da política ultramarina. Fazia as lições com a honestidade que o professor deve ter, fazia as minhas críticas sobre o que não estava bem; mas ainda estava pior do que eu sabia. O Almirante Sarmento Rodrigues quis fazer uma reforma do sistema prisional e como eu nesse tempo tratava dessas matérias, pediu para ser eu a ir lá fazer o estudo. Eu corri todas as colónias de África e fiquei espantado. Pensei: eu andei a ensinar coisas que não são verdadeiras.

O que encontrou nas antigas colónias?

Trabalho forçado, concessões de culturas obrigatórias, a diferença de estatuto. Comecei a escrever sobre isso e a ir a umas conferências internacionais.

Salazar disse-me: fez um relatório das Nações Unidas onde diz, nós ganhamos a batalha diplomática este ano [em 1959], mas em 1961 a batalha no terreno não vai ser diplomática. Porque escreveu isto? É que nós estamos com a revolta em Angola. E eu disse: porque a minha professora primária ensinou-me contas de somar. Nos estatutos da carta dizia que um país só podia ser condenado quando não tivesse um terço dos votos a favor. E eu fiz a conta aos países que iam entrando. E disse: a gente perde o terço e quando perdermos o terço a revolta é legítima. Ele disse-me: queria que fizesse as reformas que são necessárias. Depois sentiu que as reformas abalavam a sua base de apoio, e decidiu mudar de política. Respondi-lhe que tinha de mudar de Ministro.

What was it like to work with Salazar?

First of all, I never had any involvement in politics until that time. I was from the Trás-os-Montes from a poor family; I needed to work. I trained very young, at the age of 21. When he called me I was already 39 years old, I was a well known lawyer and I was giving classes. I dealt with overseas policy. I gave lessons with the honesty a teacher should have, I gave my opinion of what wasn't right; but it was still worse than I thought. Admiral Sarmento Rodrigues wanted to undertake a reform of the prison system and as I was dealing with such things at the time, he asked if I would go and do the study. I travelled through all the African colonies and I was shocked. I thought: I've been teaching things that aren't true.

What did you find in the former colonies?

Forced labour, mandatory farming concessions, difference in status. I began to write about this and to go to some international conferences.

Salazar said to me: you wrote a United Nations report where you said we have won the diplomatic battle this year [in 1959], but in 1961 the battle on the ground is not going to be diplomatic. Why did you write this? We have a revolt in Angola. And I said: because my primary school teacher taught me how to add up. In the statutes of the charter it said that a country can only be condemned when it doesn't have a third of the votes in favour. And I did the maths of the countries that were entering. And I said: the people lose the third and when we lose the third the revolt is legitimate. He said to me: I would like you to do the reforms that are necessary. Afterwards he felt that the reforms were shaking his support base and he decided to change policy. I replied that he had to change minister.

Depois veio a democracia e veio o CDS-PP. Como é que olha hoje para o CDS-PP e para o seu líder Paulo Portas?

Não faço comentários sobre pessoas.

Then democracy came and with it the CDS-PP. What do you think of the CDS-PP today and of its leader Paulo Portas?

I don't comment on people.

Se não fala sobre pessoas, também não me vai falar da nomeação de Maria Luís Albuquerque para Ministra das Finanças?

Não. Sobre pessoas não falo, nunca.

If you don't talk about people, you're not going to talk to me about the nomination of Maria Luís Albuquerque as Minister for Finances either?

No. I never talk about people.

Mas falou sobre Vitor Gaspar.

Sobre a carta, que é fundamental. Até fiz o elogio da carta, publicamente, dizendo que é o que deve fazer um intelectual responsável, assumir que se engana. A primeira prova de que tem responsabilidade intelectual é o Sr. Ministro ter declarado que se enganou. E isto, na minha boca, é um elogio. Para coisas pessoais, já não há paciência.

But you spoke about Vitor Gaspar.

About the letter, which is vital. I also praised the letter, publically, saying that it is what a responsible intellectual should do, admit that he is wrong. The first proof that he has intellectual responsibility is the minister having stated that he was wrong. And this, in my mouth, is praise. For personal matters, I don't have the patience.

Estamos aqui rodeados de livros. Sei que o professor é um apreciador do Boris Vian. Quem mais costuma ler?

O Padre António Vieira é uma inspiração permanente. Há uma coisa que não percebo: porque é que nós inventamos que D. Sebastião é que há de fazer a salvação? O rei vencido? Bartolomeu Dias é mais interessante, porque partiu três vezes para a Índia, teimoso, nunca lá chegou, morreu no caminho. Eu até lhe dediquei um livro com esta dedicatória: a Bartolomeu Dias, um marinheiro que morreu tentando. E o Padre Vieira foi a mesma coisa, é um grande exemplo. Ele escreve até ao fim da vida, já velho. Foi preso pela Inquisição, quis trazer os judeus outra vez para Portugal, cheio de razão. É uma voz que ainda se escuta para os dias de hoje. Aqueles discursos dele dirigidos aos ministros a dizer-lhes – dizia os títulos, nunca dizia os nomes das pessoas, eu aprendi isto com ele: Sr. Ministro da Segurança, ou do Interior, não vê a pobreza do povo, está cego ou está surdo? Não vê o abandono da Administração Pública, está cego ou está surdo? Eu já citei isto num texto meu. Engraçado que os títulos dos ministros que ele refere eram parecidos com os de hoje (risos).

We are sat here surrounded by books. I know that you are a fan of Boris Vian. Who do you normally read?

Padre António Vieira is a constant inspiration. There is something I do not understand: why did we invent that Dom Sebastião is what has to be done for salvation? The defeated king? Bartolomeu Dias is more interesting, because stubbornly he left three times for India, never to get there and to die on the way. I even dedicated a book to him with this dedication: to Bartolomeu Dias, a sailor who died trying. And Padre Vieira was the same thing, he is a great example. He wrote until the end of his life, as an old man. He was imprisoned in the Inquisition, and wanted to bring Jews back to Portugal, quite justifiably. He is a voice that can still be heard today. Those speeches he made to ministers, telling them – he said their title, he never said the names of people, I learnt this from him: Mr Minister for Security, or Mr Home Secretary, do you not see the poverty of the people, are you blind or are you deaf? Do you not see how public administration has abandoned them, are you blind or are deaf? I have already quoted this in a text of mine. It's funny how the titles of the ministers to whom he refers are similar to the ones of today (he laughs).

UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Ícone da Cultura Portuguesa
Icon of Portuguese Culture

TEXTO TEXT CAROLINA XAVIER E SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY PEDRO SOARES

Entrámos pela Porta Férrea no amplo Pátio das Escolas no preciso momento em que soou a tão célebre «Cabra». Lá do alto, subidos os 183 degraus encaracolados da Torre da Universidade, vemos, além da cidade que se espraia nas margens do Mondego, o núcleo central da Universidade, a Alta e a Rua da Sofia, recentemente classificadas pela UNESCO como Património Mundial. O reconhecimento de um património material e, acima de tudo, imaterial que encheu de orgulho não só Coimbra como toda a cultura portuguesa.

We enter the expansive concourse known as the *Pátio das Escolas* via the *Porta Férrea* gateway at the exact moment in which the famed «*Cabra*» bell rings out. Way up high, having climbed the 183 steps of the University Tower, we see, in addition to the city sprawled along the banks of the River Mondego, the main buildings of the university, the *Alta* and the Rua da Sofia, recently classified by UNESCO as a World Heritage Site. The recognition of tangible heritage and, above all else, intangible heritage, that has filled with pride not only Coimbra, but also Portuguese culture as a whole.

Falar da Universidade de Coimbra, mais do que do incontestável valor arquitetónico somado pelo conjunto de edifícios que a constituem, é falar do berço da língua de Camões e do ensino em português. «O reconhecimento como Património da Humanidade corresponde, no fundo, ao reconhecimento de que a língua e a cultura portuguesas foram decisivas na formação do mundo como nós o conhecemos», explica João Gabriel Silva, reitor da instituição desde 2011, considerando que, das cinco universidades a nível mundial portadoras desta notável distinção, «a Universidade de Coimbra é aquela que é classificada com mais latitude».

«Este é o reconhecimento de que a língua e a cultura portuguesas foram decisivas na formação do mundo como nós o conhecemos» // «This is the recognition that the Portuguese language and culture were decisive in the formation of the world as we know it»

Pouco mais de um século passara desde a fundação da nação portuguesa, quando, em 1290, D. Dinis assinou o «Scientiae thesaurus mirabilis», documento que instituiu o Estudo Geral. A primeira universidade portuguesa, uma das mais antigas do globo, nascia assim em Lisboa,

Talking about Coimbra University, more than the indisputable architectural value added by the group of buildings of which it is comprised, is to talk about the cradle of the language of Camões and of teaching in Portuguese. «The recognition as World Heritage Site corresponds, basically, to the recognition that the Portuguese language and culture were decisive in the formation of the world as we know it,» explains João Gabriel Silva, vice-chancellor of the institution since 2011, who considers that, of the five universities around the world that have this notable distinction, «Coimbra University is the one that is classified in a more far-reaching manner.»

Little more than a century had passed since the founding of the Portuguese nation, when, in 1290, King Dinis signed the Scientiae thesauris mirabilis, the document that granted the institution of the university. The first Portuguese university, one of the oldest on the planet, was

balançando entre Lisboa e Coimbra até 1537, ano em que se instalou definitivamente na «cidade dos estudantes» a mando de D. João III. «O facto da Universidade ter andado entre Lisboa e Coimbra só lhe dá mais universalidade e mais justifica o seu caráter de representante máximo da cultura e da língua portuguesas e do conhecimento em português», acredita João Gabriel Silva.

Permitindo a centralização do ensino um controlo ideológico bem mais eficaz, a hegemonia de sete séculos do ensino superior coimbrense apenas se sentiu verdadeiramente com a criação das universidades de Lisboa e Porto aquando da implantação da república nos primórdios do século XX. Assim se compreende o faustoso recheio de espaços tão nobres da Universidade de Coimbra – como a digníssima Biblioteca Joanina (uma das mais deslumbrantes do mundo), a Sala dos Capelos (palco das cerimónias académicas mais solenes), a Sala do Senado (na qual o Marquês de Pombal se impõe majestoso) ou a Capela de São Miguel –, vivos testemunhos de uma longa e rica história marcada pelo soberania real e eclesiástica.

Atualmente, são cerca de 23 mil os estudantes que mantêm viva a chama boémia da cidade e das emblemáticas tradições académicas adornadas de capas, batinas, fitas e insígnias. Não obstante a «responsabilidade de estar à altura do que aconteceu no passado», a Universidade de Coimbra está de olhos postos no exterior, não com o intuito de aumentar o número de alunos, antes de poder escolher os melhores. «A aposta é completa na internacionalização», assegura o reitor, clarificando que o número de estudantes estrangeiros (neste momento cerca de 18%) tem vindo a aumentar muito rapidamente, com especial destaque para o crescente número de alunos brasileiros. Proscénio da formação de grande parte das

thus born in Lisbon, swinging between Lisbon and Coimbra until 1537, the year in which it settled definitively in the «city of students» on the order of King João III. «The fact that the university had switched between Lisbon and Coimbra only gives it more universality and further justifies its character as the highest representative of Portuguese culture and language and of knowledge in Portuguese,» João Gabriel Silva believes.

With the centralisation of teaching allowing much more effective ideological control, the supremacy of seven centuries of higher education in Coimbra was only truly felt with the creation of the universities of Lisbon and Oporto at the time of the foundation of the Portuguese republic in the early 20th century. The sumptuous contents of the stately buildings of Coimbra University are thus understandable – such as the Joanine Library (one of the world's most amazing), the Sala dos Capelos (venue for official academic ceremonies), the Sala do Senado (in which the Marquis of Pombal held court) and Saint Michael's Chapel –, living testament to a long and rich history marked by royal and ecclesiastic sovereignty.

There are currently 23 thousand students that keep alight the bohemian flame of the city and of the emblematic academic traditions adorned with cloaks, gowns, ribbons, and insignias. In spite of the «responsibility of living up to what happened in the past», Coimbra University has its sights set on the outside world, not with the aim of increasing student numbers, but rather of being able to choose the best. «Our focus on internationalisation is comprehensive,» the vice-chancellor assures us, clarifying that the number of foreign students (at the moment about 18%) has been rising rapidly, with particular emphasis on the growing number of students from Brazil.

© UNIVERSIDADE DE COIMBRA © UNIVERSIDADE DE COIMBRA

© UNIVERSIDADE DE COIMBRA

elites brasileiras, Coimbra é ainda hoje a principal universidade fora do Brasil (cerca de 10% dos estudantes de Coimbra são brasileiros), motivo pelo qual se percebe que este seja um dos alvos prioritários para Coimbra, estando também os países de língua portuguesa, a Europa e a China na mira da Universidade. «Fora de portas é perfeitamente evidente que a universidade portuguesa é Coimbra», atesta João Gabriel Silva, convicto de que Portugal tem desperdiçado a «marca global» que é Coimbra.

Além de tentar que a Universidade não sinta em demasia a crise que neste momento assola Portugal, as principais preocupações do atual reitor prendem-se com o desenvolvimento da investigação científica e em tornar a Universidade cada vez mais num fator de desenvolvimento para o país. «Temos de ser capazes de aproveitar o conhecimento que existe na Universidade para também lhe dar expressão económica e social», concluiu João Gabriel Silva orgulhoso do Instituto Pedro Nunes, que classifica sem modéstia como «a melhor incubadora de empresas portuguesa».

Site of learning for much of Brazil's elite, Coimbra remains today the main university outside Brazil (about 10% of students at Coimbra are from Brazil), reason enough to understand that this is one of the priorities for Coimbra, with Portuguese speaking countries, Europe and China in the sights of the university. «Outside Portugal it is perfectly clear to see that the Portuguese university is Coimbra,» João Gabriel Silva explains, convinced that Portugal has failed to make use of the «global brand» Coimbra represents.

Besides ensuring that the university doesn't feel the crisis ravaging Portugal, the main concerns of the current vice-chancellor are related to the development of scientific research and in making the university an increasingly important factor of development for the country. «We have to be able to make the most of the knowledge that exists in the university, to then express it economically and socially,» João Gabriel Silva concludes, proud of the Pedro Nunes Institute, which he modestly classes as «the best incubator for Portuguese businesses».

DAVID ROSAS
AV. DA LIBERDADE

XL STORE
A NEW CONCEPT FOR EXCLUSIVITY

A nova loja David Rosas, na Av. da Liberdade, em Lisboa, é um espaço único e inovador que pretende revolucionar o panorama da alta relojoaria e joalharia em Portugal:
700 m2 e três pisos com áreas diferenciadas, dedicadas aos universos feminino e masculino, onde as marcas expressam a sua individualidade e convivem em perfeita harmonia.
Seja bem-vindo a um novo conceito de exclusividade e tradição.

LISBOA | AV. DA LIBERDADE, 69A | T +351 213 243 870 | WWW.DAVIDROSAS.COM

NUNO JÚDICE

«Reescrever poemas é destruir a memória»

«Rewriting poems is destroying the memory»

Com dezenas de livros de poesia, ficção, ensaio e teatro editados, letras escritas para fado e obras publicadas em Espanha e em vários países da América Latina, Nuno Júdice é um nome incontornável na literatura portuguesa. A atribuição do Prémio Rainha Sofia de Poesia Ibero-Americana, um dos mais importantes da área, veio confirmar isso mesmo. «Para a minha poesia é um reconhecimento internacional muito grande porque é um prémio que é atribuído a grandes poetas do mundo literário», afirma o poeta que escreveu o seu primeiro texto aos oito anos. Tem-no ainda guardado, mas evita lê-lo porque acredita que «o escritor não tem o direito de emendar livros antigos», pois estará a «destruir o passado».

With dozens of published books of poetry, fiction, essays, and plays, lyrics written for fado music and works published in Spain and in various countries of Latin America, Nuno Júdice is an unavoidable name in Portuguese literature. Being given the Queen Sofia Ibero-American Poetry Prize, one of the most important in the field, only confirms this fact. «It is a major international recognition for my poetry because it is a prize that is given to great poets of the literary world,» explains the poet who wrote his first text at the age of eight. He has kept it ever since, but avoids reading it because he believes that «the writer does not have the right to amend old books».

TEXTO TEXT ANDREIA BARROS FERREIRA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ANDRÉ SANTOS

Que significado teve para si receber o Prémio Rainha Sofia de Poesia Ibero-americana?

Para a minha poesia é um reconhecimento internacional muito grande porque é um prémio que é atribuído a grandes poetas do mundo literário. Acho que é também o resultado de eu ter muitos leitores em Espanha e na América Latina. Leitores que gostam da minha poesia, que a têm traduzido.

What did it mean to you to receive the Queen Sofia Ibero-American Poetry Prize?

It is a major international recognition for my poetry because it is a prize that is given to great poets of the literary world. I believe that it is also the result of me having many readers in Spain and in Latin America. Readers that like my poetry, that have translated it.

Disse que este prémio poderá funcionar para impulsionar a literatura portuguesa, mas também é da opinião que a literatura portuguesa atual não está a viver um bom momento e que não há nomes que vão permanecer no futuro.

Quando disse isso era também tendo em vista a atual situação editorial. As grandes coleções de poesia têm estado a desaparecer e publicam-se sobretudo os nomes que não colocam grandes problemas de venda, nomes que já têm um público certo. E isso é um problema para poetas mais novos e para livros mais complicados e difíceis. O que está em causa não é a qualidade, mas a dificuldade de publicar. Há uma coisa de que se tem falado pouco, mas que julgo que é muito grave: o desaparecimento de uma rede de livrarias de qualidade e o aumento nas livrarias da literatura de leitura fácil, imediatamente digerível e que ao fim de uma semana desaparece.

You have said that this prize could give a boost to Portuguese literature, but you also believe that today's Portuguese literature is not experiencing a good time and there are no names that will remain in the future.

When I said this I was also taking into account the current publishing situation. Major collections of poetry have been disappearing and for the most part names are published that are sure to sell, names that already have a certain readership. And this is a problem for younger poets and for more complicated and difficult books. This is not an issue of quality, rather of how hard it is to publish. There is something that has been barely spoken about, but which I believe is very serious: the disappearance of a network of quality bookshops and the increase in bookshops dealing in literature that is easy to read, instantly digestible and which disappears by the end of a week.

Tinha oito anos quando escreveu o seu primeiro poema. Lembra-se do que dizia?

Era uma coisa muito abstrata sobre as musas, a inspiração.

You were eight years old when you wrote your first poem. Can you remember what it said?

It was something very abstract about muses, inspiration.

Tem esse poema guardado?

Tenho. Evito lê-lo porque já não é meu.

Do you still have this poem?

I do. I avoid reading it because it's not mine anymore.

Acontece-lhe isso com as coisas que vai escrevendo?

Quando se lê esses livros de outros anos, de outras épocas da vida, quem escreveu aquilo já não é aquele que sou hoje. Por causa disso, sinto que o escritor não tem o direito de emendar livros antigos. Há poetas que o fazem, que estão sempre a reescrever, mas acho que é estar a destruir o passado e a memória. Às vezes são esses primeiros livros que conseguem transmitir o ambiente de uma época; estar a adaptá-los para aquilo que sou hoje seria no fundo também apagar a minha memória.

Does this happen with the things you write?

When you read these books from other times, from other periods in your life, the person who wrote it is no longer the person I am today. Because of this, I feel that the writer does not have the right to amend old books. There are poets who do this, who are always rewriting, but I think that they are destroying the past and the memory. Sometimes these are the first books to manage to transmit the atmosphere of an era; to adapt them to what I am today would basically amount to wiping my memory.

A pintura é uma das suas influências. Quando é que ela surgiu na sua vida?

Sempre tive contacto com a pintura em casa de amigos do meu pai, de alguns colecionadores, podia ver uma pintura que não era acessível à maior parte das pessoas. Foi um privilégio. Quando comecei a viajar, a ir a Paris, a Espanha, visitava sempre museus e mantive sempre essa relação com a pintura. Hoje tenho amigos que são pintores.

Painting is one of your influences. When did it come into your life?

I have always been in contact with painting in the home of my fathers' friends, of some collectors; I could see a painting that wasn't accessible to the majority of people. It was a privilege. When I started travelling, going to Paris, to Spain, I would always visit museums and always kept up this relationship with painting. Today I have friends who are painters.

Nasceu e passou a sua infância no Algarve. Que papel é que o Algarve tem no conjunto da sua obra?

Em primeiro lugar há uma relação com a Natureza que é luminosa, é essa luz que aparece na minha poesia. Depois há todo o universo que é a província. Esse mundo era todo muito fechado, havia a religião, os costumes, como assistir à matança do porco, fazer as colheitas, as desfolhadas. Isso para mim não são coisas literárias, são coisas às quais assisti e esse contacto com o campo foi muito importante.

«Há uma coisa de que se tem falado pouco, mas que julgo que é muito grave: o desaparecimento de uma rede de livrarias de qualidade e o aumento nas livrarias da literatura de leitura fácil» \\ *«There is something that has been barely spoken about, but which I believe is very serious: the disappearance of a network of quality bookshops and the increase in bookshops dealing in literature that is easy to read»*

You were born and spent your childhood in the Algarve. What role has the Algarve had in your work as a whole?

First of all there is a relationship with nature, which is luminous; it is this light that appears in my poetry. Then there is the entire universe that the province is. This world was all very closed; there was religion, customs, such as attending the pig slaughtering, harvesting, and husking the maize. For me these are not literary things, they are things in which I took part and this contact with the countryside was very important.

Viveu em Paris. Como foi a experiência?

Paris é a minha segunda cidade. Quando fui para lá já conhecia muita gente e tinha amigos poetas, professores também. Esse conhecimento ajudou-me a fazer o trabalho de divulgação da cultura portuguesa, que foi o que estive a fazer.

You lived in Paris. How was that experience?

Paris is my second city. When I went there I already knew a lot of people and had poet and also teacher friends. This knowledge helped me to undertake the task of divulging Portuguese culture, which is what I was doing.

Qual era a perceção que os franceses tinham na altura da literatura portuguesa?

Nos primeiros anos em que fui a Paris, antes do 25 de Abril, o único livro português que se encontrava nas livrarias era *A Selva*, do Ferreira de Castro, porque tinha sido traduzido por um grande poeta francês. Muitas vezes até estava colocado na literatura espanhola. A grande mudança deu-se com as traduções da obra de Fernando Pessoa, que separaram a nossa literatura das outras deste mundo ibérico.

What did the French think of Portuguese literature at that time?

In the first years in which I was in Paris, before the 1974 Revolution, the only Portuguese book that could be found in bookshops was *The Forest*, by Ferreira de Castro, because it had been translated by a great French poet. Often it was placed in the Spanish literature section. The great change took place when Fernando Pessoa's work was translated, which separated our literature from others in this Iberian world.

JOANA RICOU

A Artista que Contém Multidões
The Artist who Contains Multitudes

TEXTO TEXT ANDREIA BARROS FERREIRA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY CÍCERO LEE

O que acontece quando a célula imortal transcende o corpo? Foi esta a pergunta que originou a exposição em Lisboa *Um, Nenhum e Cem Mil*, de Joana Ricou, uma artista plástica portuguesa que encontrou nos Estados Unidos a resposta ao seu desejo de unir arte e ciência.

Joana Ricou era ainda uma adolescente a frequentar o 9.º ano quando fez os habituais testes psicotécnicos para descobrir a sua vocação. Na altura, como agora, vivia dividida entre arte e ciência e não sabia por onde haveria de

What happens when the immortal cell transcends the body? This was the question behind the exhibition held in Lisbon *Um, Nenhum e Cem Mil*, by Joana Ricou, a Portuguese artist who found the answer to her desire to combine art and science in the United States.

Joana Ricou was still an adolescent, attending year nine at school when she took the usual professional aptitude tests to discover her vocation. At the time, as now, she felt split between art and science and did not know which path

trilhar o seu caminho. Os testes foram inconclusivos e, por isso, Joana Ricou seguiu ciências por achar que era uma opção mais «séria». «A imagem que tenho desses anos é dos meus livros de biologia cobertos de desenhos e bonecos nas margens», recorda. Foi preciso esperar pelo final do liceu e ir para o Carnegie Mellon, nos Estados Unidos, fazer um estágio de verão para descobrir o curso Bachelor of Science and Arts. «A ideia que talvez fosse possível fazer as suas coisas foi semeada», afirma. Ainda assim, Joana Ricou voltou a Portugal e ingressou na licenciatura de bioengenharia. Depressa percebeu que não estava no local certo e voltou ao Carnegie Mellon. «Uma das coisas que sempre achei interessante é que no programa BSA não há uma direção ou profissão-alvo. A ideia é ajudar o estudante a encontrar a sua própria combinação das duas áreas. É uma experiência fantástica e um pouco aterradora. Demorei bastante tempo a encontrar o meu nicho, mas quando terminei o curso já sentia claramente que estava no caminho certo».

she should take. The tests were inconclusive and so Joana Ricou chose science in the belief that this was a more «serious» option. «The image I have of these years is of my biology book covered with drawings and doodles in the margins,» she recalls. She had to wait until the end of secondary school and until she had gone to Carnegie Mellon University, in the United States, to do summer school, for her to discover the Bachelor of Science and Arts (BSA) course. «The idea that it was maybe possible to do both things was sown,» she says. Even so, Joana Ricou returned to Portugal and began a degree course in bioengineering. She soon realised that she was in the wrong place and returned to Carnegie Mellon. «One of the things that I have always found interesting is that in the BSA programme there is no direction or target profession. The idea is to help the student to find their own combination of the two areas. It is a fantastic experience and a little terrifying. I spent a long time finding my niche, but when I finished the course I already clearly felt that I was on the right path».

A partir de então, Joana Ricou não mais deixou os Estados Unidos. Começou por trazer fotografias que tinha tirado ao microscópio para o estúdio e passá-las para a tela, a explorar o seu fascínio pelo cérebro, pelas memórias e pelas células. Descobriu Henrietta Lacks numa conferência de biologia na universidade. Uma história fascinante: Henrietta morreu em 1950, mas as suas células continuaram a reproduzir-se em *vitro* e hoje são produzidas industrialmente e usadas em investigações em todo o mundo. «Estas 'partes' da Henrietta vivem quando a própria já não vive e, ao que parece, são imortais. A série de quadros que venho a desenvolver procuram explorar estas questões: quem são estas células? São Henrietta? São humanas?».

Todo o trabalho da artista, que expõe frequentemente nos Estados Unidos, gira à volta destas questões, da exploração da relação entre arte e ciência e, sobretudo, da compreensão do mundo que nos rodeia. «Como no meu verso favorito de Whitman, 'eu contenho multidões' e há partes de mim que pintam, criam, outras têm ideias», remata.

From then on, Joana Ricou never left the United States. She began by bringing photographs she had taken on her microscope to the studio and transferring them to canvas, exploring her fascination for the brain, for memories and for cells. She discovered Henritta Lacks at a biology conference at university. A fascinating story: Henrietta died in 1950, but her cells continued to reproduce in *vitro* and today they are produced industrially and used in research all over the world. «These pieces of Henrietta live on when she herself is no longer living and, from what it seems, are immortal. The series of paintings I have developed try to explore these issues: who are these cells? Are they Henrietta? Are they human?».

All of the work by the artist, which she often exhibits in the United States, revolves around these issues, exploring the relationship between art and science and, above all else, understanding the world around us. «As in my favourite verse by Whitman 'I contain multitudes' and there are parts of me that paint, create, others have ideas,» she concludes.

FERNANDO VAZ

«Um pacto de salvação nacional traria estabilidade à Guiné» \\ *«A pact of national salvation would bring stability to Guinea»*

Ministro da Presidência do Conselho de Ministros, dos Assuntos Parlamentares e porta-voz do Governo de Inclusão da Guiné-Bissau, Fernando Vaz foi recentemente eleito líder da União Patriótica Guineense (UPG) e, consequentemente, será candidato a Primeiro-Ministro da Guiné nas próximas eleições gerais de 24 de novembro. Para o futuro da Guiné, Fernando Vaz defendeu uma aposta diversificada em diversos setores da economia, como o petróleo, a agricultura, as pescas e o turismo. Uma reforma nas Forças Armadas, «o poder real» no país, e um pacto de salvação nacional pós eleições são, segundo o Ministro, outras das duas ações estratégicas a desenvolver na Guiné para que o país encontre a estabilidade que procura há décadas.

Minister of the Presidency of the Council of Ministers, of Parliamentary Affairs and spokesperson for the 'inclusive' government of Guinea-Bissau, Fernando Vaz was recently elected the leader of the União Patriótica Guineense (UPG) party and, as a consequence, will be the candidate for Guinea's prime minister at the next general elections to he held on November 24. For the future of Guinea, Fernando Vaz defended making diversified efforts in various sectors of the economy, such as the oil industry, farming, fishing and tourism. A reform to the armed forces, «the real power» in the country, and a pact of national salvation after the elections are, according to the minister, two more of the strategic actions to be developed in Guinea to ensure the country the stability is has been searching for, for decades.

TEXTO TEXT ANDREIA BARROS FERREIRA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ANDRÉ SANTOS

A Guiné-Bissau encontra-se com um Governo de Transição. Qual tem sido a sua função?

A normalidade constitucional foi interrompida em 12 de abril de 2012, quando os militares, descontentes, avançaram para um golpe de Estado. Estes golpes de Estado na Guiné nunca são totalmente consumados porque o poder é devolvido aos civis. Aconteceu o mesmo desta vez. Um grupo de 28 partidos constituído pelo que se chamou de fórum dos partidos políticos não deixou o poder na rua e entendemos que era importante organizar e conduzir o Estado. Foi o que aconteceu até há pouco tempo. Depois de várias pressões da comunidade internacional demos o salto para um Governo Inclusivo que hoje envolve todas as forças políticas do país.

O Governo de Transição tem como objetivo único o regresso à normalidade constitucional, ou seja, a feitura das eleições transparentes e justas, precisamente porque foi isso que marcou o golpe de Estado de 12 de abril.

Guinea-Bissau has a transition government at the moment. What has been its function?

Constitutional normality was interrupted on April 12, 2012, when the discontented military carried out a coup d'état. These coups d'état in Guinea are never fully consummated because power is handed over to the civilians. This time had the same outcome. A group of 28 parties, constituted by a forum of political parties, did not leave power in the street and we understood that it was important to organise and run the state. This is what happened until quite recently. Following growing pressure from the international community we made the leap to an inclusive government, which today involves every political force in the country.

The single aim of the transition government is the return to constitutional normality, that is to say, to hold transparent and fair elections, precisely because this is what marked the coup d'état of April 12.

Foi a falta de transparência nas eleições que originou o golpe de Estado?

Uma das razões foi a não aceitação dos resultados. Temos um recenseamento manual e o que aconteceu nas últimas eleições foi uma fraude descarada. Pessoas que faleceram votaram, pessoas que estão na diáspora votaram. A comunidade internacional vê o ato de votação, que correu efetivamente bem. Mas houve fraude no processo do recenseamento. O cartão de recenseamento da Guiné tem sido uma cartolina amarela, sem fotografia do eleitor, somente com o nome, e naturalmente que no dia do voto chega-se à mesa de voto, diz-se o nome e, se estiver no caderno eleitoral, pode votar. Não pedem o bilhete de identidade, até porque a maior parte dos eleitores não o tem. Daí termos exigido que o recenseamento das eleições marcadas para 24 de novembro seja biométrico, que cada eleitor tenha um documento de identificação.

Did the lack of transparency in the elections bring about the coup d'état?

One of the reasons was the failure to accept the results. We have a manual voting register and what happened in the last elections was outright fraud. People who had died voted, people who are in exile voted. The international community watched the act of voting, which effectively went well. But there was fraud in the voter registration process. The voting card in Guinea has been a yellow piece of cardboard, without the voter's photo, just the name, and naturally on the day of the vote, you arrive at the polling station, give them your name and if you are on the voting register, you can vote. You don't get asked for your identity card, because the majority of voters do not have one. Hence we have demanded that the voter registration for the elections planned for November 24 is biometric and that every voter has a document of identification.

«A posição de Portugal é muito colada à angolana. Depois da saída da força militar angolana na Guiné estranhamente Portugal desloca e faz a apologia de uma solução militar» \\ «Portugal's stance is very similar to that of Angola. After the Angolan military forces left Guinea, strangely enough Portugal makes its move and advocates a military solution»

Se o recenseamento biométrico não estiver pronto a tempo, como é que a transparência das eleições será garantida?

Convidamos a comunidade internacional, as Nações Unidas, a União Europeia, a CPLP e os outros parceiros para acompanharem, a par e passo, todo o processo eleitoral. É a pretensão do Presidente da República e deste Governo que não se altere a data porque passa-se a imagem que queremos eternizar-nos no poder.

If the biometric voter registration is not ready in time, how will the transparency of the elections be assured?

We have invited the international community, the United Nations, the European Union, the CPLP (Community of Portuguese Language Countries) and other partners to monitor them, and follow each step of the electoral process. The aim of the president of the republic and of this government is for the date not to be changed, because this will give that idea that we want to remain in power forever.

Disse recentemente que o Governo Português parecia ignorar o que se passa na Guiné Bissau. O que é que o Governo português não percebe?

Eu penso que o Governo Português percebe muito bem o que se passa na Guiné-Bissau; não quer é perceber.

Porquê?

Por uma questão de conjuntura. A economia portuguesa hoje depende muito da economia angolana. E os angolanos saíram da Guiné vexados.

Diz-se que os desentendimentos com Angola originaram o Golpe de Estado.

Foi o fulcro da questão. Porque a determinada altura, para manter a estabilidade da Guiné-Bissau, era preciso contrapor uma força militar e Angola avançou com uma força altamente armada.

You recently said that the Portuguese government seemed to be ignoring what is happening in Guinea-Bissau. What doesn't the Portuguese government understand?

I think that the Portuguese government understands full well what is happening in Guinea-Bissau; it just doesn't want to understand.

Why?

Because of circumstance. The Portuguese economy now depends a lot on the Angolan economy. And the Angolans left Guinea annoyed.

It has been said the misunderstandings with Angola gave rise to the coup d'état.

It was the crux of the issue. Because at a given time, to

Sem autorização da Guiné-Bissau?

Com autorização da Guiné, com acordos legais firmados com o antigo Governo. Pessoalmente, sou contra uma solução violenta e de contraposição de uma força militar. Isso cavou um fosso grande entre os nossos militares e os militares angolanos estacionados na Guiné e levou ao golpe de 12 de abril.

Portugal, como disse, entende perfeitamente o que se passa na Guiné, conhece os problemas das nossas forças armadas, forças pouco republicanas, sem formação nem estrutura adequada, que foram votadas ao desprezo durante os 40 anos de independência. Generais que ganham meia dúzia de tostões, que não são capazes de sustentar a família. Gente a quem foi prometido que amanhã viveriam melhor, que os seus filhos estudariam em escolas melhores. Toda essa expectativa foi gorada. É uma sociedade revoltada e que aguenta muito. Em 40 anos não se fez absolutamente nada. Face a este quadro, os militares ciclicamente têm feito golpes de Estado.

A posição de Portugal é muito colada à angolana. Depois da saída da força militar angolana na Guiné estranhamente Portugal desloca e faz a apologia de uma solução militar. Gasta uma fortuna do erário público português com barcos de guerra, aviões para Cabo Verde. Não entendemos essa falta de identidade e de independência.

«Acho que é fundamental que se façam as reformas nas Forças Armadas» \\ «I think that it is fundamental that reforms are made in the armed forces»

Nas reuniões da CPLP tem-se falado da situação da Guiné-Bissau. Qual tem sido a posição da CPLP?

Participamos numa reunião em Moçambique, mas a outra ala, à qual foi dado o golpe, também lá esteve, o que deixa a CPLP numa posição um pouco dúbia. Acho que chegou a altura de Portugal, Angola, a CPLP terem uma posição muito clara em relação à Guiné. Porque tudo o que reclamaram foi feito. Um Governo Inclusivo, as eleições para este ano. Fomos facilitadores em tudo. Nessa perspetiva, acho que Portugal, Angola, Moçambique, Cabo Verde, deveriam olhar a Guiné de outra forma e pôr de lado esta birra.

A Guiné tem sofrido nas últimas décadas sucessivos Golpes de Estado. O que garante que com estas eleições a situação vai mudar?

Nada garante. Acho que é fundamental que se façam as reformas nas Forças Armadas. O que é que se fez ao longo dos anos? Foi-se acomodando as ambições das pessoas e foi sendo criado um barril de pólvora que quando não se consegue conter, explode. O problema é estrutural nas Forças Armadas.

maintain the stability of Guinea-Bissau, it was necessary to counteract a military force and Angola came up with a highly armed form.

Without Guinea-Bissau's authorisation?

With the authorisation of Guinea, with legal agreements signed with the old government. Personally, I am against a violent solution, an opposition solution of a military force. This dug a great divide between our military and the Angolan military stationed in Guinea and led to the coup of April 12.

Portugal, as I said, perfectly understands what is happening in Guinea, it knows the problems of our armed forces, barely republican forces, without training or suitable structure, who have been held up to public scorn for 40 years of independence. Generals who earn pennies, who are unable to care for their families. People who were promised a better tomorrow; that their children would study in better schools. All this expectation was shattered. It is an outraged society that endures a lot. In 40 years absolutely nothing has been done. In light of this background, the military has cyclically carried out coups d'état.

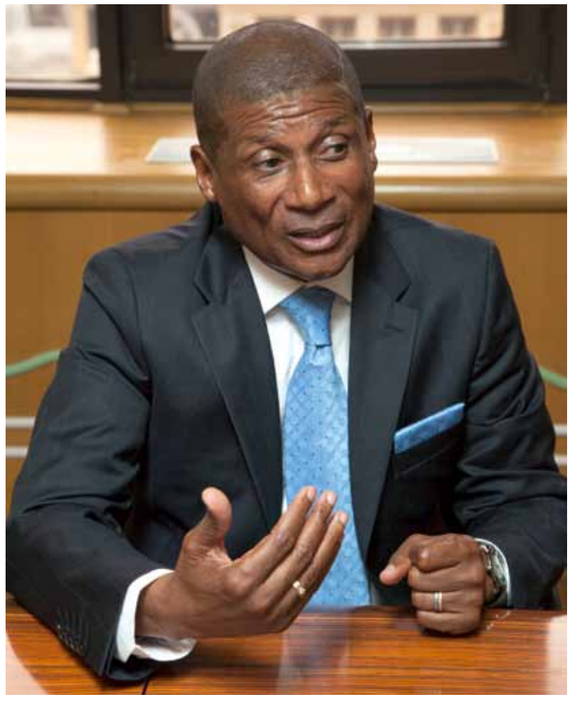
Portugal's stance is very similar to that of Angola. After the Angolan military forces left Guinea, strangely enough Portugal makes its move and advocates a military solution. It spends a fortune of Portuguese public money with warships, planes to Cape Verde. We do not understand this lack of identity and of independence.

The situation in Guinea-Bissau has been discussed at CPLP meetings. What stance has the CPLP taken?

We took part in a meeting in Mozambique, but so did the other wing, which suffered the coup d'état, which leaves the CPLP in a somewhat dubious position. I think that the time has come for Portugal, Angola, and the CPLP to take a much clearer stance with relation to Guinea. Because everything they complained about has been done. From this perspective I think that Portugal, Angola, Mozambique, and Cape Verde should view Guinea differently and put an end to this tantrum.

Guinea has suffered successive coups d'état in recent decades. What guarantees are there that the situation will change with these elections?

There are no guarantees. I think that it is fundamental that reforms are made in the armed forces. What has been done over the years? Peoples' ambitions have been



«Seria um erro assentarmos o nosso desenvolvimento só no petróleo. Penso que a agricultura e as pescas serão o futuro da Guiné» \\ «It would be a mistake to base our development on oil alone. I think that farming and fishing will be the future of Guinea»

Que se diz que é quem manda no país.

Que é o poder real. Em certa medida é verdade. Não mandam no Governo nem no Presidente da República, isso posso garantir, mas participam mostrando o seu desagrado, acabando por influenciar indiretamente determinadas posições.

É fundamental que se faça uma reforma condigna nas Forças Armadas para que as pessoas vivam com dignidade e possam educar os seus filhos e ter acesso à saúde. Penso que quando isso for garantido aos nossos militares, quando eles se sentirem minimamente compensadas pelo esforço que fizeram pelo país, a Guiné vai ser o país mais estável do mundo.

São estas reformas que o seu partido propõe para estas eleições?

Acho que deveria haver um pacto de salvação nacional para um determinado período, em que, por oito anos, se estabeleciam regras. Penso que assim se conseguiria uma estabilidade duradoura para a Guiné.

Têm vindo a público notícias da devastação da floresta de madeira de pau-sangue em Colbuia por chineses. Confirma as notícias?

Confirmo. Tem havido um corte abusivo e uma utilização irracional dos nossos recursos florestais. O pau-sangue é uma madeira preciosa, os chineses querem comprá-la. O Governo de Transição herdou esta situação. Foi o Governo de Transição quem denunciou a situação com a apreensão dos toros e suspendeu a concessão de qualquer licença de corte. Descobrimos 27 contentores, de 16 toneladas cada um de pau-sangue, e encetámos todo este processo de apreensão dos toros.

accommodated and a powder keg has been formed, which is just waiting to be lit. The problem is structural in the armed forces.

Which means they are the ones ruling the country.

They are the real power. To a certain extend this is true. They don't rule the government or the president of the republic, this I can assure you, but they participate, displaying their dissatisfaction, and end up indirectly influencing certain positions.

It is vital that a proper reform of the armed forces is carried out, so that people can live in dignity and can educate their children and have access to health services. I think that when this is assured to our military personnel, when they feel the tiniest bit compensated for the effort they have made for the country, Guinea will be the most stable country in the world.

Are these reforms what your party is proposing for these elections?

I think there should be a pact of national salvation for a given period, in which, for eight years, rules are established. I think that then a lasting stability will be achieved for Guinea.

News has reached the public of devastation caused to the pau-sangue (Pterocarpus violaceus Vogel) forests in Colbuia by the Chinese. Can you confirm this news?

I can. There has been abusive logging and an irrational use of our forest resources. Pau-sangue is a precious wood; the Chinese want to buy it. The transition government inherited this situation. It was the transition government

A agricultura e a pesca são a base da economia da Guiné. A recuperação económica do país poderá assentar numa maior aposta nas duas áreas?

Acho que sim, mas penso que a Guiné é um país mal divulgado. Temos bauxite, existe petróleo, ferro, ouro. O futuro da Guiné estará numa política diversificada. Seria um erro assentarmos o nosso desenvolvimento só no petróleo. Penso que a agricultura e as pescas serão o futuro da Guiné.

Na agricultura, já são o sexto maior exportador de castanha de caju do mundo.

Sim. Mas isso é a monocultura, que eu sou contra. Temos possibilidade de produzir muito mais: algodão, amendoim, sisal. Penso que um pacto de regime, um Governo que pense na Guiné e não no partido, poderá implementar estas ideias para que a geração vindoura tenha benefícios.

Quando começará a exploração de petróleo?

Está previsto começar este ano o furo comercial da Svenska.

Que quantidade de petróleo há na Guiné?

Muito. Não posso falar muito sobre isso, mas os dados apontam para uma grande quantidade. Um Api extremamente baixo, que ronda os 35%, idêntico ao da Nigéria, um petróleo leve, não pesado.

«Os dados apontam para uma grande quantidade de petróleo. Um Api extremamente baixo, que ronda os 35%, idêntico ao da Nigéria» \\ *«Data points to large amounts of oil. Very low API gravity, of around 35°, identical to that of Nigeria»*

Outra das potencialidades da Guiné é o turismo.

Sim, o turismo tem um potencial enorme. Temos as nossas ilhas. Temos no Norte uma costa de quase 40 quilómetros de praias virgens, algumas consideradas das mais bonitas do mundo. Temos que pensar que tipo de turismo queremos, de massa ou de qualidade.

Qual lhe parece ser a opção mais adequada?

Temos um Plano Estratégico para o Turismo definido pelos vários Governos. Mas penso que o mais acertado será um turismo de preservação, associado à qualidade, porque a massificação iria por em causa o ecossistema nas ilhas, onde temos hipopótamos, tartarugas, manatins... E temos o Bijagós, o habitante do arquipélago dos Bijagós, uma tribo em que as mulheres é que mandam, são as mais produtivas, constroem as casas, produzem o arroz. É uma sociedade *sui generis*.

that denounced the situation with the logs seized and the concession for any logging licence suspended. We discovered 27 containers, each with 16 tonnes of pau-sangue timber, and we have begun the entire process of seizing the logs.

Farming and fishing form the base of the economy in Guinea. Could the country's economic recovery be based on a greater focus on these two areas?

I think so, but I think that Guinea is a badly publicised country. We have bauxite; there is oil, iron, gold. The future of Guinea will lie in diversified policies. It would be a mistake to base our development on oil alone. I think that farming and fishing will be the future of Guinea.

In terms of agriculture Guinea is already the sixth largest exporter of cashew nuts in the world.

Yes. But this is monoculture, which I am against. We have the ability to produce much more: cotton, peanuts, sisal. I think that a regime pact, a government that thinks about Guinea and not about the party, will be able implement these ideas so that coming generations will reap the benefits.

When will oil production begin?

The Svenska well is expected to begin this year.

How much oil does Guinea have?

A great deal. I can't talk much about this, but data points to large amounts. Very low API gravity, of around 35°, identical to that of Nigeria, light oil, not heavy.

Another of Guinea's sectors with potential is tourism.

Yes, tourism has enormous potential. We have our islands. In the north we have a coastline of almost 40 kilometres of virgin beaches, some considered among the world's most beautiful. We have to think about what kind of tourism we want, whether mass or quality.

Which would you see as the most suitable option?

We have a strategic plan for tourism defined by various governments. But I think the most appropriate will be preservation tourism, associated with quality, because mass tourism would endanger the ecosystem of the islands, where we have hippos, turtles, manatees... And we have the Bissagos, the people of the Bissagos Islands, a tribe in which women are the leaders, are the most productive, build the houses, grow the rice. It is a society unlike any other.

Que condições serão necessárias criar para tornar este turismo viável?

Condições sanitárias e de saúde. Nenhum turista que pretende fazer turismo de qualidade irá para um sítio onde a sua vida poderá estar em perigo. Segundo, os transportes. É fundamental haver ligação entre as ilhas, aéreas e marítimas. A questão da água e o saneamento básico também são importantes. E energia é fundamental. Tudo isto não existe, as ilhas são virgens.

É fácil entrar na Guiné-Bissau?

É fácil. Pode-se ir sem visto, que ele será dado no aeroporto. Na Guiné vai encontrar um povo muito simpático, afável, pacífico. A questão do racismo não existe, há segurança. É um país completamente verde, com muitas palmeiras, recortado por rios. Depois de sobrevoar a Guiné muita gente me pergunta: não há terra, é só água e verde? Essa é a imagem da Guiné, um país bonito, com cascatas no Sul, uma floresta densa e 30 tribos.

What conditions will be needed to be created to make this tourism viable?

Sanitary and health conditions. No tourist intent on undertaking quality tourism will go to a place where his or her life could be in danger. Then, transport. It would be vital to have a connection between the islands, by air and by sea. The issue of water and basic sanitation are also important. Energy is fundamental. None of this exists; the islands are untouched.

Is it easy to get into Guinea-Bissau?

It is easy. You can go there without a visa, which will be issued at the airport. In Guinea you will find a very friendly, affable, peaceful people. The issue of racism is nonexistent and it is safe. It is a totally green country, with many palm trees, crisscrossed with rivers. When they fly over Guinea, many people ask me: is there no earth, it's all just water and greenery? This is the image of Guinea, a beautiful country, with waterfalls in the south, a dense forest and 30 tribes.

ANIP

MARIA LUÍSA ABRANTES

«A Lei do Investimento Privado em Angola vai ser revista» \\ *«The Private Investment Law in Angola is going to be revised»*

Numa altura em que os olhos do mundo se voltam para Angola, falámos com Maria Luísa Abrantes, presidente da ANIP, a Agência Nacional de Investimento Privado, sobre o caminho que a economia angolana vai tomar. «A Lei do Investimento Privado vai ser revista, desconhecendo-se ainda se a exigência ao investidor estrangeiro de um milhão de dólares para entrar em Angola vai ser ou não alterada», afirmou Maria Luísa Abrantes, adiantando que, do seu ponto de vista, esta exigência só não é adequada para «o exercício de consultadoria e para o pequeno comércio a retalho».

At a time in which the eyes of the world are watching Angola, we spoke with Maria Luísa Abrantes, president of the ANIP, the National Agency for Private Investment, about the path that the Angolan economy is going to take. «The Private Investment Law is going to be revised, and it is unknown yet if the requirement of one million dollars for foreign investors to enter Angola will or will not be changed,» Maria Luísa Abrantes explained, adding that, from her point of view, this requirement is only not suitable for «consultancy services and for small retail trade».

TEXTO TEXT ANDREIA BARROS FERREIRA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY MANUEL TEIXEIRA

«Infelizmente temos tido poucas propostas de investimento no setor agrícola» \\ *«Unfortunately there have been few investment proposals in the agriculture sector»*

«Do meu ponto de vista, um milhão de dólares só não será ajustado, sobretudo, para o exercício de consultadoria e pequeno comércio a retalho, não devendo incluir todo o exercício da atividade de prestação de serviços, nem de comércio, porque há equipamentos especializados que são muito dispendiosos. É só ir ao mercado e perguntar quando custa um camião frigorífico ou uma retroescavadora, não referindo equipamentos mais sofisticados», afirma Maria Luísa Abrantes, presidente da ANIP, sobre a possibilidade da lei que exige que um investidor estrangeiro invista um milhão de dólares para abrir um negócio em Angola ser alterada. A modificação da lei está em cima da mesa, desconhecendo-se ainda se este valor será ou não alterado.

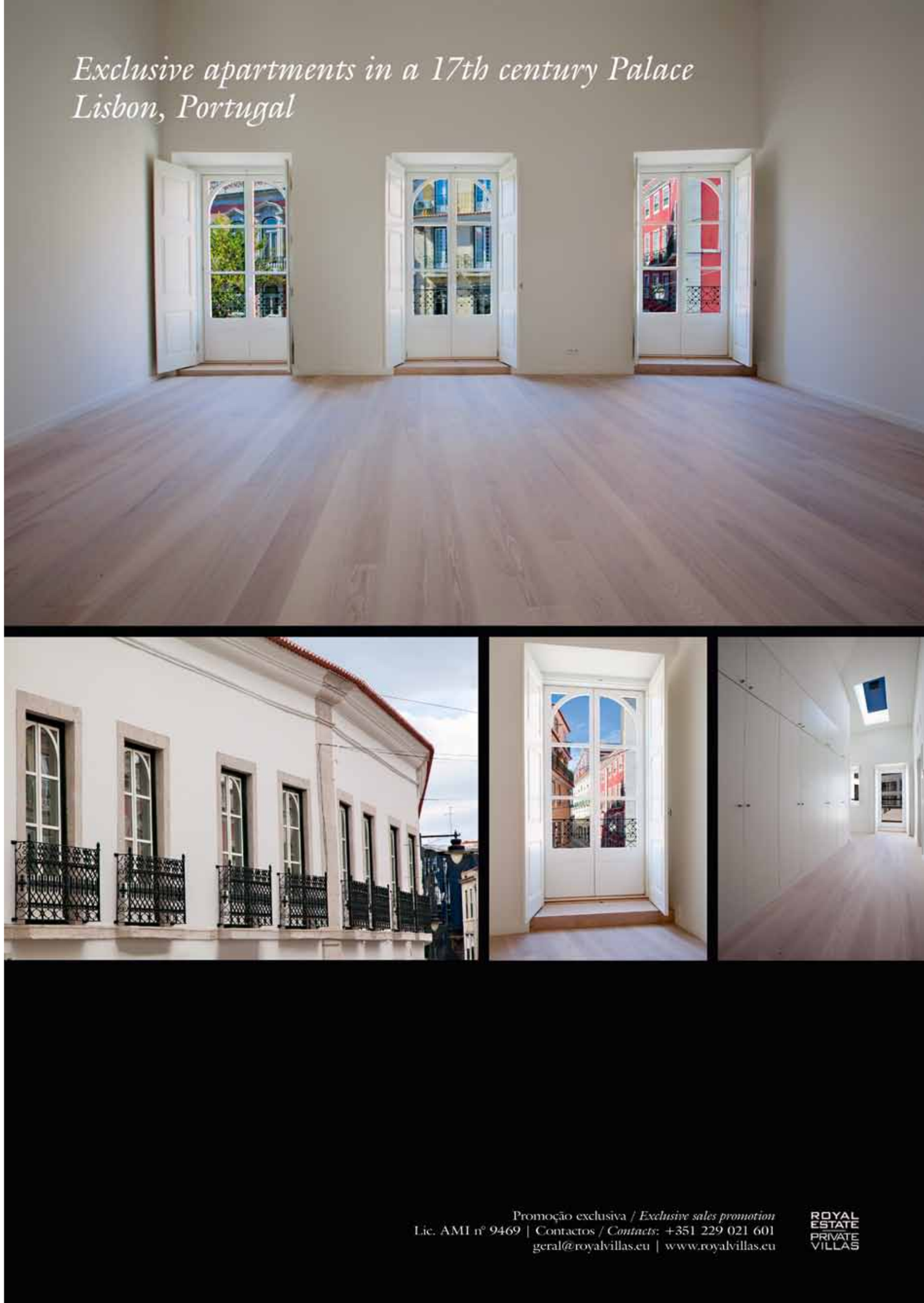
Maria Luísa Abrantes reconhece a grande importância do investimento estrangeiro no país. «O investimento privado é de extrema importância no que se refere à reabilitação de infraestruturas básicas, à necessidade de acrescentar valor aos produtos das pequenas e médias empresas existentes, à transferência de tecnologia, à inovação, à formação de mão de obra angolana e à criação de emprego». Portugal, a par com a China, tem sido um dos principais investidores em Angola. A construção civil, o comércio e a prestação de serviços têm sido as áreas de maior investimento. Contudo, Maria Luísa Abrantes gostaria que os investimentos propostos fossem ao encontro dos setores definidos como prioritários, especialmente a agricultura. «Infelizmente temos tido poucas propostas de investimento no setor agrícola», declara. «Sem agricultura não haverá redução da pobreza», acrescenta.

Nos planos da ANIP está a abertura de mais delegações no estrangeiro, sendo que a decisão se baseará nos países que se afigurarem como melhores mercados. Para já, a agência tem uma delegação em Washington, nos Estados Unidos da América. «É um país com um potencial económico enorme, com 50 Estados, mais de 300 milhões de consumidores», afirma Maria Luísa Abrantes. Os EUA têm feitos grandes investimentos em Angola apenas no setor petrolífero, mas a presidente da ANIP acredita que os investimentos se diversificarão devido ao interesse económico do país, que «não é apenas um mercado de 20,9 milhões de habitantes, mas abrangerá um mercado de 100 milhões de pessoas, do Porto do Lobito, à República Democrática do Congo e à Zâmbia com o Caminho de Ferro de Benguela».

From my point of view, a million dollars would only not be appropriate, especially, for undertaking consultancy work and small scale retail trading, without having to include the entire activity of service provision, or trade, because there is specialised equipment that is very expensive. You just have to go out into the market and ask how much a refrigerated truck or a backhoe loader, etc. costs, not to mention more sophisticated equipment,» says Maria Luísa Abrantes, president of the ANIP on the possibility of the law that requires that a foreign investor invests one million dollars to start up a business in Angola being changed. The change to the law is on the table, but it is still unknown whether this value will be changed or not.

Maria Luísa Abrantes recognises the major importance of foreign investment in the country. «Private investment is of utmost importance with regard to the development of basic infrastructure, to the need to add value to products of existing small and medium companies, to technology transfer, to innovation, to training Angola's workforce and to job creation.» Portugal, along with China, has been one of the main investors in Angola. Civil construction, trade and service provision have been the areas of greatest investment. However, Maria Luísa Abrantes would like the proposed investments to be made in sectors defined as priority sectors, especially in agriculture. «Unfortunately there have been few investment proposals in the agriculture sector,» she says. «Without agriculture there will be no reduction in poverty,» she adds.

Opening of more offices abroad features in the plans of ANIP, with the decision as to where made in the countries seen as the best markets. For the moment, the agency has an office in Washington, in the United States of America. «It is a country with enormous economic potential, with 50 states, more than 300 million consumers,» explains Maria Luísa Abrantes. The USA has only made major investments in Angola in the oil industry, but the ANIP president believes that the investments will diversify given the economic interest of the country, which «is not only a market of 20.9 million inhabitants, but which will cover a market of 100 million inhabitants, from the Port of Lobito, to the Democratic Republic of Congo and to Zambia with the Benguela railway».



BANCO BIC

HUGO TELES

«O Private do BIC é um serviço virado para o cliente» \\ *«BIC's Private banking is a customer-oriented service»*

Tendo começado por ter pouco mais de uma mão cheia de clientes, hoje o *Private* do Banco BIC Angola representa cerca de 13% dos depósitos do banco. Um número que se torna ainda mais impressionante quando comparado com os segmentos *private* de bancos internacionais, que normalmente não ultrapassam os 5%. Um atendimento personalização e discreto e a ligação com o *Private* do Banco BIC em Portugal serão duas das razões deste sucesso, explica Hugo Teles, administrador do BIC e responsável pela área.

Having begun with little more than a handful of customers, today Banco BIC Angola's private banking service represents around 13% of the bank's deposits. A figure that becomes even more impressive when compared with the private segments of international banks, which normally go no higher than 5%. Tailor-fitted and discreet service and connections with the private banking service of Banco BIC in Portugal are two of the reasons behind this success, explains Hugo Teles, BIC administrator and head of private banking.

TEXTO TEXT ANDREIA BARROS FERREIRA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY MANUEL TEIXEIRA

Quando é que o *Private* do Banco BIC surgiu?

A primeira ideia de lançamento do *Private* foi em 2006. Na altura toda a gente dizia que não seria uma grande aposta, que não havia clientela. Começámos com uma carteira de 10, 20 clientes. Hoje em dia, temos uma fatia significativa dos depósitos do banco em Angola.

Quantos clientes têm atualmente?

Cerca de 2500, 2600 clientes. Representam cerca de 13% dos depósitos no país.

Que tipo de serviços proporcionam?

Para além de um atendimento mais personalizado, tentamos que haja sempre uma resposta rápida, que o cliente possa obter certas informações por *email*, que tenha sempre alguém à sua disposição, ficamos abertos até mais tarde e se for necessário nós próprios vamos ter com o cliente.

Fazemos também a ponte com o *Private* em Portugal, onde aconselhamos os nossos clientes a abrir conta. Quando estão fora têm sempre todo o apoio de um *Private Banking* que os ajuda no que for necessário.

Temos um cliente no *Private Banking* que um dia me ligou, porque foi para Portugal e levava um cartão VISA de um outro banco e não levava dinheiro. Diz ele que se esqueceu do cartão do BIC. Chegou lá e o cartão não funcionava. Tinha que alugar carro e ir para o hotel. Nós ligámos para o nosso colega do *Private Banking* em Lisboa, ele foi ter com o cliente, alugou-lhe um carro, pagou o hotel, disponibilizou dinheiro e entretanto acabámos por resolver a situação em Lisboa, emitindo um Cartão Visa. Desde então, além de ser nosso cliente *Private* cá, é nosso cliente Private em Portugal.

É nestas pequenas diferenças que se consegue ganhar um cliente.

Essa atenção ao cliente é certamente uma das coisas que vos diferencia da concorrência. Existem mais?

Outra é que normalmente o *Private Banking* cobra grandes comissões; nós não cobramos nada. É um serviço virado para o cliente.

Além do *Private*, temos os Centros de Investimento, que são também um serviço personalizado intermédio entre um cliente de média e alta renda. Os Centros de Investimento dão aconselhamento de investimentos. Também fazem a ponte com Portugal.

«Fazemos a ponte com o Private do BIC em Portugal, onde aconselhamos os nossos clientes a abrir conta» \\ «We provide the bridge to private banking in Portugal, where we advise our customers to open an account»

When did Banco BIC's private banking come into action?

The first idea to launch private banking was in 2006. At the time everyone said that it wouldn't make business sense as there were no customers. We began with a portfolio of ten, 20 customers. Today we have a significant share of the bank's deposits in Angola.

How many customers do you have at the moment?

Around 2500, 2600 customers. They represent about 13% of the deposits in the country.

What kind of services do you provide?

In addition to a service that is more tailor-fitted, we always try to respond quickly, to ensure customers can receive certain information by email, that someone is always available, we stay open later and if needed, we will go and visit the customer.

We also provide the bridge to private banking in Portugal, where we advise our customers to open an account. When they are abroad they always have all the private banking support, to help them with whatever they need.

We have a private banking customer who called me one day, because he had gone to Portugal and taken a VISA card from another bank and hadn't taken any money. He said he had forgotten his BIC card. He got there and the other card didn't work. He had to hire a car and get to his hotel. We rang our private banking colleague in Lisbon, he met up with the customer, hired him a car, paid his hotel, provided him with money and in the meantime we ended up sorting out the situation in Lisbon, issuing a Visa card.

Since then, in addition to being our private banking customer here he is our private banking customer in Portugal. It is through these small differences that you manage to get customers.

This customer attention is certainly one of the things that sets you apart from the competition. What else does?

Another thing is that normally private banking involves heavy commissions; we don't charge anything. It is a customer-oriented service.

In addition to private banking, we have Investment Centres, which are also an intermediate tailor-fitted service for medium and high income customers. The Investment Centres provide investment advice. They also enable relations with Portugal.

ANTÓNIO REBELO DE SOUSA
Economista
Economist

Um Novo Modelo

Tenho dito e redito que, para Portugal, faz sentido pensar-se num modelo de especialização industrial e de diversificação de serviços. E que a implementação de uma política desenvolvimentista passa por um Plano de Ordenamento do Território, pela elaboração de Planos de Desenvolvimento Regionais e pela sintonização de setores estratégicos. E que só depois se afigura possível definir um modelo consistente de internacionalização para a economia portuguesa, integrando o que se convencionou designar de «*soft internationalization*» e de «*hard internationalization*», bem como o conjunto de instrumentos de política macroeconómica a adotar (incluindo eventuais incentivos fiscais e os mecanismos de apoio financeiro).

Uma análise deste tipo permite-nos concluir que um dos setores estratégicos mais relevantes da economia portuguesa é o do turismo, sendo de realçar que as vertentes turismo de saúde e de terceira idade se apresentam da maior importância para quem, como eu, defende a teoria de que deverá haver uma Terceira Revolução Industrial e de Serviços.

De facto, sou dos que pensam que os pilares da sobredita III Revolução serão os setores da Saúde e da Energia. Quando se descobrir a cura de certos tipos de cancro ou do HIV, quando surgirem novas tecnologias que não só permitam reduzir, ainda mais, os preços dos medicamentos, como também diminuir o custo de produção de equipamentos médicos, com um aumento significativo da esperança média de vida à nascença, então muitas atividades ligadas à área da Saúde, a montante, a jusante e lateralmente, conhecerão um grande desenvolvimento. Esse será, por exemplo, o caso do Turismo de Saúde e do Turismo de Terceira Idade.

Por outro lado, com a descoberta do «*shale gas*» e com a introdução de novas tecnologias no processo de extração de petróleo afigura-se possível prever uma redução, a prazo, dos custos de energia e, mais concretamente, dos custos de transporte. Tal irá, também, permitir que se criem novas oportunidades no setor do Turismo. Acresce ao que se disse que Portugal goza de uma localização privilegiada, dispõe de um magnífico clima e de boas infraestruturas de enquadramento e conheceu uma evolução, altamente, positiva no setor da Saúde, contando com excelentes profissionais.

Daí que as vertentes Turismo de Saúde e Turismo de Terceira Idade devam vir a conhecer um desenvolvimento, particularmente, relevante no Portugal do Futuro.

Nem mais, nem menos...

A New Model

I have said, and said again that, for Portugal it makes sense to consider a model of industrial specialisation and service diversification. And that the implementation of a developmentist policy involves Spatial Planning, the creation of Regional Development Plans and the coordination of strategic sectors. And that only then would it be possible to define a consistent internationalisation model for the Portuguese economy, featuring what has come to be known as «soft internationalisation» and «hard internationalisation», as well as series of instruments of macroeconomic policy to be adopted (including possible tax incentives and financial support mechanism).

An analysis of this kind allows us to conclude that one of the most important strategic sectors of the Portuguese economy is that of tourism, while it should be highlighted that the segments of health tourism and tourism for senior citizens are of greater importance for anyone like me, who defends the theory that there should be a Third Industrial Revolution and Service Revolution.

Indeed, I belong to those who believe that the pillars of the aforesaid 3rd Revolution will be the health and energy sectors. When cures are found for certain types of cancer or for HIV, when there are new technologies that not only allow the further reduction of the price of medicines, but also reduce the production costs of medical equipment, with a significant increase in average life expectancy at birth, then many activities linked to the area of health, upstream, downstream and laterally, will experience major development. This will be, for example, the case of health tourism and tourism for senior citizens. On the other hand, with the discovery of shale gas and with the introduction of new technologies in the oil extraction process, it is possible to foresee a reduction, in time, of energy costs and, in particular, of transport costs. This will also allow new opportunities to be created in the tourism sector. This adds to what can be said of Portugal enjoying a great location, a magnificent climate and great infrastructure, and that it has experienced a highly positive evolution in the health sector, with excellent professionals.

This is why the segments of health tourism and tourism for senior citizens should experience particularly major development in Portugal in the future.

Nothing more, nothing less...

JOSÉ LUÍS PINTO BASTO

THE EDGE GROUP

«Esta é a altura certa para correr riscos»
«This is the right time to take risks»

Integrando um conjunto de *holdings* de investimento, o The Edge Group conta com participações de José Luís Pinto Basto, Miguel Pais do Amaral, Nicolas Berggruen e Francisco Champalimaud Lorena. Com um volume de investimentos em curso na ordem dos 500 milhões de euros, o grupo empresarial tem importantes projetos em curso, tendo anunciado recentemente a sua expansão para Moçambique.

Comprising a series of investment holdings, The Edge Group has José Luís Pinto Basto, Miguel Pais do Amaral, Nicolas Berggruen and Francisco Champalimaud Lorena as its major shareholders. With current investments around the 500-million-Euro mark, this business group has important projects underway, and recently announced its expansion into Mozambique.

TEXTO TEXT CAROLINA XAVIER E SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY SOFIA CAETANO

Em que consiste o The Edge Group?

O The Edge Group integra um conjunto de *holdings* de investimento centradas em áreas distintas da economia. A principal área é o investimento imobiliário e atividades complementares a este. Nos últimos anos temos expandido também a área de capital de risco, investindo em empresas inovadoras e com grande potencial de crescimento. Fazem parte do grupo a Edge International Holdings (que se divide entre a Edge Properties e a Edge Capital), a Edge Berggruen, a Edge Ventures e o projeto cultural Edge Arts.

Qual o volume de faturação do Grupo?

A natureza do nosso negócio mede-se em termos de volume de investimentos em curso, que anda na ordem dos 500 milhões de euros, em fase de maturidade, sendo a atividade imobiliária a mais representativa neste valor.

Quais os principais projetos que têm previstos?

No setor imobiliário podemos falar de projetos de referência, como o Norte Center (Grande Porto), obra que tem um investimento previsto de 130 milhões de euros. Temos outros projetos que já estão em fase de pré-comercialização, como o Forte Center (Carnaxide) e o Setúbal Center, que juntos representam um investimento de cerca de cem milhões de euros. Numa outra área, a Edge Berggruen, investimos na recuperação de empresas e ativos imobiliários nos principais centros urbanos do país. O nosso objetivo é alcançar uma carteira de mil milhões de ativos até final de 2014. Continuamos investidores em vários outros setores, como a agricultura biológica e o bem-estar.

«Gosto de investir em empreendedores dinâmicos que demonstrem vontade de crescer internacionalmente»

\\ *«I like to invest in dynamic entrepreneurs, who reveal a desire to grown internationally»*

Portugal está repleto de oportunidades de investimento?

Repleto talvez seja demasiado forte, mas existem boas oportunidades de investimento. As empresas deste setor devem saber dar novas perspetivas às cidades, procurando recuperar ativos existentes em detrimento de construir sempre em terreno virgem. Temos que chamar a nós, privados, este importante papel na requalificação urbana.

Nesta área fazem-se melhores negócios em contraciclo?

Penso que é possível fazer bons negócios nas várias fases do ciclo económico. As crises têm a particularidade de provocar uma forte retração dos investidores menos audazes, deixando mais opções de investimento para quem tem coragem e visão de longo prazo. Investir é também uma forma de ajudar a combater a crise.

What is The Edge Group made up of?

The Edge Group is made up of a series of investment holdings focused on varying areas of the economy. The main area is real estate investment and activities complementary to this. In recent years we have also expanded the area of risk capital, investing in innovative companies with great growth potential. The group includes Edge International Holdings (which is split into Edge Properties and Edge Capital), Edge Berggruen, Edge Ventures and the cultural project Edge Arts.

What is the group's turnover?

The nature of our business is measured in terms of current and maturing investments, which is around the 500-million-Euro mark, with the real estate sector the most important in this figure.

What are the main projects in the pipeline?

In the real estate sector we can talk about major projects, such as the 'Norte Center' (Greater Oporto), a development with a planned investment of 130 million Euros. We have other projects that are already in the premarketing phase, such as the 'Forte Center' (Carnaxide) and the 'Sétubal Center', which together represent an investment of around one hundred million Euros. In another area, Edge Berggruen, we are investing in the regeneration of companies and real estate assets in major urban centres in Portugal. Our goal is to achieve an assets portfolio worth one thousand million by the end of 2014. We remain investors in several other sectors, such as organic farming and well being.

Is Portugal packed with investment opportunities?

Packed would be going too far, but there are good investment opportunities. Companies within this sector should know how to create new perspectives for cities, striving to breathe life back into existing assets instead of always building on untouched land. We, private investors that is, have to assume this important role of urban regeneration.

Is better business done in this area during economic downturns?

I think that good business can be done in all phases of the economic cycle. Crises are special in that they bring about a major decline in less daring investors, leaving

«O crescente desemprego tem gerado um movimento sem precedentes de empreendedorismo, que deve ser apoiado e financiado, pois poderá ser transformador do tecido empresarial do nosso país»
\\ *«Growing unemployment has created an unprecedented climate of entrepreneurialism, which should be supported and funded, as it could well help transform the business fabric of our country»*

Acredita que esta é a altura certa para correr riscos?
Claramente que sim, até porque o crescente desemprego tem gerado um movimento sem precedentes de empreendedorismo, que deve ser apoiado e financiado, pois poderá ser transformador do tecido empresarial do nosso país. Também acredito que as medidas que o governo tem tomado, bem como a reforma do Estado que está prevista, irão tornar a nossa economia mais competitiva e sustentável.

Que oportunidades de negócio determinaram a entrada em Moçambique?
Moçambique é um país com grande potencial de crescimento em várias áreas, mas os setores que motivaram esta expansão foram essencialmente o imobiliário e o agrícola.

Existem novos projetos e mercados no horizonte?
Estamos sempre atentos a novos projetos e novos mercados que se enquadrem nos vetores de investimento do grupo. Pessoalmente, gosto de investir em empreendedores dinâmicos que demonstrem vontade de crescer internacionalmente.

more investments open to anyone who is brave enough and has long term vision. Investing is also a way of helping and combating the crisis.

Do you believe that this is the right time to take risks?
Of course it is, because growing unemployment has created an unprecedented climate of entrepreneurialism, which should be supported and funded, as it could well help transform the business fabric of our country. I also believe that the measures that the government has taken, as well as the state reform that is planned, will make our economy more competitive and sustainable.

What business opportunities led to your entering Mozambique?
Mozambique is a country with great growth potential in many areas, but the sectors that brought about this expansion were essentially real estate and farming.

Are there any new projects and markets on the horizon?
We are always looking out for new projects and new markets that fit into the group's investment criteria. Personally, I like to invest in dynamic entrepreneurs, who reveal a desire to grown internationally.

BMW / AUDI / MERCEDES-BENZ

Marcas *Premium* Conquistam Quota de Mercado \\ Premium Brands Gain Market Share

Apesar do mercado automóvel em Portugal ter registado em 2012 a maior quebra dos últimos 27 anos, Portugal foi, em termos relativos, um dos países da União Europeia que mais comprou carros de gama alta durante o ano passado. Vendo com prudência os números mais animadores de 2013, o trio alemão BMW / Mercedes-Benz / Audi tem vindo a adaptar as suas estratégias à conjuntura nacional e, a verdade, é que tem vindo a conquistar quota de mercado no país.

Despite the car market in Portugal having registered the greatest drop in sales of the last 27 years in 2012, Portugal, in relative terms, was one of the EU countries that bought the most high end cars throughout last year. Prudently watching 2013's more encouraging figures, the German trio of BMW, Mercedes-Benz and Audi have been able to adapt their strategies to the national situation and have in fact gained in market share in the country.

TEXTO TEXT CAROLINA XAVIER E SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY BMW GROUP / DAIMLER AG / SIVA

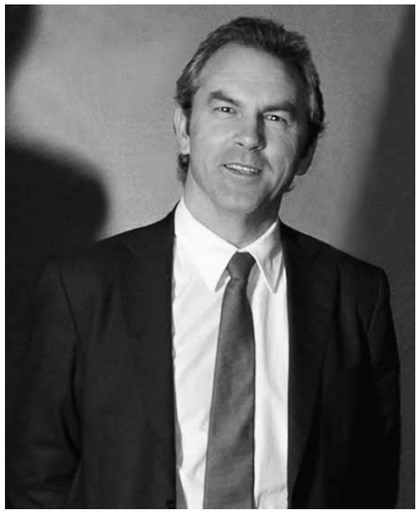
* Mário Fernandes, diretor de vendas e *marketing* do BMW Group Portugal

* BMW

Não obstante o facto de 2012 ter ficado na história da indústria automóvel portuguesa como o pior ano de sempre em termos de volume de vendas, os resultados de 2013 são já mais alentadores. De acordo com a Associação Automóvel de Portugal (ACAP), nos primeiros sete meses deste ano, as vendas de veículos ligeiros de passageiros apresentaram uma variação positiva de 5,1% relativamente ao período homólogo de 2012. Embora o mercado comece a dar sinais mais animadores (em julho de 2013 as vendas de veículos ligeiros de passageiros registaram mesmo um crescimento de 17,2% face ao mês homólogo do ano anterior), as três marcas veem estes números com cautela e prudência, concordando porém que, nos tempos que correm, as marcas *premium* são as que oferecem mais garantias. «Em épocas de maior crise, as marcas com maior valor resistem melhor às quebras do mercado, pois os compradores tendem a investir com maior segurança e menor risco», explica Licínio de Almeida, diretor geral da Audi em Portugal. «No final de 2012, o mercado automóvel registou a maior quebra dos últimos 27 anos: 38% (...). O segmento *premium*, ainda assim, surge como um caso particular, dado não ter registado quebras tão acentuadas quanto as do mercado total e, tendo no primeiro semestre um crescimento acima do mercado», diz Mário Fernandes, diretor de vendas e *marketing* do BMW Group Portugal.

In spite of the fact that 2012 will go down as the worst sales year ever in the history of the Portuguese automotive industry, the results for 2013 are already more encouraging. According to the Automobile Association of Portugal (ACAP), in the first seven months of this year, sales of passenger cars have experienced positive growth of 5.1% relative to the same period for 2012. Although the market is beginning to show more encouraging signs (in July 2013 sales of passenger cars even registered a growth of 17.2% against the same month of the previous year), the three manufacturers are watching these figures with caution and prudence, agreeing however that, in the current period, premium brands offer more guarantees. «In periods of greater crisis, brands with greater value better resist market turndowns, as buyers tend to invest with greater safety and less risk,» explains Licínio de Almeida, managing director of Audi in Portugal. «At the end of 2012, the car market registered its greatest drop in the last 27 years: 38% (...). The premium segment, nevertheless, seems to be a case on its own, given that is has not registered as serious downturns as the market as a whole and has greater growth than the market in the first semester,» says Mário Fernandes, sales and marketing director of BMW Group Portugal. The evidence suggests that the security offered by top manufacturers ends up being

Em 2012 Portugal foi, em termos relativos, um dos países que mais comprou carros de gama alta na União Europeia. \\ *In 2012, in relative terms, Portugal was one of the countries that bought the most high end cars in Europe.*



* Licínio de Almeida, diretor geral da Audi em Portugal

Tudo indica que a segurança oferecida pelos fabricantes de topo acaba por ser valorizada pelos consumidores, já que «em situação de 'crise', o cliente particular opta pelas marcas e produtos que lhe dão mais confiança e que representam um valor seguro», afirma Carsten Dippelt, diretor geral de vendas e *marketing* da Mercedes-Benz Cars.

As estratégias de cada uma das marcas variam, encontrando-se todavia no alargamento da oferta de modelos mais adequados à atual realidade do mercado nacional. Mário Fernandes (BMW) lembra que «atualmente os clientes dão mais importância a fatores como consumo, valor residual, economia de utilização, etc.», motivo que levou a marca a introduzir no mercado, em 2007, o *BMW Efficient Dynamics*, um conjunto de medidas com vista a reduzir as emissões de CO_2 e consumos de combustível. Do mesmo modo, também a Mercedes-Benz apostou em modelos como os novos *Classe B* e *Classe A* que, nas palavras de Carsten Dippelt, «vieram abrir a marca a um novo grupo de clientes que até à data gravitavam entre as marcas mais generalistas». No caso da Audi, que registou na primeira metade de 2013 o melhor semestre em vendas mundiais de toda a sua história (+ 6,4 %), tem conseguido igualmente chegar a novos clientes graças ao alargamento da oferta de modelos da marca. «Um excelente exemplo disso foi o lançamento da gama *A1* no final de 2010, completado com o lançamento do *A1 Sportback* em 2012. O *Audi A1* tem sido um dos pilares de vendas da Audi em Portugal e o seu sucesso está muito relacionado com o facto de ter ido conquistar novos clientes, ao entrar num novo segmento de mercado», comenta Licínio de Almeida.

Assim se compreende que as três marcas deste relevante setor da economia nacional tenham vindo a conquistar quota de mercado nos últimos dois anos, não esquecendo a importância que todas reconhecem ao segmento empresarial. Entre as três, a BMW lidera o pódio, tendo registado em julho de 2013 uma quota de mercado de 7,2% (acumulado do ano). «Entre janeiro e julho deste ano, a BMW registou um crescimento de 19% num mercado que cresce 5,1% sendo, em Portugal, a 4.ª marca mais vendida e mantendo a liderança do segmento *premium* (posição alcançada e mantida desde 2005)», atesta o responsável da BMW. No mesmo mês (julho 2013), seguia-se a Mercedes-Benz (6,5%) e a Audi (5,9%).

valued by consumers, since «in crisis situations, private customers opt for brands and products in which they have more faith and which represent a safe bet,» says Carsten Dippelt, managing director of sales and marketing at Mercedes-Benz Cars.

The strategies of each of the brands vary, but all feature widening the choice of models better suited to the current reality of the national market. Mário Fernandes (BMW) recalls that «customers currently give more importance to factors such as fuel consumption, residual value, how economic it is to run, etc.», which led, in 2007, to the brand introducing to the market its *BMW Efficient Dynamics*, a series of measures aimed at reducing CO_2 emissions and fuel consumption. In the same way, Mercedes-Benz has also focused its efforts on models such as the new *B Class* and *A Class*, which, in the words of Carsten Dippelt, «have opened the brand up to a group of new customers, who up to that point had gravitated more to generic brands.» In the case of Audi, which during the first half of 2013 registered its best ever semester in world sales (+ 6.4%), it has also managed to reach new customers, thanks to widening the brand's range of models. «An excellent example of this was the launch of the *A1* range at the end of 2010, completed with the launch of the *A1 Sportback* in 2012. The *Audi A1* has proved one of the sales pillars for Audi in Portugal and its success is very much related to the fact that it has won over new customers by entering a new market segment,» Licínio de Almeida remarks.

It is thus understandable that the three manufacturers in this important sector of the national economy have gained in market share in the last two years, without forgetting the importance that they all give to the business sector. Of the three, BMW tops the podium, having registered a market share of 7.2% in July 2013 (for the year to date). «Between January and July of this year, BMW registered growth of 19% in a market that grew 5.1%, making it the 4th most sold brand in Portugal and maintaining the lead in the premium segment (a position achieved and maintained since 2005),» the BMW boss reveals. In the same month (July 2013), BMW is followed by Mercedes-Benz (6.5%) and Audi (5.9%).

* Audi

* Carsten Dippelt, diretor geral de vendas e *marketing* da Mercedes-Benz Cars

Quais os principais desafios que então se afiguram? Olhando para o setor na globalidade, Licínio de Almeida (Audi) acredita que «o maior desafio que o setor atravessa é o de conseguir atravessar este período, mantendo operacionais as suas redes de concessionários». A BMW é clara quanto às suas orientações para 2013, não escondendo a sua determinação em «manter a liderança no segmento *premium*, melhorar a qualidade do serviço prestado aos clientes, bem como assegurar a rentabilidade das operações da rede de distribuição do BMW Group, em Portugal», assegura Mário Fernandes, destacando igualmente a importância da recente entrada do grupo numa área totalmente nova, a mobilidade elétrica, por via da submarca *BMW i*. Por sua vez, a Mercedes-Benz vê-se empenhada em «continuar a sua forte ofensiva de produto e alargar a sua base de fãs em todo o mundo». «Seremos provavelmente a marca *premium* n.º 1 no mundo até 2020, com uma rentabilidade positiva e consequentemente com um futuro sustentável a longo prazo», conclui Carsten Dippelt.

What are the main challenges now facing the sector? Looking to the sector as a whole, Licínio de Almeida (Audi) believes that «the greatest challenge the sector is facing is that of managing to make it through this period, keeping its dealership networks operational.» BMW is clear as to its direction in 2013, without hiding its determination to «maintain its leadership in the premium segment, improve the quality of customer service provision, as well as ensure the profitability of operations of the BMW Group distribution network in Portugal,» Mário Fernandes assures us, while also highlighting the importance of the recent entry of the group into a totally new area, that of electric mobility through its sub-brand *BMW i*.

For its part, Mercedes-Benz is committed to «continuing its strong product offensive and widening its fan base throughout the world». «We will probably be the number one premium brand by 2020, with positive profitability and consequently a future sustainable in the long term,» Carsten Dippelt concludes.

* Mercedes-Benz

DOURO BOYS

«Pôr o Douro no mapa»
«Putting the Douro on the map»

TEXTO TEXT CAROLINA XAVIER E SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DOURO BOYS

Passou já uma década desde que a Quinta do Vale Meão, a Quinta do Vale D. Maria, a Quinta do Crasto, a Niepoort e a Quinta do Vallado decidiram unir esforços com o intuito de promover a região do Douro além-fronteiras. A inovadora ideia, *a priori* surpreendente pelo seu cariz informal e por marcar a cooperação entre cinco produtores de vinho concorrentes, resultou nos Douro Boys. E não há dúvidas de que tem vindo a dar frutos.

Com a colaboração da agência de comunicação austríaca Wine&Partners, os Douro Boys lançaram-se na aventura de «pôr o Douro no mapa» através da colaboração em ações de Relações Públicas nos mercados-alvo, que então passavam pela Europa Ocidental, EUA e territórios de língua portuguesa (Brasil, Angola e Macau). «Dada a nossa estratégia de *marketing* assentar essencialmente numa estratégia de *pull*, as nossas ações são direcionadas para os *opinion makers* e *opinion leaders* através de *master classes*, provas e presenças em feiras de vinho internacionais», explicam os Douro Boys.

Mas voltando ao propósito inicial, o de «pôr o Douro no mapa», esse, segundo o grupo, foi claramente alcançado. «A estratégia permitiu desenvolver uma identidade conjunta dos cinco produtores sem perda da individualidade de cada um deles e com um efeito de arrastamento de todo o setor do Douro, com resultados absolutamente notáveis ao nível da promoção dos seus vinhos e da região», afirmam. Os números apresentados não deixam margem para dúvidas. De 2002, ano em que se iniciou o projeto, a 2011 as vendas totais do grupo registaram um aumento de 157%, passando de 6,7 para 17 milhões de euros. Os últimos anos testemunharam igualmente um aumento de 119% em área de vinha, que passou de 240 para 526 hectares. Em 2011 os Douro Boys tinham uma quota sectorial (DOC Douro) de 8% em quantidade e de 14% em valor, ano em que o preço médio de venda do grupo foi de 7,11 euros por litro, praticamente o dobro do preço médio do setor (3,91 euros por litro).

«De 2002 a 2011 as vendas totais dos Douro Boys registaram um aumento de 157%, passando de 6,7 para 17 milhões de euros» \\ «From 2002 to 2011 the group's total sales have registered growth of 157%, growing from 6.7 to 17 million Euros»

Podendo pensar-se que a dinamização do projeto se deveu a uma qualquer lacuna na promoção internacional do Douro pelas entidades que a deveriam assegurar, os Douro Boys não hesitam em desmistificar esta ideia, fazendo questão de salientar que beneficiaram do apoio das entidades existentes para ultrapassar o desafio do mercado externo. A questão é que decidiram apoiar-se mutuamente na internacionalização dos seus negócios, um

It's already a decade since Quinta do Vale Meão, Quinta do Vale D. Maria, Quinta do Crasto, Niepoort and Quinta do Vallado decided to join forces with the aim of promoting the Douro region abroad. The innovative idea, initially surprising given its informal nature and the fact that it involved the cooperation of five competing wine producers, resulted in the Douro Boys. And there is no doubt that this venture has bore fruit.

With help from Austrian communication agency Wine&Partners, the Douro Boys threw themselves in the adventure of «putting the Douro on the map» through working together in public relations activities in target markets, which at the time included Western Europe, the USA and Portuguese-speaking nations and territories (Brazil, Angola and Macau). «Given that our marketing strategy is based essentially on a 'pull' strategy, our campaigns are directed to 'opinion makers' and 'opinion leaders' through master classes, tastings and appearances at international wine fairs,» the Douro Boys explain.

But, returning to the initial issue, that of «putting the Douro on the map», this, according to the group, has been fully achieved. «The strategy ensured the development of a joint identity for the five producers, without losing the individuality of each of them and with a knock-on effect for the entire Douro sector, with entirely noticeable results in terms of the promotion of its wines and of the region,» they explain. The figures presented leave no room for doubt. From 2002, the year in which the project was started, to 2011 the group's total sales have registered growth of 157%, growing from 6.7 to 17 million Euros. Recent years have equally revealed growth of 119% in terms of vineyards, which have grown from 240 to 526 hectares. In 2011 the Douro Boys had a sector share (DOC Douro) of 8% in quantity and 14% in value. In the same year the group's average sale price was 7.11 Euros per litre, almost double the sector's average (3.91 Euros per litre).

You might well think that the powerful momentum of the project is down to a gap in the international marketing of the Douro by the bodies responsible for this, but the Douro Boys are quick to refute such a claim, and insist on stressing that they benefited from support from existing bodies in overcoming the challenge of the foreign market. The fact is that they decided to support each other mutually in the internationalisation of their business; an effort recognised at the end of 2012 whey they were given the

«A originalidade, a criatividade e o caráter inovador dos Douro Boys, juntamente com a qualidade e consistência dos seus vinhos, tiveram uma excelente receção nos mercados» \\ *«The originality, creativity and innovative nature of the Douro Boys, together with the quality and consistence of their wines, have been exceptionally well received in markets»*

esforço reconhecido no final de 2012 através da atribuição do Prémio Europeu de Promoção Empresarial da Comissão Europeia na categoria «Apoio à internacionalização das empresas».

Embora os Douro Boys não coloquem de parte a entrada de outros membros no grupo, a verdade é que, até ao momento, não sentiram essa necessidade. Além da Europa (com destaque para a Alemanha, a Holanda e o Reino Unido), dos EUA e do Canadá, os Douro Boys estão hoje de olhos postos na Ásia e na América do Sul. Consensual é o seu contributo na viragem do tradicional «Velho Douro» para um «Novo Douro» dinâmico e irreverente. «A originalidade, a criatividade e o caráter inovador dos Douro Boys, juntamente com a qualidade e consistência dos seus vinhos, tiveram uma excelente receção nos mercados, sendo exemplo disso a posição relativa dos vinhos nos prémios atribuídos pela *Wine Spectator*, bem como a quantidade de referências nos *media* nacionais e internacionais», concluem os Douro Boys.

Dorli Muhr, proprietária da agência Wine&Partners, que representa tantas outras marcas do competitivo setor vinícola, reconhece a originalidade dos Douro Boys e a sua ousadia em romper com a formalidade deste mercado. «A sua entrada profissional porém extremamente divertida no mercado internacional do vinho foi uma inovadora estratégia de *high end marketing*. Muitos apreciadores de vinho estavam simplesmente entediados com jantares e ações excessivamente formais. Mas claro que esta mesma estratégia provavelmente não teria funcionado com outros produtores a nível mundial», explica. Fica a dúvida se teria resultado ou não, mas o que sabemos é que os Douro Boys são um fenómeno de empreendedorismo e de sucesso com chancela portuguesa.

European Enterprise Promotion Award by the European Commission, in the «Supporting Business Internationalisation» category.

Although the Douro Boys don't discount the entry of other members in the group, it remains true that as yet they have not felt the need. In addition to Europe (in particular Germany, the Netherlands and the UK), to the USA and Canada, the Douro Boys now have their sights set on Asia and South America. They are unanimous in their contribution to moving away from the traditional «Old Douro» towards a dynamic and irreverent «New Douro». «The originality, creativity and innovative nature of the Douro Boys, together with the quality and consistence of their wines, have been exceptionally well received in markets, an example of this being the wines' performance in terms of awards given by *Wine Spectator*, as well as the amount of references made to them by national and international media,» the Douro Boys conclude.

Dorli Muhr, owner of the Wine&Partners agency, which represents many other brands in the competitive wine industry, recognises the originality of the Douro Boys and their courage to break with the formality of this market. «Their very professional yet extremely fun entry to the international wine market was a very new form of high end marketing. Many wine lovers were just bored by black tie dinners and similar promotion efforts. But of course this same strategy would probably not work for any other producers in the world,» she explains. We could never be certain of this, but we do know is that the Douro Boys are a phenomenon of 'Made in Portugal' entrepreneurialism and success.

Exclusiva Villa na
Quinta Patiño, Estoril

Promoção exclusiva / *Exclusive sales promotion*
Lic. AMI nº 9469 | Contactos / *Contacts:* +351 229 021 601
geral@royalvillas.eu | www.royalvillas.eu

ROYAL ESTATE PRIVATE VILLAS

INSPIRING PLACES

BUTÃO

Paraíso dos Himalaias \\ Himalayan Paradise

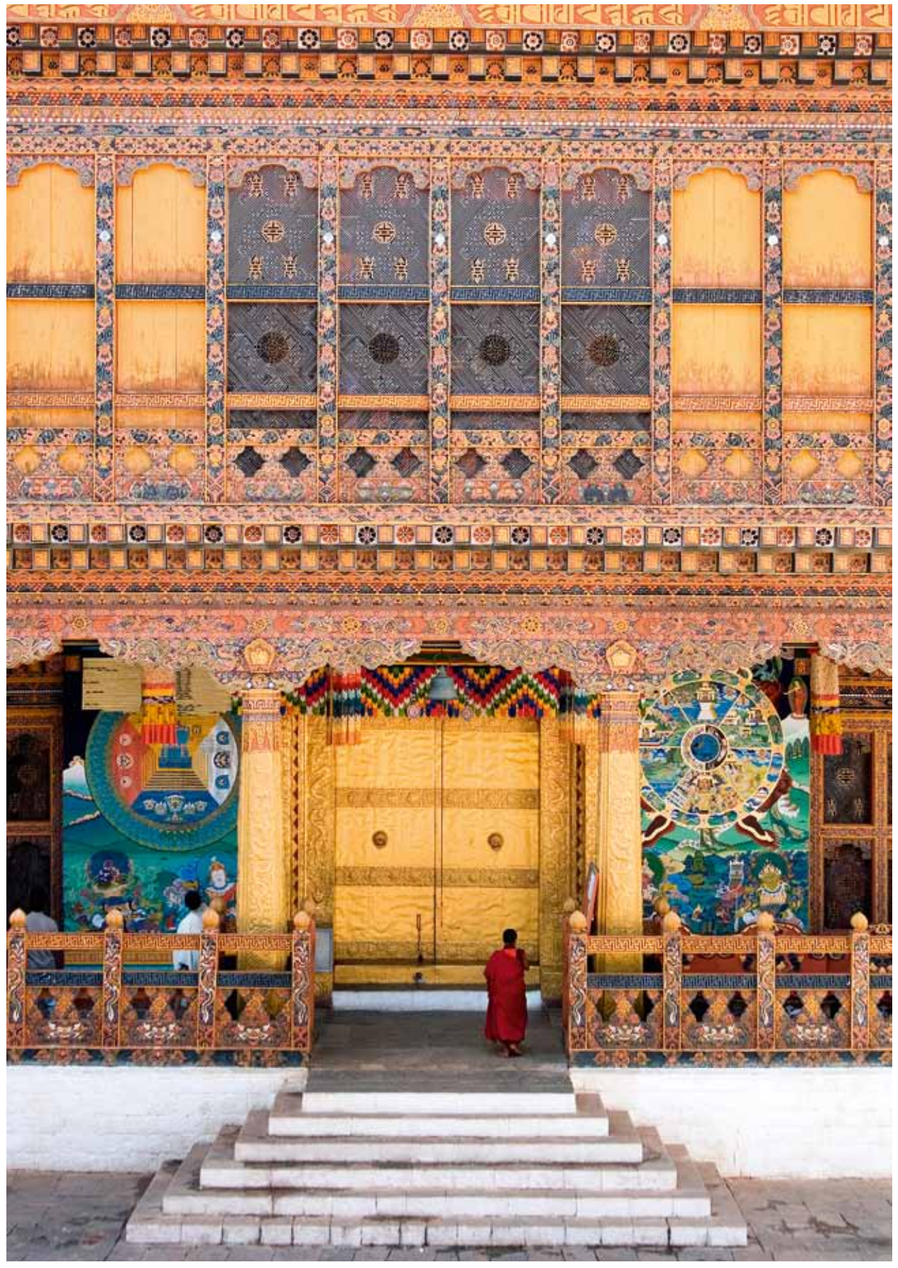
TEXTO TEXT ESTELA ATAÍDE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1 – 10 © TCB; 11–13 © COMO HOTELS AND RESORTS

Aninhado entre a China e a Índia, este pequeno reino dos Himalaias é um lugar único no mundo, onde um povo sorridente recebe os visitantes de braços abertos, dando-lhes a descobrir as suas tradições ancestrais, até hoje cuidadosamente preservadas.

Dono de uma geografia rica e variada, o Butão oferece paisagens indescritíveis, desde as montanhas do norte aos vales férteis do sul, passando pelos imensos campos de arroz espalhados pelo país.

Nestled between China and India, this small Himalayan kingdom is a unique place in the world, where a smiling people welcomes visitors with open arms, introducing them to its ancient traditions, carefully preserved to this day.

With a rich and varied geography, Bhutan is home to indescribable landscapes, from the mountains of the north to the fertile valleys of the south, or the huge rice paddies spread throughout the country.



No país onde a Felicidade Interna Bruta é um indicador mais importante que o Produto Interno Bruto, os cenários irresistíveis aliam-se à tradicional hospitalidade butanesa para proporcionar momentos de deleite.

Quando de visita a este reino mágico, é imperdível conhecer no parque natural Kuenselphodrang a estátua do Buddha Dordenma que, com 51,5 metros de altura, é um dos maiores budas do mundo. Já sobre o vale Paro, visite o templo Taktsang Lhakhang, o mais emblemático marco religioso do Butão, construído em 1692 suspenso num penhasco a 900 metros de altura.

In the country where the Gross National Happiness is a more important indicator that the Gross National Product, stunning scenery is joined by traditional Bhutanese hospitality to produce moments of delight.

When visiting this magical kingdom, one thing you should not miss out is seeing the Buddha Dordenma statue in the Kuenselphodrang Nature Park – at 51.5 metres high, one of the largest Buddha statues in the world. Equally, above the Paro Valley, make sure you visit the Taktsang Lhakhang temple, Bhutan's most emblematic landmark built in 1692 and clinging from a cliff face 900 metres high.

Se estiver de passagem por Thimphu, a capital, a partir do décimo dia do oitavo mês do calendário lunar, deixe-se fascinar pelo Thimphu Tshechu, o festival (*tshechu*) que leva centenas de pessoas à cidade e um dos muitos festejados no país, onde são pontos muito importantes da vida cultural. Três dias antes, é possível assistir ao Thimphu Dromchoe, evento onde, durante um dia, são levadas a cabo danças sagradas dedicadas a Palden Lhamo, a divindade protetora do Butão.

If you're passing through the capital of Thimphu, from the tenth day of the eight month of the lunar calendar, let yourself be fascinated by the Thimphu Tshechu, the festival (*tschechu*) that brings hundreds of people to the city and one of many celebrated in the country, where they are very important moments in cultural life. Three days beforehand, you can attend the Thimphu Dromchoe, an event, at which, for a day, sacred dances dedicated to Palden Lhamo, Bhutan's protective deity, are performed.

Visitar este reino é, no entanto, um privilégio reservado a uma minoria, dada a abordagem cuidadosa por parte das autoridades no sentido de evitar impactos negativos do turismo na cultura e ambiente. Embora não haja limitações no número de turistas, para entrarem no país estes devem pagar uma tarifa diária.

Os estrangeiros que, ainda assim, decidem conhecer o Butão, são acolhidos de forma generosa pelos butaneses, partindo sempre com a esperança de que este reino medieval mantenha a identidade única que o torna um pequeno paraíso na Terra.

Visiting the kingdom is however a pleasure open only to a privileged few, given the careful approach taken by the authorities so as to avoid any negative impact from tourism on culture and the environment. Although no limits are put on tourist numbers, they have to pay a daily tariff to enter the country.

Foreigners who decide to visit Bhutan in spite of this are heartily welcomed by the Bhutanese, and always leave in the hope that this medieval kingdom retains its unique identity that makes it a small paradise of earth.

JÁ IMAGINOU TUDO ISTO...

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

ELIMINA 100% DO EXCESSO DE GORDURA E ATÉ 20 CM EM QUALQUER ZONA DO CORPO
REGISTO FOTOGRÁFICO DE MAIS DE 33.000 PESSOAS PROVENIENTES DE TODO O MUNDO
TRATADAS COM SUCESSO COM ESTA TECNOLOGIA EXCLUSIVA DA CLÍNICA DO TEMPO®

LÍDER MUNDIAL EM "LIPOASPIRAÇÃO" NÃO-INVASIVA

SEM ANESTESIA, SEM CORTES, SEM TEMPO DE RECUPERAÇÃO

clinicadotempo®
DR. HUMBERTO BARBOSA

Liposhaper® MAX a novíssima "LIPOASPIRAÇÃO" NÃO-INVASIVA

LISBOA • PAREDE • PORTO **CALL CENTER (+351) 21 458 85 00**
info@clinicadotempo.pt • www.clinicadotempo.pt

facebook facebook.com/clinicadotempo

FACILIDADES DE PAGAMENTO

PALAIS NAMASKAR

Experiência Idílica \\ Idyllic Experience

TEXTO TEXT ESTELA ATAÍDE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1, 2 © JACKIE CARADONIO; 3, 4, 5, 7, 8 © PHILIPPE DOIGNON; 6 © CÉCILE TRÉAL

«O espírito em mim respeita o espírito em ti». Este é o significado da palavra *namaskar*, um cumprimento que define na perfeição a essência deste surpreendente *resort* marroquino onde a sintonia entre tranquilidade e entusiasmo cria uma atmosfera inspiradora.

Inaugurado em abril de 2012, o deslumbrante Palais Namaskar é parte dos hotéis «Masterpiece» da Oetker Collection e membro dos *Leading Hotels of the World*, facto facilmente compreensível imediatamente à chegada, quando o olhar tenta assimilar a beleza avassaladora dos mais de cinco hectares deste *resort* de cinco estrelas.

Aninhado entre as montanhas Atlas e as colinas Djebilet, o Palais Namaskar é dono de um cenário de cortar a respiração na região de Palmeraie, em Marraquexe. Neste refúgio imaculado, a hospitalidade é elevada a novos níveis graças à experiência Namaskar, onde os serviços são pensados à medida de cada hóspede, desde as cuidadas experiências culinárias às terapias físicas e espirituais disponíveis no spa.

«The spirit in me respects the spirit in you.» This is the meaning of the word *namaskar*, a greeting that perfectly defines the essence of this amazing Moroccan resort, where the blend of peacefulness and enthusiasm creates an inspiring atmosphere.

Opened in April, 2012, the stunning Palais Namaskar is one the «Masterpiece Hotels» in the Oetker Collection, and a member of the *Leading Hotels of the World*, something that is easily understandable as soon as you arrive, and when the eye tries to take in the overwhelming beauty of the more than five hectares of this five-star resort.

Nestled between the Atlas Mountains and the Djebilet Hills, the Palais Namaskar enjoys a breathtaking setting in the Palmeraie region of Marrakech. In this spotless retreat, hospitality is lifted to new heights thanks to the Namaskar experience, in which the services are made-to-measure to each guest, from the meticulous culinary experiences to the physical and spiritual therapies available in the spa.

Com um total de 42 acomodações, entre 14 quartos, 15 suítes, 10 *villas* de luxo e três extraordinários palácios, a singular harmonia de cada espaço resulta da decoração contemporânea que combina arquitetura oriental e os conceitos Feng Shui. Enquanto alguns aposentos disponibilizam piscinas aquecidas, *jacuzzis* exteriores ou áreas exteriores privativas, os palácios incluem ainda cozinhas privadas e os serviços de um mordomo.

Apostando numa experiência tão única quanto possível, neste *resort* a culinária inventiva é uma parte essencial. Além do restaurante *gourmet* Le Namaskar, do *tea lounge* Espace T e do bar panorâmico No Mad Bar, os hóspedes podem desfrutar das suas refeições onde quer que desejem, seja um piquenique privado nos jardins, uma refeição à luz das velas junto ao lago ou um jantar com amigos num terraço privativo.

With a total of 42 accommodation units, including 14 rooms, 15 suites, ten luxury villas and three extraordinary palaces, the unique harmony of each space results from the contemporary décor, which combines Eastern-inspired architecture with Feng Shui principles. While some units feature heated swimming pools, outdoor Jacuzzis or private outdoor spaces, the palaces also include private kitchens and a butler service.

Focusing their efforts on an experience that is as unique as possible, inventive cooking is an essential ingredient of this resort. Besides the Le Namaskar gourmet restaurant, the Espace T 'tea lounge' and the No Mad Bar, guests can enjoy their meals wherever they wish, whether a private picnic in the gardens, a candlelit dinner next to the lake or a dinner with friends on a private terrace.

Refletindo o profundo compromisso do Palais Namaskar com a satisfação total dos seus convidados, o *resort* conta também com um serviço de jato privado onde o ambiente e a hospitalidade Namaskar os recebem atenciosamente. À disposição dos hóspedes, o luxuoso *Dassault Falcon 900LX* pode transportá-los entre o aeroporto de Casablanca e Marraquexe, do Palais Namaskar para outras propriedades Oetker Collection ou ainda ser utilizado para viagens de longo curso, para destinos como Nova Iorque ou Moscovo.

Reflecting the Palais Namaskar's major commitment to the complete satisfaction of its guests, the resort also features a private jet service, aboard which the Namaskar ambience and hospitality attentively awaits them. At guests' disposal, the luxurious *Dassault Falcon 900LX* can take them from Casablanca airport to Marrakech, from the Palais Namaskar to other Oetker Collection properties, or can also be used for long haul trips to destinations such as New York or Moscow.

DESIDÉRIO SILVA
Presidente do Turismo do Algarve
Chairman of the Algarve Tourist Board

Tecnologias no Turismo

Turismo é a indústria da paz e é sinónimo de férias, descanso, desenvolvimento pessoal, conhecer outros povos, tradições, viver novas experiências. O desenvolvimento tecnológico verificado nos últimos 10 anos tem sido um dos principais motores para as transformações sentidas pelo setor económico relacionado com a atividade turística. As novas tecnologias de informação e de comunicação, com destaque para a internet, revolucionaram a forma de atuação e de posicionamento dos canais da distribuição turística. O modelo de distribuição turística alterou-se, e foi obrigado a criar novos instrumentos promocionais em função das exigências do consumidor final que agora adquirem férias tentando gastar pouco obtendo o maior benefício possível, o designado na linguagem turística, *value for money*. O aparecimento de novos destinos e as companhias de baixo custo contribuíram para a evolução dos gostos e consequente alteração de padrões dos consumidores permitindo aumentar a capacidade crítica do turista pelo simples facto de que agora pode comparar ofertas entre destinos concorrentes, e escolher a melhor opção em função da oferta apresentada. A internet permitiu igualmente a criação de pacotes dinâmicos (*Dynamic Packaging*), os quais permitem aos destinos definirem o seu posicionamento numa sociedade onde todos os dias emergem novas funcionalidades tecnológicas e novos conceitos / produtos turísticos complementares aos tradicionais; Clima, Segurança, Hospitalidade, são palavras-chave no contexto da oferta para a escolha de férias num destino turístico!

Technology in Tourism

Tourism is the industry of peace, synonymous with holidays, relaxation, personal development, learning about other peoples and traditions, and having new experiences. Technological advances experienced in the last ten years have been one of the main driving forces felt in the economic sector related to the tourism industry. New information and communication technology, in particular the Internet, have revolutionised the way in which tourism distribution channels operate and are positioned. The tourism distribution model has been changed and has been forced to create new marketing methods based on the requirements of the final consumer, who now book holidays with low spending and high benefit in mind, to achieve the international phrase of 'value for money'. The appearance of new destinations and low cost companies have contributed to the evolution of tastes and the consequent changes to consumer patters, allowing the critical faculty of tourists to increase thanks simply to the fact that they can compare offers from competing destinations, and choose the best option based on what they have to offer. The Internet has also allowed the creation of 'dynamic packaging', which enables destinations to define their position within a society in which every day sees the arrival of new technological capabilities and new tourism concepts / products that complement traditional ones. Climate, safety, hospitality are the keywords when choosing which tourist destination you want to spend your holidays in!

MYRIAD BY SANA HOTELS

Vislumbre do Futuro \\ Glimpse of the Future

PUB

Erguido sobre o Tejo, o Myriad by SANA Hotels é o primeiro hotel construído sobre as águas do rio lisboeta e a primeira unidade hoteleira cinco estrelas da cadeia SANA Hotels em Portugal.

Da autoria do arquiteto Nuno Leónidas, o edifício com 143 metros de altura assume-se como um oásis futurista que se funde numa simbiose perfeita com a icónica Torre Vasco da Gama. Repleto de luz natural e com uma vista deslumbrante sobre o Tejo, o Myriad by SANA Hotels coloca à disposição dos seus hóspedes 186 quartos cosmopolitas e sofisticados, equipados com tecnologia de ponta.

Procurando responder a todas as solicitações dos seus clientes, o hotel disponibiliza uma alargada gama de serviços, destacando-se o *room service* 24h, a lavandaria/limpeza a seco, o *valet parking*, o serviço de câmbios, o aluguer de automóveis (por solicitação), o *babysitting* (por solicitação) e ainda o Sayanna Wellnesss SPA. A funcionar no 23.º andar, gozando de uma paisagem soberba, o spa oferece um conceito personalizado de luxo, que inclui um *fitness centre*, piscina interior, sauna, banho turco, duche hamman e várias massagens e tratamentos estéticos.

Built above the Tagus, the Myriad by SANA Hotels is the first hotel constructed on the waters of the Lisbon river and the first five-star hotel from the SANA Hotels chain in Portugal.

Designed by architect Nuno Leónida, the 143-metre high building constitutes a futuristic oasis, blending in perfect symbiosis with the iconic Vasco da Gama Tower. Flooded with natural light and with stunning views over the River Tagus, the Myriad by SANA Hotels places 186 cosmopolitan and sophisticated rooms at its guests' disposal, all equipped with up-to-the-minute technology.

Striving to meet every requirement of its guests, the hotel boasts a broad range of services, highlights of which include 24-hour room service, laundry/dry-cleaning, valet parking, currency exchange service, car hire (on request), babysitting (on request) and also the Sayana Wellness Spa. Located on the 23rd floor, enjoying superb scenery, the spa offers a personalised luxury concept, which includes a fitness centre, indoor swimming pool, sauna, Turkish bath, hammam shower and a host of massages and beauty treatments.

Preparado para responder a todas as necessidades, o Myriad by SANA Hotels conta com três salas de reuniões e eventos, além do Myriad Crystal Center, um versátil centro de eventos com 1500 m² de área útil preparado para receber acontecimentos de natureza diversa, de congressos a espetáculos.

No final de um dia de lazer ou trabalho, o restaurante/bar River Lounge, no piso térreo, com zona exterior e vista para o Tejo, brinda os hóspedes com as deliciosas propostas culinárias de influência mediterrânea com a assinatura do *chef* alsaciano Frederic Breitenbucher.

Designed to meet any requirement, the Myriad by SANA Hotels features three meeting and event rooms, in addition to the Myriad Crystal Center, a versatile events centre covering an area of 1500 sqm, equipped to hold all manner of events, from conventions to shows.

At the end of day spent at leisure or at work, the River Lounge restaurant/bar, on the ground floor, with outdoor area and views over the Tagus, treats guests to delicious, Mediterranean influenced culinary suggestions, created by Alsatian *chef* Frederic Breitenbucher.

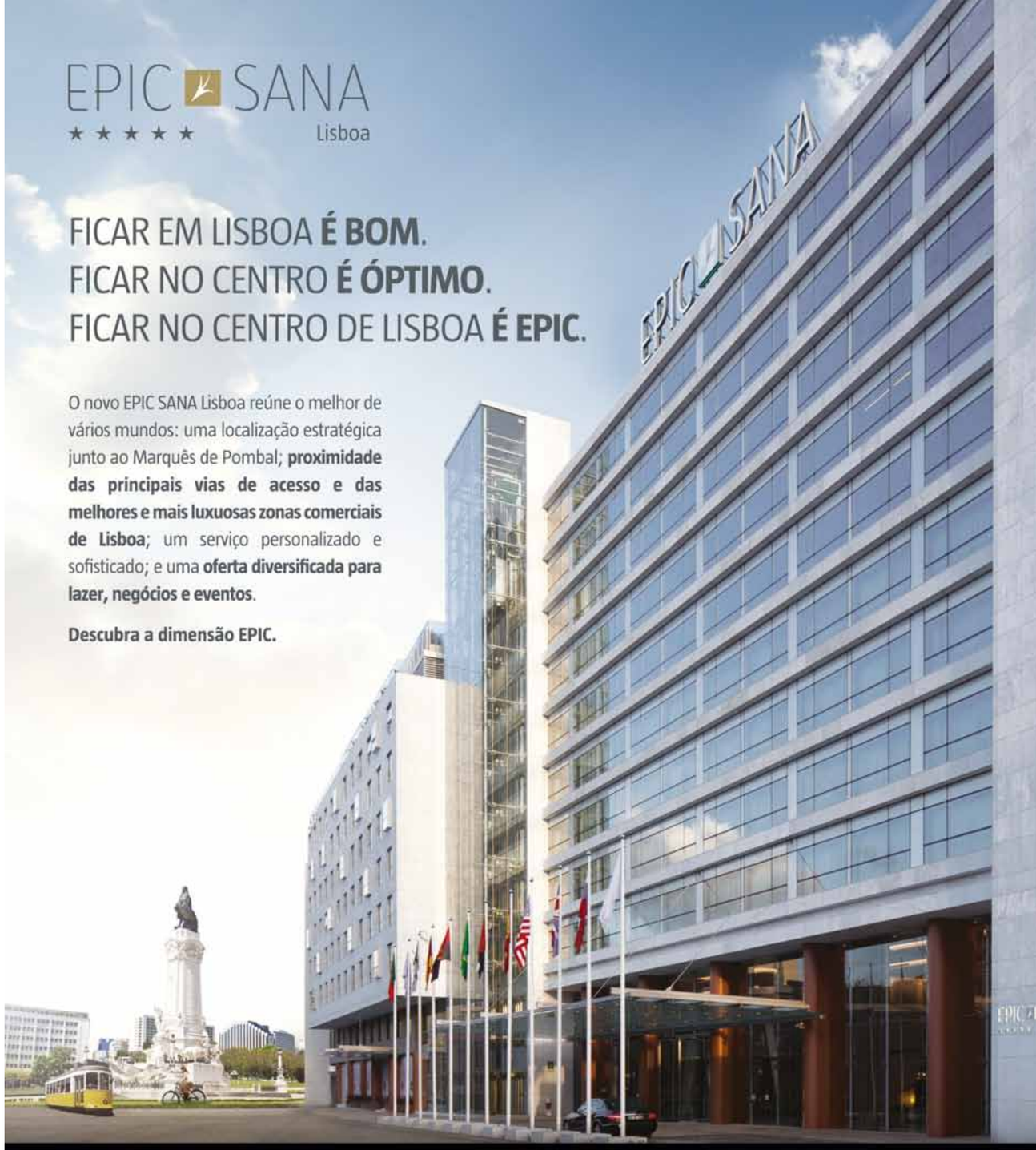
Cais das Naus, Lote 2.21.01 . 1990-173 Lisboa, Portugal
T: +351 211 107 600 . F: +351 211 107 601
info@myriad.pt . www.myriad.pt

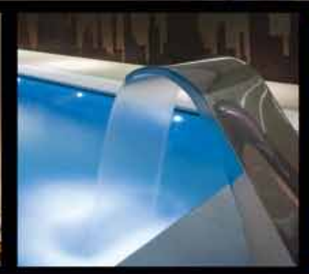
EPIC SANA
★ ★ ★ ★ ★ Lisboa

FICAR EM LISBOA **É BOM**.
FICAR NO CENTRO **É ÓPTIMO**.
FICAR NO CENTRO DE LISBOA **É EPIC**.

O novo EPIC SANA Lisboa reúne o melhor de vários mundos: uma localização estratégica junto ao Marquês de Pombal; **proximidade das principais vias de acesso e das melhores e mais luxuosas zonas comerciais de Lisboa**; um serviço personalizado e sofisticado; e uma **oferta diversificada para lazer, negócios e eventos**.

Descubra a dimensão EPIC.





EPIC SANA LISBOA HOTEL Tel +351 211 597 300 | info.lisboa@epic.sanahotels.com
www.facebook.com/EPICSANALisboaHotel | **www.lisboa.epic.sanahotels.com**

SANA HOTELS
What's your concept?

HEALTH & WELLNESS

THE YEATMAN

O Poder da Vinoterapia
The Power of Wine Therapy

TEXTO TEXT CAROLINA XAVIER E SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY THE YEATMAN

«Todos os tratamentos são feitos à base de extratos de uva, grainha de uva e extratos de vinho, tirando partido das suas propriedades antioxidantes e hidratantes» \\ «Every treatment is based on the use of grape extracts, grape seeds and wine extracts, making the most of their antioxidant and moisturising properties»

Integrado no hotel The Yeatman, em Vila Nova de Gaia (Porto), o Vinothérapie Spa é um dos dez da Caudalie espalhados pelo Mundo e o primeiro em Portugal. Debruçado sobre o Douro, é do vinho e das suas imensas propriedades, entre as quais antioxidantes e hidratantes, que vive este hotel spa eleito no início do ano o melhor da Europa nos *World Spa & Wellness Awards*.

Dirigido por Adília Oliveira, também ela recentemente nomeada para o prémio *Black Diamond Award*, que visa eleger o melhor diretor de *spa* da Europa, este refúgio oferece exclusivos tratamentos à base de extratos de uva, grainha de uva e extratos de vinho, que se harmonizam em rituais de beleza e de bem-estar (entre os quais o *Sommelier Ritual*), envolvimentos, esfoliações e massagens (como a *Wine Makers* ou a massagem refrescante em duche *Vichy*) com propriedades hidratantes, adelgaçantes e reafirmantes. «A uva é rica em polifenóis, que protegem o organismo dos radicais livres, reconhecidos como os grandes responsáveis pelo envelhecimento», explica Adília Oliveira, relembrando que «o poder da vinoterapia é igualmente reconhecido ao nível da circulação sanguínea e da proteção da pele face à radiação solar e ainda pela sua ação relaxante, desintoxicante e anti-idade».

Homenageando o júbilo que os doces bagos podem proporcionar à saúde, brindemos então a este espaço empenhado em presentear os seus visitantes com «uma experiência multissensorial que combina diferentes estímulos de forma holística para uma sensação única de bem-estar e relaxamento».

Located within The Yeatman hotel, in Vila Nova de Gaia (Oporto), the Vinothérapie Spa is one of ten from Caudalie spread across the globe and the first in Portugal. Perched above the River Douro, this spa hotel voted the best in Europe at the *World Spa & Wellness Awards* at the beginning of this year, concentrates on wine and its powerful properties, including its moisturising and antioxidant action.

Run by Adília Oliveira, who was also recently nominated for the *Black Diamond Award*, the aim of which is to vote Europe's best spa director, this refuge offers exclusive treatments based on grape extract, grape seed and wine extracts, which are combined in beauty and wellness rituals (including the *Sommelier Ritual*), wraps, scrubs and massages (such as the *Wine Makers* or the refreshing massage in a Vichy shower) with moisturising, toning and firming properties. «Grapes are rich in polyphenols, which protect the body from free radicals, recognised for their important role in ageing,» explains Adília Oliveira, while recalling that «the power of wine therapy is equally applicable in terms of blood circulation and the skin's protection against solar radiation and also for its relaxing, detoxifying and anti-ageing action».

Paying tribute to the joy that these sweet berries can bring to health, we therefore make a toast to this venue, which focuses its efforts on presenting its guests with «a multi-sensorial experience holistically combining different stimuli to ensure a unique experience of well being and relaxation».

HUMBERTO BARBOSA
Especialista em Nutrição e Longevidade | Fundador da Clínica do Tempo
Specialist in Nutrition and Longevity | Founder of the Clínica do Tempo
+351 21 458 85 00
www.clinicadotempo.com

Coma bem, pela sua saúde

A correria do dia a dia, a falta de tempo, a falta de paciência para cozinhar, a falta de companhia às refeições, a preguiça de preparar uma refeição só para nós, tudo serve de desculpa para uma alimentação desequilibrada.
As pessoas mais afetadas são as que vivem sozinhas, sem rituais de refeições em conjunto, sem a obrigação de fazer o almoço e o jantar para a família. Poucos são aqueles que se dispõem a fazer uma refeição bem estruturada só para si próprios.
Estabeleça rotinas de alimentação que são fáceis de manter e repetir todos os dias. Comece por organizar o pequeno-almoço. Crie uma zona de refeições na cozinha, para poder sentar-se a comer. Crie o hábito de pôr a comida na mesa. Um queijo fresco ou um quarto de requeijão, tostas integrais, uma peça de fruta ou um sumo de fruta natural, uma taça de cereais integrais e sem açúcar regada com um iogurte, de preferência magro.
Para o almoço, peça no café ao pé do trabalho que tenham pão integral para si, e peça uma sandes com tomate e alface, acompanhada de um sumo natural.
Perca meia hora ao sábado a fazer sopa de legumes para toda a semana, e coma uma boa taça ao jantar. Junte a tudo isto um pequeno lanche a meio da manhã e um iogurte a meio da tarde, e está no bom caminho para se tornar uma pessoa saudável.
Quem trabalha fora de casa, como é o caso da maior parte das pessoas, pode sentir dificuldade em manter uma dieta equilibrada. Estamos dependentes das refeições servidas em restaurantes, nem sempre confecionadas de forma saudável, ou de «qualquer coisa» que se come num café, muitas vezes fritos, na forma dos tradicionais «salgadinhos», ou bolos.
Mais uma vez, para quem tem de comer fora uma boa opção é a sopa. Depois, divida a dose com um colega, para controlar a ingestão de calorias e opte pelas sugestões mais saudáveis da lista: peixe ou carne grelhados com legumes cozidos ou salada. Evite os fritos, incluindo as tentadoras batatas fritas, e alimentos com molhos com gordura. Para beber, opte pela água, por um sumo natural, uma pequena cerveja ou um copo pequeno de vinho tinto. Resista aos refrigerantes.

Eat well, for your health

Daily routine, lack of time, lack of patience to cook, lack of company at mealtimes, laziness when preparing a meal for one – these are all excuses for an unbalance diet.
The people most affected are those who live alone, without joint mealtime rituals, without the obligation to make lunch and dinner for the family. Few people are willing to make a well structured meal just for themselves.
Establish eating routines that are easy to keep up and repeat them every day. Start by organising breakfast. Create a meal area in the kitchen, so that you can sit down and eat. Create the habit of placing food on the table. A fresh cheese or a tub of cottage cheese, wholemeal toast, a piece of fruit or a natural fruit juice, a bowl of sugar free wholegrain cereals, drizzled over with yoghurt, preferably low fat.
For lunch, ask the café near your work to keep some wholemeal bread for you, and ask for a tomato and lettuce sandwich, accompanied by a natural juice.
Lose half an hour on Saturday making a vegetable soup for the whole week, and eat a hearty bowl for dinner. Add to this a midmorning snack and a yoghurt half way through the afternoon, and you are on the right track to becoming a healthy person.
Anyone who works away from home, as is the case for the majority of people, can find it hard to keep up a balanced diet. We are dependent on meals served in restaurants that aren't always prepared in a healthy way, or on «any old thing» eaten in a café, often fried, in the form of traditional savouries or cakes.
Once again, for anyone who has to eat out a good option is soup. Then, share a portion with a colleague, to control the intake of calories and go for the healthiest options on the menu: grilled fish or meat with boiled vegetables or salad. Avoid fried foods, including tempting chips, and foods with fat-filled sauces. To drink, choose water, a natural juice, a small beer or a small glass of red wine. Keep away from carbonated soft drinks.

Os Antioxidantes Licopeno e Betacaroteno \\ The Antioxidants Lycopene and Beta-Carotene

PUB

O licopeno é um antioxidante que ajuda a prevenir e a reparar os danos provocados nas células pelos radicais livres. Há estudos que referem que o consumo regular de licopeno reduz a incidência de alguns tumores viscerais e diminui a probabilidade de se sofrer de cancro da próstata e do pulmão (Dr.ª Lisa Hark e Dr. Darwin Deen).

O betacaroteno é outro antioxidante que inibe os radicais livres (o que também previne o envelhecimento). Este pigmento carotenoide antioxidante é um percursor da vitamina A, também chamado pró-vitamina A, beneficia a visão noturna, dá elasticidade à pele, fortalece as unhas, aumenta o brilho do cabelo, aumenta a imunidade, atua no metabolismo das gorduras e ajuda ao bronzeamento da pele, assim também protegendo a pele dos nocivos raios ultravioleta.

O betacaroteno e o licopeno são transportados pelo sangue através de lipoproteínas, principalmente a LDL. Toda a gente reconhece estas iniciais e associa-as de imediato ao famigerado colesterol. Na verdade, a principal função da lipoproteína LDL é fornecer colesterol às células, mas ao mesmo tempo também fornece licopeno e betacaroteno.

A melhor fonte alimentar de licopeno é o tomate, mas todos os vegetais de cor vermelha possuem licopeno, como a papaia, a melancia, a goiaba, a cereja, pimento vermelho, o rabanete e o morango. O tomate é pouco calórico e muito antioxidante, e quanto maior for a concentração de tomate num prato, maior o teor de licopeno e os seus benefícios. É importante saber que o tomate cozinhado tem mais licopeno do que o cru e que uma pouco de gordura associada ao tomate, como o azeite, promove um maior aproveitamento do licopeno pelo organismo, precisamente porque este é transportado por uma lipoproteína. A massa de tomate, concentrado de tomate, molho de tomate e a conserva de tomate são excelentes fontes deste antioxidante, baratas e acessíveis.

Quanto ao betacaroteno, tal como o licopeno é um carotenoide, ou seja, o pigmento orgânico que dá a cor aos vegetais e que pertence aos fitonutrientes. As verduras em que está mais abundantemente disponível são os de cor vermelha, laranja e amarela, como a cenoura, abóbora, manga, papaia, alperce, beterraba e batata-doce. O betacaroteno também se encontra em menor quantidade em hortaliças como o espinafre, agrião, a couve, o repolho e os brócolos.

Lycopene is an antioxidant that helps prevent and repair damage caused in cells by free radicals. Studies have shown that the regular intake of lycopene reduces the incidence of some visceral tumours and reduces the probability of suffering from prostate cancer or lung cancer (Dr. Lisa Hark and Dr. Darwin Deen).

Beta-carotene is another antioxidant that inhibits free radicals (which also prevents ageing). This antioxidant carotenoid pigment is a precursor of vitamin A, also known as provitamin A, aids night vision, increases the skin's elasticity, strengthens nails, makes hair glossier, strengthens immunity, acts on the metabolism of fats and helps the skin to tan, thus also protecting the skin from harmful ultraviolet rays.

Beta-carotene and lycopene are transported by the blood through lipoproteins, and in particular by LDL. Everyone recognises these three initials and immediately associates them with the notorious cholesterol. In truth, the main function of the lipoprotein LDL is to supply cholesterol to cells, but at the same time to also supply lycopene and beta-carotene. The best food source of lycopene is the tomato, but every red fruit and vegetable contains lycopene, including the papaya, watermelon, guava, cherry, red pepper, radish and strawberry. The tomato is low in calories and highly antioxidant, and the more concentrated the tomato in a dish, the greater its lycopene content and its benefits. It is important to know that cooked tomato has more lycopene than raw tomato and a little fat served with the tomato, such as olive oil, promotes the better use of the lycopene by the body, precisely because this is transported by a lipoprotein. Tomato paste, tomato concentrate, tomato sauce and canned tomatoes are excellent, inexpensive and affordable sources of this antioxidant.

As for beta-carotene, just as lycopene it is a carotenoid, that is to say the organic pigment that gives the colour to plants and which belongs to the phytonutrients. The fruit and vegetables in which it is most abundant are those that are red, orange and yellow in colour, such as the carrot, pumpkin, mango, papaya, apricot, beetroot and sweet potato. Beta-carotene is also found in lesser amounts in greens, such as spinach, watercress, cabbage, kale and broccoli.

O betacaroteno protege a pele e auxilia no bronzeamento, porque depois de ser transformado em vitamina A pelo nosso organismo este antioxidante ajuda na formação de melanina, o pigmento que dá a cor morena à pele e que é o responsável por nos proteger dos raios UV e das queimaduras solares.

Tanto o licopeno como o betacaroteno são seguros, mas o betacaroteno em excesso pode dar uma coloração ligeiramente amarelada à pele, que termina quando se diminui o consumo de alimentos ricos neste carotenoide.

Beta-carotene protects the skin and promotes tanning, because after being transformed into vitamin A by our body this antioxidant helps in the formation of melanin, the pigment that gives the brown colour to the skin and which is responsible for protecting us from UV rays and sunburn.

Both lycopene and beta-carotene are safe, but beta-carotene in excess can give a slightly yellowish colouration to the skin, which disappears when the intake of foods rich in this carotenoid is reduced.

OS RADICAIS LIVRES

Produzidos pelas células durante as funções normais do organismo, durante o processo de combustão por oxigénio, como a respiração, os radicais livres são usados para converter os nutrientes dos alimentos absorvidos em energia, mas ao mesmo tempo podem danificar as células saudáveis do nosso corpo através de um processo que se chama oxidação. É por isso que todos possuímos enzimas protetoras que reparam quase todos os danos provocados por esta oxidação. O nosso organismo, através do metabolismo, consegue controlar os níveis de radicais livres, mas o estilo de vida sedentário, a poluição do ambiente, o *stress*, o hábito de fumar, a má alimentação com excesso de consumo de carnes e gorduras e os aditivos e conservantes alimentares podem aumentar os níveis de radicais livres. A Natureza colocou à nossa disposição alimentos com funções antioxidantes, que nos ajudam a combater estes responsáveis pelo envelhecimento, na forma de vegetais, desde os legumes às frutas. A vitamina C, E, betacaroteno e licopeno são alguns antioxidantes.

FREE RADICALS

Produced by cells during the body's normal functioning, during the oxygen combustion process, such as breathing, free radicals are used to convert the nutrients of foods absorbed in energy, but at the same time can damage the healthy cells of our body through a process known as oxidation. For this reason we all have protective enzymes that repair almost all of the damage caused by this oxidation. Our body, through the metabolism, manages to control the levels of free radicals, but sedentary lifestyles, environmental pollution, stress, the habit of smoking, bad diet with excess intake of meats and fats and food additives and preservatives can increase the levels of free radicals. Nature has placed foods with antioxidant properties at our disposal, which help us to combat these things responsible for ageing, in the form of plants, from vegetables to fruits. Vitamins C and E, beta-carotene and lycopene are some antioxidants.

Contactos \\ Contacts:
+351 21 458 85 00
www.clinicadotempo.com

BLOODY MARY

You can drink natural tomato juice, which tastes very similar to the cocktail Bloody Mary, but without the addition of alcohol.

For anyone who feels like a healthier alcoholic drink at a party, this is a delicious option, rich in lycopene and vitamin C.

- 2 teaspoons lemon juice
- 2 coffee-spoons Worcestershire sauce
- 500 ml tomato juice (can be tomato concentrate)
- 8 drops of Tabasco sauce (chilli sauce)
- Black pepper to taste
- 2 shots of vodka
- Ice
- Salt to taste and a celery stalk or chives

Mix the ingredients together in a glass, before adding the tomato juice. Once mixed, add the tomato juice and the ice and mix. Garnish with a celery stalk or chives.

BLOODY MARY

Pode beber o sumo de tomate natural, que é em tudo semelhante ao *cocktail* Bloody Mary, mas sem a adição do álcool.

Para quem quer uma bebida alcoólica mais saudável numa festa, esta é uma opção saborosa, rica em licopeno e vitamina C.

- 2 colheres de chá de sumo de limão
- 2 colheres de café de molho inglês
- 500 ml de sumo de tomate (ou concentrado de tomate)
- 8 gotas de tabasco (molho de pimenta)
- Pimenta preta a gosto
- 2 doses de vodka
- Gelo
- Sal a gosto e uma tira de aipo ou cebolinho

Misturar todos os ingredientes num copo, menos o tomate. Depois de misturar tudo acrescentar o sumo de tomate, gelo e mexer. Decorar com a tira de aipo ou o cebolinho.

SUPREME FLAVOURS

CONSERVATORY

Festim de Sabores \\ Feast of Flavours

TEXTO TEXT ESTELA ATAÍDE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1, 2, 3 © BLAINEY NORTH; 4, 5, 6 © CROWN MELBOURNE

Na cosmopolita Melbourne, um deslumbrante restaurante *buffet* reúne em si sabores dos quatro cantos do mundo, apresentando-se como um palco exclusivo para experiências gastronómicas únicas.

Situado no luxuoso hotel Crown Towers, o Conservatory é flanqueado em cada extremidade por enormes janelas que se debruçam sobre o rio Yarra, gozando de uma atmosfera leve e arejada onde os apontamentos em verde e vermelho irrompem pela pureza dos pisos em mármore e das superfícies espelhadas.

In cosmopolitan Melbourne, an astounding *buffet* restaurant brings together flavours from the four corners of the world, presenting itself as an exclusive venue for unique gastronomic experiences.

Located within the luxurious Crown Towers hotel, the Conservatory is flanked at each end by huge windows, which are perched above the River Yarra, and enjoys a light and airy atmosphere where green and red details erupt from the purity of the marble flooring and mirrored surfaces.

Assinada pela arquiteta e *designer* de interiores australiana Blainey North, a decoração intemporal com detalhes *art déco* transporta os convidados para Londres, Xangai ou Nova Iorque, para uma época em que os materiais eram minuciosamente escolhidos e os edifícios e os seus interiores eram desenhados para durar.

Lembrando também tempos em que o contacto humano era mais valorizado, a cozinha aberta do Conservatory, conduzida pela *chef de cuisine* Joanne Bainbridge, permite uma constante interação entre a equipa e os convidados, que podem admirar os *chefs* enquanto estes compõem os seus pratos favoritos e mesmo pedir aquele assado especial da maneira que o preferem.

Preparando com expectativa os sentidos para o festival de sabores que se avizinha, os convidados podem assistir em primeira fila enquanto o *staff* confeciona fresquíssimo *sushi* e *sashimi*, apetitosas pastas e mesmo deliciosos pratos típicos indianos feitos no tradicional forno *tandoor*. No final da refeição, o balcão de sobremesas é um deleite para crianças e adultos, prometendo inebriar todos os palatos e fechar com chave de ouro uma experiência sensorial inesquecível.

No Conservatory os convidados podem assistir em primeira fila à confeção das refeições \\ *At the Conservatory guests get a front-row view as meals are prepared*

Designed by Australian architect and interior designer Blainey North, the timeless décor with *art déco* details whisks guests off to London, Shanghai or New York, to an era in which materials were painstakingly chosen and buildings and their interiors were designed to last.

Also recalling times in which human contact was more valued, the open kitchen of the Conservatory, headed by *chef de cuisine* Joanne Bainbridge, ensures the constant interaction between the team and the guests, who can admire the *chefs* while they prepare their favourite dishes and even ask for that special roast to be cooked the way they like it.

Preparing the senses for the festival flavours that is approaching, guests enjoy a front-row view while the staff freshly prepares sushi and sashimi, yummy pastas and also delicious typical Indian dishes made in the traditional *tandoor* oven. At the end of the meal, the dessert counter is a delight for children and adults, promising to exhilarate any palate and to end an unforgettable sensory experience on a golden high.

SUPREME FLAVOURS

JOÃO CARLOS SILVA

O *Chef* das Ilhas do Meio do Mundo
The Island *Chef* at the Centre of the World

TEXTO TEXT ANDREIA BARROS FERREIRA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY MANUEL TEIXEIRA

É conhecido por apresentar um programa de culinária num cenário invulgar: uma roça, no paraíso ainda desconhecido que é São Tomé e Príncipe. «Um caos com pernas», como se apelida, João Carlos Silva vê a culinária e a gastronomia São Tomense de uma forma muito sua, apresentando-o desprovida de contemporaneidades, mas repleta de sabores improváveis e cheios de carácter. Acredita que o seu país pode ser transformado num laboratório de sabores do Atlântico.

He is known for presenting a cookery programme in an unusual setting: a small farm in the yet unknown paradise of São Tomé and Príncipe. «A chaos on legs» as he refers to himself, João Carlos Silva sees São Tomé's *cuisine* and gastronomy from a very personal standpoint, presenting it devoid of contemporary influences, but packed with unlikely and full of character flavours. He believes that his country can be transformed into a flavour laboratory of the Atlantic.

«Eu sou um caos com pernas», diz, entre risos, João Carlos Silva, o cozinheiro conhecido por conduzir um programa de televisão numa roça, no paraíso chamado São Tomé e Príncipe. Inquieto, bem-disposto e apaixonado por culinária, é na sua roça com vista para a floresta e para o mar que vai criando pratos de origem São Tomense, mas com influências de todo o mundo.

Como o ceviche que nos prepara quando nos encontramos com ele em São João dos Angolares, pequena vila do distrito de Caué, em São Tomé e Príncipe. As raízes são peruanas, mas o prato torna-se São Tomense graças às ervas aromáticas que João Carlos Silva usa na sua preparação. Neste caso, para além de lima, há erva mosquito. Outro exemplo é o molho de azeitonas que o *chef* serve na sua roça e que é macerado em baunilha fresca de São Tomé e Príncipe.

A ideia de João Carlos Silva é transformar a Roça de São João num laboratório: «Já fizemos aqui residências artísticas com teatro, dança e música e fizemos o primeiro roça língua, que consistiu no primeiro encontro de escritores de língua portuguesa. Vamos receber o primeiro encontro de cozinheiros do mundo. Vêm *chefs* e gente que gosta de cozinhar, que vem para aprender e partilhar, que traz os ingredientes dos seus países para virem cruzá-los aqui com outros, de outros lugares, nestas ilhas do meio do mundo». A gastronomia tem, portanto, lugar de destaque neste laboratório tropical, que pretende transformar novamente São Tomé e Príncipe num laboratório do Atlântico. «A Claudio Corallo faz alguns dos melhores chocolates do mundo com cacau de São Tomé. Porque é que não haveremos de trabalhar da mesma forma na pimenta, na baunilha, no peixe seco e nas compotas?», questiona João Carlos Silva.

«I'm chaos on legs,» says a laughing João Carlos Silva, the *chef* known as the face of a television programme in a rural plot in the paradise called São Tomé and Príncipe. Restless, good humoured and passionate about cooking, it is in on his piece of land overlooking the forest and the sea that he creates dishes of São Tomé origin, but with influences taken from around the globe.

Dishes such as *ceviche*, which he prepares for us when we meet up with him in São João dos Angolares, a small town in the district of Caué in São Tomé and Príncipe. Its roots may be Peruvian, but the dish becomes local to São Tomé thanks to herbs that João Carlos Silva uses when preparing it. In this case, in addition to lime, lemon grass. Another example is the olive sauce that the *chef* serves on his farm, soaked with fresh vanilla from São Tomé and Príncipe.

João Carlos Silva's idea is to transform the small farm, known locally as the *Roça de São João*, into a laboratory: «We've held artist residencies here with theatre, dance and music and have held the first *roça língua*, which involved the first meeting of Portuguese speaking writers. We are going to hold the first meeting of world cooks. *Chefs* and people who like to cook are coming; they come to learn and share, bringing ingredients from their countries to combine them with others, from elsewhere, in these islands in the middle of the world.» Gastronomy therefore holds an important place in this tropical laboratory, which aims to once again transform São Tomé and Príncipe into a laboratory of the Atlantic. «Claudio Corallo makes some of the best chocolates in the world with cocoa from São Tomé. Why can't we work the same way with pepper, with vanilla, with dried fish and with jams,» asks João Carlos Silva .

* Château des Jacques (Beaujolais)

* Pierre-Henry Gagey

SUPREME FLAVOURS

LOUIS JADOT

A Borgonha em Estado Puro
Burgundy at its Purest

TEXTO TEXT CAROLINA XAVIER E SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY LOUIS JADOT

A imagem de Baco uniformiza os rótulos desta que é considerada uma das *maisons* mais representativas da diversidade dos *terroirs* da Borgonha. Desde a sua fundação, em 1859 por Louis Henry Denis Jadot, que a casa francesa permaneceu na linhagem Jadot até ter sido vendida, em 1985, à família de Rudy Kopf, importador exclusivo dos vinhos Louis Jadot para os EUA. Há já mais de duas décadas, porém, que é Pierre-Henry Gagey – também responsável pela presidência do Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB), representativa de todos os produtores da região – quem lidera a Louis Jadot, com o imprescindível contributo do reputado enólogo Jacques Lardière.

The image of Bacchus unifies the labels of this *maison*, considered among those that best represent the *terroirs* of Burgundy. Since its foundation, in 1859 by Louis Henry Denis Jadot, the French house remained in the Jadot lineage until it was sold in 1985 to the family of Rudy Kopf, sole importer of Louis Jadot wines to the USA. Yet, for over two decades now, Pierre-Henry Gagey – also responsible for the presidency of the *Bureau Interprofessionel des Vins de Bourgogne* (BIVB), which represents every producer in the region – is the person in charge of Louis Jadot, with the indispensable contribution of renowned oenologist Jacques Lardière.

Detentora de 210 hectares de vinha distribuídos entre Côte D'Or, Mâconnais e Beaujolais, a casa borgonhesa orgulha-se de produzir apenas vinhos *Appellation d'Origine Contrôlée*. Apesar de possuir várias propriedades em diferentes partes da região, é em Beaune que a Louis Jadot reconhece a sua sede, mais precisamente num conjunto de edifícios que relembram a sua origem centenária.

Evocando o respeito que nutre pela terra, já lá vão vinte anos desde que a Louis Jadot decidiu praticamente banir a utilização de produtos sintéticos (como fertilizantes e herbicidas), empenhando a sua paixão na expressão de cada *terroir* e na unicidade de cada parcela (separadamente vinificada). A singularidade das castas, por sinal tão própria da Borgonha, explica que a Louis Jadot utilize exclusivamente Pinot Noir para os seus vinhos tintos, Chardonnay para os brancos e Gamay para os Beaujolais.

Além de produzir alguns dos melhores vinhos de França, desde 1996 que a Louis Jadot tem também uma tanoaria própria em Ladoix-Serrigny, onde é triada a madeira de carvalho oriunda das melhores florestas do país que vai depois moldar-se em barricas no interior das quais amadurecem alguns dos mais puros néctares do coração da Borgonha.

Proprietor of 210 hectares of vineyards, distributed between the Côte D'Or, and the Mâconnais and Beaujolais regions, the Burgundian house is proud to produce nothing but *Appellation d'Origine Contrôlée* wines. In spite of owning several properties in different parts of the region, Louis Jadot sees its home in Beaune, or more precisely in a series of buildings that bring to mind its age-old origins.

Reflecting the respect it nurtures for the earth, it is now 20 years since Louis Jadot decided to practically ban the use of synthetic products (such as fertilisers and herbicides), committing its passion in the expression of each *terroir* and in the individuality of each (separate wine-producing) plot. The uniqueness of the grape varieties, incidentally so particular to Burgundy, explains why Louis Jadot exclusively uses Pinot Noir in its red wines, Chardonnay in its white wines, and Gamay for its Beaujolais.

In addition to producing some of the best wines in France, since 1996 Louis Jadot also has its own tannery in Ladoix-Serrigny, where oak wood sourced from the finest forests in the country is sorted and then shaped into casks, inside of which age some of the purest wines from the heart of Burgundy.

\\SIXTH SENSE

JIMMY CHOO

Lembrando as heroínas de Hitchcock, a atriz Nicole Kidman é a protagonista da campanha outono-inverno da Jimmy Choo, que abrilhanta a próxima temporada com os sedutores óculos de sol *Flash*.
Pela lente do fotógrafo Mikael Jansson, uma Nicole Kidman *sexy* e misteriosa apresenta os óculos decorados com cristais Swarovski inspirados no perfume homónimo da marca.
Entregues num estojo de tecido brilhante, os *Flash* estão disponíveis em quatro cores sofisticadas: *nude* com cristais *nude* e lentes castanhas; preto com cristais pretos e lentes sombreadas a cinzento; azul com cristais pretos e lentes sombreadas a cinzento; preto com cristais prateados e lentes sombreadas a cinzento.

Recalling Hitchcock's heroines, actress Nicole Kidman has the leading role in the autumn-winter campaign for Jimmy Choo, which brightens up the coming season with the alluring *Flash* sunglasses.
Seen through the lens of photographer Mikael Jansson, a sexy and mysterious Nicole Kidman presents the glasses decorated with Swarovski crystals inspired by the brand's perfume of the same name.
Presented in a case covered in glittering fabric, *Flash* sunglasses are available in four sophisticated colours: nude with nude crystals and brown lenses; black with black crystals and grey lenses; blue with black crystals with grey lenses; black with silver crystals and grey lenses.

BAUME & MERCIER

Ultra femininos, os relógios *Hampton Lady* são a mais nova adição à coleção *Hampton* da Baume & Mercier, que assim acolhe dois modelos dedicados a mulheres que apreciam o valor dos detalhes.
Disponível em duas variações – com bracelete em aço com elos centrais revestidos a ouro vermelho de 18 quilates e com bracelete de duas voltas em pele –, o modelo *Hampton Lady* duplica o prazer de usar uma joia tão requintada. Em comum, ambos têm uma caixa em aço polido e acetinado, com uma coroa de corda em ouro vermelho de 18 quilates.

Ultra feminine, the *Hampton Lady* watches represent the latest addition to the *Hampton* collection from Baume & Mercier, which thus welcomes two models dedicated to women who appreciate the value of details.
Available in two versions – with steel bracelet with central bands plated in 18 carat red gold or with a wrap-around leather strap –, the *Hampton Lady* model doubles the pleasure of wearing such a sophisticated piece of jewellery. Both models share a polished / satin-finished case, with an 18 carat red gold crown.

CULT51

Revolucionário, o creme de noite *Cult51* promete reduzir, no espaço de 28 dias, até 52% a aparência de rugas e linhas finas e retardar dramaticamente o processo de envelhecimento.
Repleto de ingredientes cientificamente avançados, o creme *Cult51* contém mais de 51 benefícios anti-envelhecimento que oferecem resultados a longo prazo. Combinados, os melhores ingredientes trabalham com as moléculas da pele para encorajar o crescimento de novas células, promovendo a produção de colagéneo e ácido hialurónico e protegendo a pele do envelhecimento genético.

The revolutionary night cream *Cult51* promises, within the space of 28 days, to reduce the appearance of wrinkles and fine lines by up to 52% and to dramatically slow down the ageing process.
Packed with scientifically advanced ingredients, *Cult51* cream contains more than 51 anti-ageing benefits, which offer long term results. When combined, the finest ingredients work with the skin's molecules to encourage the growth of new cells, promoting the production of collagen and hyaluronic acid, and protecting the skin from genetic ageing.

HERMÈS

Inspirado pelas escamas dos crocodilos do Egito, Pierre Hardy presta homenagem a esta civilização desenhando a linha *Niloticus*, cujas joias excecionais criam uma pele articulada em ouro cor de rosa que se funde com quem a utiliza e responde a cada um dos seus movimentos.
No centro de cada anel, pulseira, colar ou brinco desta coleção, um eixo simétrico sustenta uma série de pedras coloridas (turmalina, iolite, berilo e peridoto), enquanto o ponto de encontro de cada escama é assinalado por um diamante branco.

Inspired by the scales of the Egypt crocodile, Pierre Hardy pays tribute to the Egyptian civilisation by designing the *Niloticus* range, the exceptional jewellery of which creates a flexible pink gold skin that blends with the skin of anyone who wears it and responds to their every movement. In the centre of each ring, bracelet or earring in this collection, a symmetrical axis holds a series of coloured stones (tourmaline, iolite, beryl and peridot), while the joining point of each scale is marked with a white diamond.

CHANEL

Profundamente feminina, a coleção de joalharia *Plume* inclui peças intemporais em ouro branco e ouro amarelo decoradas com diamantes que encarnam a leveza e a suavidade das plumas, um dos símbolos da *maison* Chanel, e acompanham as curvas femininas, iluminando-as com elegância.

Colocadas no decote, envolvendo os dedos e pulsos ou desenhando o contorno de uma orelha, as joias *Plume* são uma interpretação contemporânea do espírito livre e independente de Mademoiselle Chanel, que gostava de dizer que «se nasceu sem asas, não faça nada para impedi-las de crescer».

Deeply feminine, the *Plume* jewellery collection includes timeless pieces in white gold and yellow gold decorated with diamonds that embody the lightness and softness of feathers, one of the symbols of the *maison* Chanel, and accompany feminine curves, illuminating them with elegance.

Placed in the neckline, surrounding the fingers and wrists, or outlining the contour of an ear, the *Plume* pieces of jewellery are a contemporary interpretation of the free and independent spirit of Mademoiselle Chanel, who liked to say that «if you are born without wings, don't do anything to stop them from growing».

hülsta

NEO - uma linha que respira personalidade e integra a mais recente tecnologia num design versátil e inovador. O painel multimédia possui um sistema de som incorporado de alto desempenho, com tecnologia Bluetooth, que possibilita a reprodução de músicas e vídeos a partir de dispositivos externos. Pode assim usufruir com todo o conforto do seu MP3 ou smartphone.
NEO, uma linha que se adapta ao seu estilo de vida. Em exclusivo nas lojas INTERFORMA.

www.interforma.com.pt
facebook.com/interforma.portugal
LINHA AZUL: 808 200 011
2ª a 6ª das 9:00 às 17:00 horas

INTERFORMA
o meu espaço

LISBOA - ALGARVE - BRAGA - PORTO - STA. MARIA DA FEIRA

LOJA DAS MEIAS

A Arte do Saber Coser
The Art of Knowing How to Sew

Qualidade, inovação, modernidade e exclusividade é o que define a Loja das Meias, uma marca com mais de 100 anos que continua a ser uma referência no mundo da moda. Pedro Costa e filhos são os rostos do sucesso da Loja das Meias, que continua a apostar no serviço de alfaiataria para que cada fato e cada camisa sejam criados especialmente à medida de cada cliente, resultando em peças únicas e de qualidade exemplar.

Quality, innovation, modernity and exclusiveness are what define Loja das Meias, a brand more than 100 years old, which remains a landmark in the world of fashion. Pedro Costa and sons are the faces behind the success of Loja das Meias, which continues to focus on its tailoring service to ensure that every suit and every shirt is specially made to measure for every customer, resulting in unique pieces of exemplary quality.

TEXTO TEXT ANDREIA BARROS FERREIRA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ANDRÉ SANTOS; 2, 3, 9 © LOJA DAS MEIAS

Sempre que surge na Loja das Meias um cliente com um corpo chamado de difícil, que foge aos padrões do pronto-a-vestir, Paulo Camacho, alfaiate, é chamado para lhe tirar as medidas. O processo é quase sempre o mesmo: depois de apontadas as medidas, o fato ou a camisa são alinhavados, passadas duas semanas é feita a prova e, por fim, mais uma ou duas semanas decorridas, o fato é entregue. Se o cliente estiver com pressa ou se for um estrangeiro de passagem por Portugal, com limitações de tempo, estes prazos são encurtados.

Whenever a customer with a so-called «difficult» body turns up at Loja das Meias, someone who is outside the standard ready to wear sizes, Paulo Camacho, tailor, is called to take the customer's measurements. The process is almost always the same: after the measurements are written down, the suit or shirt is tacked and after two weeks the customer comes for a fitting and then finally, after a further two weeks, the suit or shirt is ready. If the customer is in a hurry or if he is a foreigner passing through Portugal, within limitations, these timescales can be reduced.

O serviço de alfaiataria na Loja das Meias tem quase 30 anos. Começou por ser feito em parceria com uma empresa italiana, que recebia as medidas fornecidas por funcionários da Lojas das Meias, devolvendo fatos feitos à medida impecavelmente cortados. «Foi um sucesso», lembra Pedro Costa, proprietário da marca. Mais tarde, abre em Portugal a Criações do Homem, uma fábrica que seguia os mesmos padrões dos italianos e com quem a Loja das Meias começou a colaborar. Até hoje. «Sempre com plena satisfação», assegura Pedro Costa. Todos os fatos por medida são feitos a partir de uma seleção de tecidos. As marcas inglesas mas sobretudo as italianas são as dominantes e as que, segundo Pedro Costa, têm mais qualidade.

Loja das Meias has had a tailoring service for almost 30 years. When it began it was done in partnership with an Italian company, which was supplied the measurements by Loja das Meias staff, before returning impeccably cut made to measure suits. «It was a success,» recalls Pedro Costa, the brand's owner. Later on, Criações do Homem, a factory adhering to the same standards as the Italians, opened in Portugal, and Loja das Meias began working with it. And it still does. «Always with the greatest satisfaction,» Pedro Costa assures us. Every made to measure suit is made from a selection of fabrics. English brands, but in particular Italian ones are the most popular and those which have the greatest quality, according to Pedro Costa.

Esta relação da Loja das Meias com a qualidade não começou apenas com o surgimento do serviço de alfaiataria; existe desde que a loja abriu as portas, em 1905, há mais de 100 anos, na esquina do Rossio com a Rua Augusta, em pleno coração de Lisboa. Começou por vender somente meias e espartilhos, mas com o passar do tempo foi expandindo o negócio até se ter transformado numa referência incontornável do mundo da moda, com pronto-a--vestir, fatos e outras peças por medida, para homem e senhora (nos anos 1960 chegam à Loja das Meias grandes marcas como Daniel Hechter, Charles Maudret, Christian Dior e Ted Lapidus, entre outras), sapataria (a secção inicia-se com a venda de sapatos Christian Dior) perfumaria (é criado, em 1960, o primeiro balcão da Estée Lauder em Portugal) e acessórios (carteiras, cintos, bijutaria). A sua qualidade e o atendimento personalizado ao cliente foram atraindo famosos de todo o mundo, como Jean Renoir, Guillermina Suggia e o Barão de Rotschild, mais tarde Marcelo Caetano, Mário Soares e Graça Machel,entre muitos outros.

This relationship that Loja das Meias enjoys with quality didn't only appear with the appearance of the tailoring service; it has existed ever since the store opened its doors in 1905, more than a century ago, on the corner of Rossio Square with the Rua Augusta, in the very heart of Lisbon. It began by selling nothing but socks and corsets, but with the passing of time the business has grown to transform into a unavoidable name in the world of fashion, with ready to wear, suits, and made to measure items for men and women (in the 1960s major labels such as Daniel Hechter, Charles Maudret, Christian Dior and Ted Lapidus, among others, arrived in the store), footwear (the section began with the sale of Christian Dior shoes), perfumes (the first Estée Lauder counter in Portugal was opened here) and accessories (handbags, belts, jewellery). The store's quality and the personalised service offered to customers has attracted famous names from around the world, including Jean Renoir, Guillermina Suggia and Baron Rothschild, and later Marcelo Caetano, Mário Soares and Graça Machel, among many others.

A tradição familiar foi-se mantendo na Loja das Meias e será certamente um dos motivos para o seu sucesso. «Foi o meu avô que fundou a loja. O meu pai deu-lhe continuidade e eu segui-lhe as passadas», conta Pedro Costa. «Trabalho na Loja das Meias praticamente desde que nasci. Tinha 10 ou 12 anos e nas férias grandes, na Páscoa e no Natal vinha para a loja ajudar o meu pai», acrescenta Pedro Costa. Foi com Pedro Costa que a Loja das Meias passou por algumas das suas grandes revoluções. Com ele, chegou à Loja das Meias o pronto-a-vestir feminino e as calças Levi's. «Eram tempos glamorosos».

Hoje, a busca por novidades continua a ser uma constante na Loja das Meias. Pedro Costa e os filhos continuam a viajar sempre na ânsia de trazer para a Loja das Meias os produtos com mais qualidade e mais modernos do mercado. Fazem-no por amor. «Hoje de manhã uma senhora encontrou-me na loja e perguntou-me: Sr. Pedro, ainda está aqui? Ainda trabalha? Eu respondi-lhe: eu não trabalho; faço o que gosto, e o que gosto é de estar aqui, continuar a viajar, continuar a comprar e continuar a vender», conta, feliz, Pedro Costa.

The family tradition has been kept up at Loja das Meias and is certainly one of the reasons for its success. «It was my grandfather who founded the store. My father gave it continuity and I have followed in his footsteps,» Pedro Costa explains. «I have been working at Loja das Meias practically since I was born. When I was ten or 12 in the summer holidays, at Easter and at Christmas, I would come and help my dad in the store,» Pedro Costa adds. It was through Pedro Costa that the Loja das Meias went through some its greatest changes. He was responsible for introducing women's ready to wear and Levi's jeans to the Loja das Meias. «They were glamorous times.»

Today, the quest for new items remains a constant at Loja das Meias. Pedro Costa and his sons continue to travel, always eager to bring back the market's most modern products of the finest quality. They do it out of love. «This morning a lady came up to me in the store and asked: 'Senhor Pedro, are you still here? Are you still working? I replied to her: 'I don't work, I do what I like and what I like is to be here, to keep on travelling, to keep on buying and to keep on selling,» Pedro Costa happily tells us.

\\QUINTESSENCE

A. LANGE & SÖHNE

Símbolo clássico de elegância, o preto está intrinsecamente associado a momentos marcantes, desde o revolucionário quadro *avant-garde Black Square on a White Ground*, de Kazimir Malevich, ao *little black dress* de Coco Chanel, que agitou a moda.
Da mesma forma, os relógios A. Lange & Söhne recorrem ao negro profundo para, em combinação com indicadores luminosos, criar um agradável contraste. *Grand Lange 1, Datograph Up/Down, Grand Lange 1 «Lumen»*, *Lange Zeitwerk* e *Lange Zeitwerk «Luminous»* são os cinco modelos *Black Magic* que revelam as várias fascinantes facetas da mais escura de todas as cores.

Classic symbol of elegance, black is intrinsically linked to important moments, from the revolutionary *avant-garde* painting *Black Square on a White Ground*, by Kazimir Malevich, to the 'little black dress' by Coco Chanel, which shook the fashion world.
In this same sense, A. Lange & Söhne uses black, in combination with light hands, to create a pleasant contrast. *Grand Lange 1, Datograph Up/Down, Grand Lange 1 «Lumen»*, *Lange Zeitwerk* and *Lange Zeitwerk «Luminous»* are the five models in the Black Magic range, revealing the various fascinating facets of the darkest of all colours.

GOÛT DE DIAMANTS

Delicadamente fresco, o «sabor a diamantes» deste exclusivo do Goût de Diamants já conquistou o mundo, sendo o champanhe oficial de eventos requintados como a festa de encerramento dos Jogos Olímpicos 2012, a abertura da London Fashion Week 2012 e eventos oficiais da F1.

Produzido em Chapuy, uma vinha de família situada na aldeia francesa de Oger, este luxuoso champanhe está disponível nas versões *Brut Diamond*, *Rosé Exquisite*, *Blanc de Blancs Diamond* e *Vintage Diamond*, cada uma delas um deleite para os sentidos.

Decorada com metais preciosos, incluindo ouro branco, e um diamante 19 quilates, a garrafa do Goût de Diamants foi recentemente considerada a mais cara do mundo, atingindo um valor de 1,8 milhões de dólares.

Delicately fresh, the «taste of diamonds» of this exclusive Goût de Diamants has already conquered the world, as the official champagne of sophisticated events such as the closing celebrations of the 2012 Olympic Games, the opening of London Fashion Week 2012 and official F1 events.

Produced in Chapuy, a family run vineyard located in the French village of Oger, this luxury champagne is available in *Brut Diamond*, *Rosé Exquisite*, *Blanc de Blancs Diamond* and *Vintage Diamond* versions, each of which is a delight to the senses.

Decorated with precious metals, including white gold, and a 19 carat diamond, the Goût de Diamants bottle was recently considered the most expensive in the world, reaching a value of 1.8 million US dollars.

DAVIDOFF

Davidoff Nicaragua é a nova linha de charutos nicaraguenses da Davidoff Cigars, que assim expande a sua oferta aos aficionados destes produtos.
Procurando uma mistura que entusiasmasse tanto os amantes de sabores amargos como doces, a equipa da Davidoff encontrou nas regiões de Esteli, Condega, Jalapa e Ometepe, na Nicarágua, a combinação certa das melhores folhas.
Disponíveis nos formatos *Toro, Robusto* e *Short Corona*, os charutos *Davidoff Nicaragua* combinam o requinte Davidoff com a intensidade intrigante do tabaco da Nicarágua, proporcionando uma experiência sofisticada.

Davidoff Nicaragua is the new range of Nicaraguan cigars from Davidoff Cigars, which thus expands its selection to fans of these products.
Striving for a blend that thrills lovers of sour flavours as much lovers of sweet ones, the Davidoff team found the right combination of the finest leaves in the regions of Esteli, Condega, Jalapa and Ometepe.
Available in *Toro, Robusto* and *Short Corona* formats the *Davidoff Nicaragua* cigars combine Davidoff refinement with the intriguing intensity of tobacco from Nicaragua, producing a sophisticated experience.

KARL LAGERFELD

Malas de viagem e outros acessórios em pele são o complemento ideal para elevar o efeito estético da coleção *ready to wear* de Karl Lagerfeld, desenhada para um consumidor consciente das suas opções.
Composta por peças cuidadosamente produzidas nos mais ricos materiais, a linha de acessórios 2013 reflete o espírito cosmopolita do estilista e o seu icónico sentido de estilo, propondo itens sofisticados que dão o toque final perfeito a qualquer *look*.

Suitcases and other leather accessories are the ideal complement to add to the aesthetic allure of the ready to wear collection by Karl Lagerfeld, designed for a savvy consumer. Comprised of pieces carefully produced in the finest of materials, the 2013 range of accessories reflects the cosmopolitan spirit of the fashion designer and his iconic sense of style, offering sophisticated items that add the final touch to any look.

HASSELBLAD

Depois de Neil Armstrong ter utilizado a legendária *Hasselblad 500EL* para tirar as primeiras fotografias na Lua, a icónica marca lançou o seu próprio programa lunar.
Depois de mais de meio século a criar máquinas fotográficas para os melhores fotógrafos profissionais, a Hasselblad lançou a *Lunar*, uma luxuosa máquina topo de gama de *design* italiano. Recuperando o charme intemporal da *500C*, a marca sueca criou uma máquina de *look* retro que permite ao cliente escolher o acabamento que mais lhe agradar, entre fibra de carbono e titânio, madeira mogno e cobre, madeira e titânio, couro preto e titânio e couro castanho e titânio.

After Neil Armstrong used the legendary *Hasselblad 500EL* to take the first pictures on the moon, the iconic brand has launched its own lunar programme.
After more than half a century creating cameras for the best professional photographers, Hasselblad has launched *Lunar*, a luxurious top of the range camera featuring Italian design. Reworking the timeless charm of the *500C*, the Swedish brand has created a retro look camera, which allows the client to choose the finish they like best, between carbon fibre and titanium, mahogany and copper, wood and titanium, black letter and titanium and brown leather and titanium.

BMW PININFARINA GRAN LUSSO COUPÉ

Elegância Consumada \\ Consummate Elegance

TEXTO TEXT ESTELA ATAÍDE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY BMW GROUP

Apresentado no Concorso *d'Eleganza Villa d'Este 2013*, uma competição italiana de modelos clássicos e *vintage*, o *BMW Pininfarina Gran Lusso Coupé* é o resultado da primeira colaboração entre a BMW e a Pininfarina.

Símbolos indiscutíveis de tecnologia de ponta, estilo, dinâmica e estética, o fabricante alemão e o estúdio italiano uniram-se para criar um automóvel sedutor que acrescenta uma nova dimensão ao conceito de exclusividade. Exemplar único, o *BMW Pininfarina Gran Lusso Coupé* representa a singular interpretação por parte da Pininfarina de um luxuoso *BMW Coupé*, na qual os valores BMW de tecnologia, dinamismo e precisão surgem complementados pela arte habilidosa da Pininfarina, criando-se assim um automóvel incontornavelmente imponente.

A silhueta poderosa materializa-se no potente motor V12 e em interiores contemporâneos e elegantes, cujos materiais exclusivos refletem a personalidade única do *BMW Pininfarina Gran Lusso Coupé*.

Unveiled at the Concorso *d'Eleganza Villa d'Este 2013*, an Italian classic and vintage car competition, the *BMW Pininfarina Gran Lusso Coupé* is the result of the first ever collaboration between BMW and Pininfarina.

Undeniable symbols of cutting edge technology, style, dynamics and aesthetics, the German manufacturer and the Italian design studio have joined forces to create an alluring vehicle that adds a new dimension to the concept of exclusiveness. The only one of its kind, the *BMW Pininfarina Gran Lusso Coupé* represents Pininfarina's unique interpretation of a luxurious *BMW Coupé*, in which BMW's values of technology, dynamism and precision are seen complemented by the skilful art of Pininfarina, thus creating an unquestionably impressive car.

The powerful silhouette is given form in the powerful V12 engine and in contemporary and elegant interiors, the exclusive materials of which reflect the unique personality of the *BMW Pininfarina Gran Lusso Coupé*.

ASTON MARTIN VANQUISH VOLANTE

Descapotável de Luxo \\ Luxury Convertible

TEXTO TEXT ESTELA ATAÍDE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY ASTON MARTIN

No ano em que celebra o seu centésimo aniversário, a Aston Martin apresenta o *Vanquish Volante*, o primeiro automóvel produzido pela marca britânica com carroçaria totalmente em fibra de carbono.

Equipado com uma capota super leve que recolhe em apenas 14 segundos, o novo desportivo de luxo da Aston Martin traz para a classe *super GT* a emoção incomparável de conduzir um descapotável.

Com todos os recursos de *design*, engenharia e técnicos do *Vanquish Coupé*, o novo modelo torna a experiência de condução ainda mais requintada. Retendo o caráter dinâmico e a capacidade desportiva do *coupé*, o *Vanquish Volante* conta com o mesmo motor AM11 6.0 litros V12 e a mesma prestação surpreendente que lhe permite atingir os 100 km/h em meros 4,1 segundos e alcançar uma velocidade máxima de 295 km/h.

Com chegada ao mercado prevista para antes do final do ano, o novo *Aston Martin Vanquish Volante* apresenta-se como o descapotável supremo, dono de uma combinação única de estilo, *performance* e condução entusiasmante.

In the year in which it celebrates its one hundredth anniversary, Aston Martin presents the *Vanquish Volante*, the first vehicle produced by the British make with bodywork made entirely out of carbon fibre.

Fitted with a lightweight roof that takes just 14 seconds to fold back, the new luxury sports car from Aston Martin brings the incomparable thrill of driving a convertible to the super GT class.

Using the design, engineering and technical resources of the *Vanquish Coupé* to the full, the new model makes the driving experience even more sophisticated. Retaining the dynamic character and the sporting ability of the coupé, the *Vanquish Volante* features the same AM11 6.0-litre V12 engine and the same amazing performance that enables it to accelerate to 100 km/h in just 4.1 seconds and to reach a top speed of 295 km/h.

With its market launch planned before the end of the year, the new *Aston Martin Vanquish Volante* is revealed as a supreme convertible, blessed with a unique combination of style, performance and exhilarating driving.

LUXURY & STYLE

FERRETTI 960

Divinas Proporções \\ Divine Proportions

TEXTO TEXT CAROLINA XAVIER E SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY ALBERTO COCCHI

Digno sucessor do *Ferretti 881*, o novo *960* acaba de ser orgulhosamente apresentado como o maior iate até hoje desenhado e construído pela prestigiada marca italiana. Apesar dos seus 29,2 metros de comprimento total, os 23,98 metros de comprimento do seu casco fazem deste novo modelo uma embarcação de recreio, não sendo a presença de um capitão profissional um imprescindível requisito.

O *design* exterior assumidamente desportivo do *960* é marcado pelo vidro que trespassa o convés principal e que vem inundar a área de estar e de jantar, a cozinha e a suíte *master* de uma incrível luminosidade. O *deck* inferior é constituído por quatro suítes para convidados e três cabines para a tripulação, cujos acessos foram devidamente pensados para garantir a total privacidade do proprietário e dos seus hóspedes. Dotado de áreas de lazer que se dividem pelos três conveses, o novo iate da Ferretti distingue-se ainda pela sua espaçosa garagem e por estar disponível em três versões diferentes, atingindo a mais potente uma velocidade máxima de 31 nós.

The worthy successor of the *Ferretti 881*, the new *960* has just been proudly presented as the largest yacht thus far designed and built by the prestigious Italian builder.

In spite of its total length of 29.2 metres, its hull measuring 23.98 metres in length make a private pleasure craft of this model, ensuring the presence of a professional captain is not a prerequisite.

The markedly sporty exterior design of the *960* is highlighted by the glass passing along the main deck and which floods the living and dining areas, the kitchen and the master suite with an incredible luminosity. The lower deck comprises four guest suites and three cabins for crew, access to which has been designed to ensure the total privacy of the owner and of the guests. Featuring leisure areas that are distributed throughout the three decks, the new yacht from Ferretti also stands out for its spacious garage and for being available in three different versions, while achieving at its most powerful a top speed of 31 knots.

\\SPORT SHOTS

HUBLOT POLO CUP ASCONA 2013

Ascona, na Suíça, foi o palco da edição deste ano da Hublot Polo Cup, que decorreu entre 12 e 14 de julho no luxuoso destino com vista para o Lago Maggiore, famoso pelos seus hotéis sofisticados e *villas* magníficas.
A Team Styger & Partner Wealth Management foi a grande vencedora do torneio, tendo cada um dos vencedores sido presenteado pela Hublot com um *Chukker Bang*, um relógio *Big Bang* cuja inspiração é o próprio mundo do polo.
Além da competição, a Hublot Polo Cup Ascona 2013 contou com uma parada de cavalos e jogadores pela cidade e algumas festas temáticas, que atraíram centenas de personalidades.

Ascona, in Switzerland, was the venue for this year's edition of the Hublot Polo Cup, which took place from July 12 to 14 in the luxury destination with views over Lake Maggiore, famous for its sophisticated hotels and stunning villas.
Team Styger & Partner Wealth Management was the major winner of the tournament, with each of the winners presented by Hublot with a *Chukker Bang*, a *Big Bang* watch the inspiration for which is the very world of polo.
In addition to the competition, the Hublot Polo Cup Ascona 2013 featured a parade of horses and players through the city and some themed parties, which attracted hundreds of personalities.

MERCEDES-BENZ VISION GOLF CART

O Open Championship 2013 foi a ocasião escolhida pela Mercedes-Benz para apresentar o *Mercedes-Benz Vision Golf Cart*, um carro de golfe futurista que combina o *design* Mercedes-Benz com a funcionalidade de um carro de golfe.
Com base nas contribuições dadas por centenas de fãs de golfe e de automóveis numa competição internacional lançada no início do ano, o Mercedes-Benz Advanced Design Center desenvolveu um protótipo visionário repleto de recursos inovadores. Alimentado eletricamente por uma bateria continuamente carregada por um módulo solar integrado no tejadilho, o *Mercedes-Benz Vision Golf Cart* é controlado por um *joystick* montado na consola central, onde existe ainda um painel multimédia que inclui uma *docking station* para um *iPad* ou *iPhone* e um interface USB.

The Open Championship 2013 was the occasion chosen by Mercedes-Benz to present the *Mercedes-Benz Vision Golf Cart*, a futuristic golf buggy that combines Mercedes-Benz design with the functionality of a golf cart.
Based on contributions made by hundreds of golf and car fans in an international competition launched at the start of the year, the Mercedes-Benz Advanced Design Center developed a visionary prototype packed with innovative features. Electrically powered via a battery continually charged through a solar module built into the roof, the *Mercedes-Benz Vision Golf Cart* is controlled by a joystick mounted on the central console, where there is also a multimedia panel, which includes a docking station for an *iPad* or an *iPhone* and a USB interface.

FEDEX GOLF CHALLENGE

No dia 27 de julho, a final da 5.ª edição do FedEx Golf Challenge, organizado pelo Grupo Rangel, representante da multinacional FedEx em Portugal, reuniu no Oceânico Victória, em Vilamoura, os 21 melhores jogadores das seis fases de qualificação, que decorreram entre 10 de maio e 12 de julho e nas quais participaram mais de 300 jogadores.
Júlio Magalhães, diretor do Porto Canal, foi o vencedor do FedEx Golf Challenge, sendo seguido no pódio por Luís Figo e Humberto Coelho, no 2.º e 3.º lugares, respetivamente. Graças a esta vitória, Júlio Magalhães será recebido em Inglaterra pelo golfista Ian Poulter para jogar uma volta de campo privada.

On July 27, the final of the 5th edition of the FedEx Golf Challenge, organised by Grupo Rangel, the representative of multinational FedEx in Portugal, brought together at Oceânico Victoria, in Vilamoura, the 21 best players from the six qualifying stages, which were held between May 10 and July 12 and in which more than 300 players took part.
Júlio Magalhães, director of Porto Canal, was the winner of the FedEx Golf Challenge, followed on the podium by Luís Figo and Humberto Coelho, in 2nd and 3rd place respectively. Thanks to this victory, Júlio Magalhães will we be welcomed in England by golfer Ian Poulter to play a private round of golf.

PREMIUM SPORTS

PANERAI CLASSIC YACHTS CHALLENGE

O Apogeu da Vela Clássica
The Peak of Classic Sailing

Homens valentes içam velas, manejam cordas, galgam mastros, numa desigual batalha sujeita aos caprichos do vento e do mar. A linha do horizonte, pintalgada pela alvura das velas, mascara de uma falsa placidez o turbilhão de emoções que se vive no seio do Panerai Classic Yachts Challenge, o principal circuito internacional de vela clássica e *vintage*.

Brave men hoist sails, handle ropes, climb masts, in an unfair battle subject to the vagaries of the wind and of the sea. The line of the horizon, flecked with the white sheen of the sails, masks with a false peacefulness the turmoil of emotions being experienced at the heart of the Panerai Classic Yachts Challenge, the main international classic and vintage sailing circuit.

TEXTO TEXT CAROLINA XAVIER E SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY OFFICINE PANERAI

Longe vai o tempo em que a Panerai, fundada em Florença em 1860 como loja, oficina e escola de relojoaria, fornecia instrumentos de precisão à Marinha italiana, em particular às suas unidades especializadas de mergulho. Apesar da lei relativa ao Segredo Militar ter encoberto os modelos desenvolvidos nesse período até 1997 – ano em que a marca foi adquirida pelo grupo Richemont –, a paixão pelo mar tornou-se desde então indissociável da Panerai.

Talvez por isso, a marca relojoeira que hoje funde *design* italiano e mestria técnica suíça seja, desde 2005, patrocinadora do Panerai Classic Yachts Challenge, atualmente tido como o principal circuito internacional de vela clássica e *vintage*. Cinco anos depois, a marca elegeu como seu embaixador Eilean, um ketch bermudiano construído em 1936 (ano de criação do primeiro relógio Panerai) pelos lendários estaleiros escoceses Fife em Fairlie (Escócia), que adquiriu, restaurou e devolveu orgulhosamente ao mar.

Reunindo barcos *Vintage* (lançados antes de 1950), Clássicos (lançados entre 1950 e 1975) e Espírito de Tradição (de construção recente mas inspirados pelas linhas e *design* do passado) oriundos dos quatro cantos do mundo, o Panerai Classic Yachts Challenge divide-se anualmente (entre abril e setembro) em várias etapas e dois circuitos internacionais – Mediterrâneo e América do Norte – unidos por duas regatas independentes: a Antigua Classic Yacht Regatta (Caraíbas) e a Panerai British Classic Week (Reino Unido).

Many years have passed since Panerai, founded in Florence in 1860 as a watch making shop, workshop and school, supplied precision instruments to the Italian navy, and in particular to its units specialised in diving. Despite laws concerning military secrecy having hidden from view models developed in this period until 1997 – the year in which the brand was purchased by the Richemont group –, passion for the sea has become inextricably linked to Panerai ever since.

It is perhaps because of this that the watchmaker, which today combines Italian design with Swiss technical prowess, has been, since 2005, the sponsor of the Panerai Classic Yachts Challenge, seen today as the main international classic and vintage sailing circuit. Five years later, the brand chose Eilean to be its ambassador, a Bermudan ketch built in 1936 (the year in which the first Penerai watch was made) by the legendary Scottish boat builders Fife, inn Fairlie (Scotland), buying, restoring and proudly returning it to the sea.

Bringing together Vintage boats (launched before 1950), Classic boats (launched between 1950 and 1975) and Spirit of Tradition boats (recently built but inspired by the lines and design of the past) from the four corners of the world, the Panerai Classic Yachts Challenge is split up every year (between April and September) into various stages and two international circuits – Mediterranean and

Ao longo destas emocionantes competições, são centenas, se não milhares, os destemidos comandantes e marinheiros determinados a levar adiante os seus veleiros que, não obstante a categoria em que se insiram, são incontestáveis hinos à história da vela desde os finais do século XIX. A incumbência de domar ventos, mares e o fator 'tempo' é aguçado pela simplicidade dos instrumentos com os quais as gloriosas frotas têm de executar táticas complicadas. Isto, é claro, se quiserem superar as adversidades com que se deparam no decorrer desta desafiante aventura naval.

North American – united by two independent regattas: the Antigua Classic Yacht Regatta (Caribbean) and the Panerai British Classic Week (United Kingdom).

Throughout these thrilling competitions, courageous skippers and sailors in their hundreds if not thousands doggedly drive their sailboats forward, which, regardless of the category to which they belong, are undisputable tributes to the history of sailing since the end of the 19th century. The task of taming winds, seas and the 'time' factor is made all the more complex by the simplicity of the instruments with which these glorious fleets have to carry out complicated tactics. That is, of course, if they want to overcome the adversities with which they are confronted during this challenging naval adventure.

The Spirit of Vanquish.
The Art of Aston Martin.

ASTON MARTIN

Aston Martin Portugal

Porto
Rua Delfim Ferreira, 424
4100-199 Porto
(+351) 226 172 035

Lisboa
Rua António Enes, 21A
1050-023 Lisboa
(+351) 213 147 731

Cascais
Av. 25 de Abril, 101
2750-515 Cascais
(+351) 214 823 312

Vanquish

Consumo para o Aston Martin Vanquish: urbano 21.4l/100km; extra-urbano 10.2l/100km; combinado 14.4 l/100km.
Emissões CO2 335g/km.

FANCOURT

Exuberância Sul-Africana
South African Exuberance

TEXTO TEXT ESTELA ATAÍDE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY THE LEADING HOTELS OF THE WORLD / FANCOURT

Num cenário idílico, tendo como pano de fundo as majestosas Montanhas Outeniqua, o Fancourt é um dos grandes atrativos de George, a maior cidade da Garden Route, um irresistível percurso na costa sudeste da África do Sul.

Ao longo de 613 hectares de deslumbrantes paisagens, Fancourt funde luxo contemporâneo e charme do velho mundo para criar um porto de tranquilidade onde a graciosidade do passado transita harmoniosamente para o presente.

In an idyllic setting, with the majestic Outeniqua Mountains as a backdrop, Fancourt is one of the major attractions of George, the largest city along the Garden Route, an irresistible stretch of the south-eastern coast of South Africa.

Across the 613 hectares of stunning scenery, Fancourt blends contemporary luxury with the old world charm to create a haven of tranquillity where the graciousness of the past is brought harmoniously to the present.

Membro dos *Leading Hotels of the World* e dos *Great Golf Resorts of the World*, este *resort* de golfe de cinco estrelas conta com três campos que figuram no *Top* 20 do país, tendo já acolhido eventos como a President's Cup 2003, a Women's World Cup e o South African Open em 2005 e o Volvo Golf Champions 2012.

Desenhados por Gary Player, os três campos oferecem experiências desportivas excecionais e distintas entre si.

A member of the *Leading Hotels of the World* and of the *Great Golf Resorts of the World*, this five-star golf resort features three courses that figure in the country's top 20, and has always hosted events such as the President's Cup 2003, the Women's World Cup and the South African Cup in 2005 and the Volvo Golf Champions 2012.

Designed by Gary Player, the three courses offer exceptional sports experiences, each different from the next.

Depois de conceber o Outeniqua e o Montagu na década de 1990, Player desenhou o The Links em 2000, definindo-o como «provavelmente o seu maior feito como *designer* de campos de golfe». Indubitavelmente o mais impressionante campo sul-africano, o The Links ocupa a 30.ª posição no *ranking* dos 100 melhores campos fora dos Estados Unidos da *Golf Digest*.

Além dos recursos de golfe, Fancourt disponibiliza instalações para prática de ténis, piscinas interiores e exteriores e percursos para corrida e ciclismo, além de diversos tratamentos de spa e experiências culinárias variadas, acumulando argumentos infindáveis para momentos inesquecíveis.

After designing the Outeniqua and the Montagu in the 1990s, Player designed The Links in 2000, defining it as «probably his greatest feat as a golf course designer». Undoubtedly the most impressive golf course in South Africa, The Links holds place 30 in the ranking of *Golf Digest's* top 100 golf courses outside the USA.

In addition to golf facilities, Fancourt also has amenities for playing tennis, indoor and outdoor swimming pools and trails for running and cycling, besides a choice of spa treatments and varying culinary experiences, with an endless supply of reasons for unforgettable moments.

BMW recomenda Castrol EDGE

BMW ActiveHybrid 7

www.bmw.pt

Pelo prazer de conduzir

A CADA KM QUE PASSA O AMBIENTE AGRADECE.

Levantar o pé não é sinal de desaceleração, é sinal de inteligência. A combinação de tecnologias de poupança de combustível do BMW ActiveHybrid 7, permite-lhe transformar o excesso de energia cinética em eletricidade. O BMW EfficientDynamics atinge assim um novo patamar e enquanto os consumos diminuem, os intervalos de tempo entre reabastecimentos, aumentam. Eis a combinação perfeita entre eficiência e entusiasmo de condução que só o BMW ActiveHybrid 7 lhe consegue proporcionar.

BMW ACTIVE HYBRID 7.

BMW EfficientDynamics

ActiveHybrid 7 | 6,8 l/100 km | 354 cv

Consumo combinado de 6,8 l/100 km. Emissões de CO_2 de 158 g/km.

TNSC Teatro Nacional de São Carlos | A BMW APOIA O TEATRO NACIONAL DE SÃO CARLOS

HUBLOT

HUBLOT

King Power UNICO Gold Carbon
Movimento cronógrafo automático com roda de colunas UNICO, Reserva de marcha de 72 horas.
Manufacturado inteiramente pela Hublot.
Caixa em ouro vermelho 18K com a nova liga: King Gold. Bisel em fibra de carbono.
Bracelete em borracha preta.

BOUTIQUE DOS RELÓGIOS PLUS
Av. da Liberdade, 129 - 213 430 076 - CascaiShopping, 214 607 060
Centro Colombo, 217 122 595 - NorteShopping, 229 559 720

www.hublot.com • twitter.com/hublot • facebook.com/hublot