Villas&Golfe®

Europe Edition

Entrevistas

FRANCISCO RIBEIRO TELLES

FRANCISCO MOITA FLORES

CARLOS GILBERTO MENDES

BRUNO BRÁS

Viagem, PERU

VILLAS&GOLFE INTERNATIONAL CUP

IMAGEM DE CAPA \\ COVER IMAGE HOTEL MANDARIN ORIENTAL RITZ, MADRID

Nº 108 \ Ano 19 \ 20 €

00108
5 607727 063353

BROOKS KOEPKA

TIGER WOODS

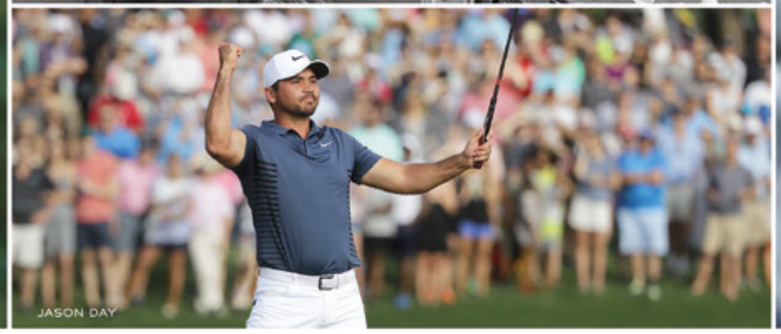
JUSTIN THOMAS

BRYSON DECHAMBEAU

"THE BIG THREE" 1962

HIDEKI MATSUYAMA

JON RAHM


JASON DAY

RICKIE FOWLER

OYSTER PERPETUAL DAY-DATE 40
EM OURO BRANCO DE 18 KT

A ROLEX E O GOLFE

A história entre a Rolex e o golfe começou com os "The Big Three" e perdura há mais de 50 anos. A cada década que passa, o compromisso é fortalecido através do apoio aos campeões nos maiores eventos, ajudando a reescrever os livros de recordes e a elevar a competição. À medida que a modalidade continua a crescer, a Rolex fará parte da história do golfe e dos momentos lendários que inspiram a nova geração de golfistas.

#Perpetual

ROLEX

&DITORIAL

A imobiliária de luxo

«Luxo» é uma palavra utilizada para segmentar. A dificuldade está na utilização da palavra e em mensurar os limites da sua aplicação. Na verdade, o que para uns é luxo, para outros não o é. Se, para uns, é motivo de inveja, para outros, é de admiração, de sonho ou até de ilusão.

Mas o que define a imobiliária de luxo? Será o preço?

Uma casa cara pode não ser uma casa de luxo. Em Portugal, uma casa a partir dos quinhentos mil euros, em tempos, era considerada uma casa de luxo. No entanto, com a valorização do imobiliário e o consecutivo interesse pelo nosso país, a fasquia subiu para um milhão de euros, no mínimo. Se, em alguns países, uma casa pode considerar-se de luxo a partir dos 100 milhões, sendo o céu o limite, em Portugal, os parâmetros são mais modestos. A procura de imóveis de luxo com *location* e exclusividade aumentou significativamente com o aumento do investimento estrangeiro. *Resorts*, moradias e apartamentos de luxo, do Algarve ao Minho, passaram a ser ainda mais procurados pelas grandes fortunas nacionais e estrangeiras, porque outros destinos se evidenciaram, através do *boom* imobiliário, como sejam: Lisboa, Porto, Cascais, Braga, Guimarães, Aveiro, entre tantos outros, que passaram a ter focos de luxo.

Portugal entrou nos olhos do mundo, através do turismo, dos *Golden Visa*, da qualidade de vida, da segurança e do clima, que são factores primordiais para a procura. Ainda que haja mudanças relacionadas com a pandemia do coronavírus, o luxo continua a ser, cada vez mais, espaço, privacidade e segurança. Nesse sentido, vamos assistir a uma procura pelas herdades e quintas, no interior do país e zonas limítrofes das grandes cidades, que serão cada vez mais o luxo. Nesta edição, damos a conhecer alguns projectos e pessoas que trabalham este segmento – o do luxo exclusivo.

A imobiliária de luxo será, cada vez mais, procurada e o mundo não tirará os olhos de Portugal, pelo seu contexto e pela sua qualidade.

Isto é puro e duro...

The luxury real estate

«Luxury» is a word used to segment things. The difficulty lies in using the word and knowing how and when to use it. In actual fact, what might be luxury for some, might not for others. If, for some, it is a cause for envy, for others it is a cause for admiration, for dreaming or even an illusion.

But what defines luxury real estate? Is it the price?

An expensive house might not be a luxury house. In Portugal, a house costing five hundred thousand Euros and above was once considered a luxury house. However, with the increasing value of real estate and the ongoing interest in our country, the bar has risen to at least one million Euros. If, in some countries, a house can be considered luxurious from 100 million on, the sky being the limit, in Portugal, the parameters are more modest. The demand for exclusive luxury properties in prime locations has increased significantly with the increase in foreign investment. Luxury resorts, villas and apartments, from the Algarve to the Minho, have become even more sought after by national and foreign investors, with other locations standing out thanks to the property boom, including: Lisbon, Oporto, Cascais, Braga, Guimarães, Aveiro, among so many others, all of which have become luxury hubs.

Portugal has entered the spotlight of the world, through tourism, Golden Visas, quality of life, security and climate, which are essential when it comes to demand. Although there are changes related to the coronavirus pandemic, luxury remains, and increasingly so, space, privacy and security. As such, we will see a demand for farms and estates, in the country's inland regions and in areas bordering large cities, which will increasingly represent luxury. In this issue, we bring you some projects and people who work in this segment – that of exclusive luxury.

Luxury real estate will increasingly be in demand and the world won't be able to take its eyes off Portugal, thanks to its situation and its quality.

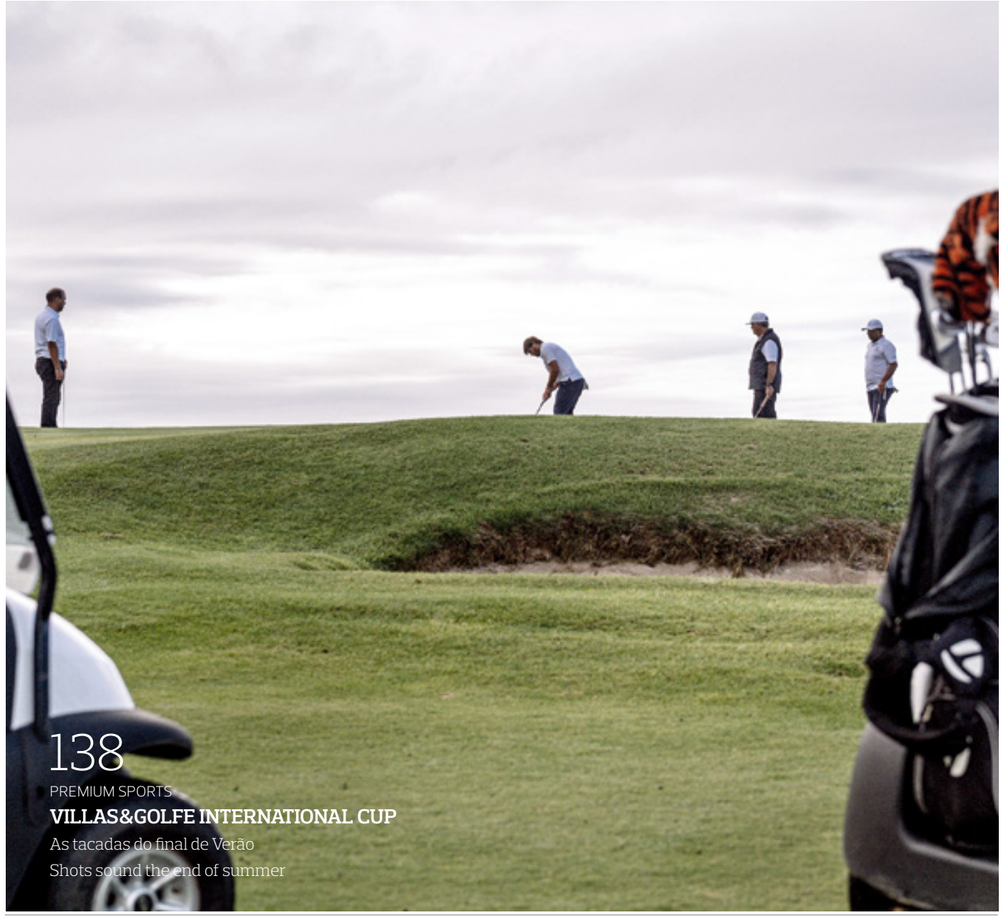
Pure and simple...

PAULO MARTINS

A Villas & Golfe (R) é propriedade da PM Media, Lda. | www.villasegolfe.com | Sede: Rua Dr. Américo Silva, 158, 4480-166 Azurara, Vila do Conde, Porto, Portugal | T: +351 252299010 | Presidente ADM: Paulo Martins | paulomartins@pmmediacorporate.com | Director: José Lopes | Editora: Maria Cruz | mariacruz@pmmediacorporate.com | Redacção: Ana Monteiro; Cristina Freire; Maria Cruz; Maria Pires | Revisão: Ana Monteiro | Tradução: Algarvemedia | Fotografia de Capa: Direitos Reservados | Produção: Adriana Baldaia (coordenação), Paulo Sousa | Relações Públicas: Ana Sofia Monteiro | anasofiamonteiro@pmmediacorporate.com | Dep. Comercial: Hélder Marques | heldermarques@pmmediacorporate.com | Departamento Financeiro: Elisabete Alves | Periodicidade: Trimestral | Impressão: Diagonal| N.º Depósito Legal: 172563/01 | Registo ERC N°123930. | N.º 108 Jul. / Set.

Villas & Golfe (R) 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.

Publicidade e assinaturas: villasegolfe@villasegolfe.com



138
PREMIUM SPORTS
VILLAS&GOLFE INTERNATIONAL CUP
As tacadas do final de Verão
Shots sound the end of summer

12
MAJOR INTERVIEW
FRANCISCO RIBEIRO TELLES
«De futuro, a Língua Portuguesa será...»
«In the future, the Portuguese...»

52
ART & CULTURE
FRANCISCO MOITA FLORES
«A minha vida é um rio infinito de...»
«My life is an endless river of words...»

18
ECONOMY & BUSINESS
BRUNO BRÁS
«O nosso core business é a Hyline»
«Our core business is Hyline»

74
INSPIRING PLACES
PERU
A consagração ao Sol
Worshiping the Sun

46
ART & CULTURE
CARLOS GILBERTO MENDES
«Quero resgatar o que de melhor...»
«I want to reclaim the best we had»

134
LUXURY & STYLE
ASTON MARTIN
Poderoso desportivo de edição limitada
Powerful limited edition sports car

\\NEWS

O AUTOMÓVEL MAIS PURO DO MUNDO CHEGA PELA ROLLS-ROYCE
THE PUREST CAR IN THE WORLD ARRIVES THROUGH ROLLS-ROYCE

A Rolls-Royce acaba de anunciar o *Micro Environment Purification System*, um inovador processo que purifica o ambiente do habitáculo. Os sensores, estrategicamente colocados, usam a tecnologia de filtragem *Nanofleece*, que detecta partículas de carbono e pólen, bem como de vírus e contaminantes bacterianos, que circulam renovando o ar mantendo-o livre de impurezas. A desenvolver este produto, os engenheiros da marca, original de Manchester, no Reino Unido, elevaram a qualidade do ar que circula entre os passageiros para um nível sem precedentes, dando a sensação de se estar perto de uma montanha livre de qualquer poluição. A nova tecnologia chega ao luxuoso *Ghost*, com apresentação marcada para Outubro. Este novo automóvel, que tem por base a estrutura da *Architecture of Luxury*, do *Phantom* e do *Cullinan*, apresenta-se num branco celestial em perfeita harmonia com o seu nome, transmitindo serenidade absoluta.

Rolls-Royce has just announced its *Micro Environment Purification System*, an innovative process that purifies the cabin environment. The strategically placed sensors use *Nanofleece* filtration technology, which detects carbon and pollen particles, as well as viruses and airborne contaminants, which circulate, renewing the air while keeping it free of impurities. In developing this product, the brand's engineers, originally from Manchester, UK, have raised the quality of the air circulating between passengers to unprecedented levels, giving the feeling of being near a mountain free of any pollution. The new technology arrives in the luxurious *Ghost*, scheduled to debut for October. This new car, based on the Architecture of Luxury structure, of the *Phantom* and of the *Cullinan*, is presented in a celestial white in perfect harmony with its name, transmitting absolute serenity.

WONTHER ALARGA RECICLAGEM DE METAIS PRECIOSOS AOS EUA
WONTHER EXTENDS PRECIOUS METAL RECYCLING TO THE USA

A marca portuguesa de joalharia, Wonther, internacionalizou e prolongou, até 31 de Dezembro, a campanha de reciclagem de pratas, naturais ou douradas, e oferece um desconto na compra de novas peças. Após ser certificada pelo *Responsible Jewellery Council*, com a campanha *Love, Give Back, Repeat*, a marca, que vende jóias *online*, quer incentivar a reciclagem e a reutilização de metais preciosos, alertando para o impacto ambiental da indústria de jóias. A primeira experiência realizada com sucesso, em Portugal, levou a marca a alargar a campanha aos Estados Unidos da América, até ao fim de 2020. A fundadora da marca, Olga Kassian acredita que esta iniciativa influenciará outras marcas a seguirem um caminho mais consciente e sustentável.

Portuguese jewellery brand Wonther has expanded abroad and prolonged, until December 31, its campaign to recycle silver, natural or gilded, and offers a discount on the purchase of new pieces. After being certified by the Responsible Jewellery Council, with the campaign *Love, Give Back, Repeat*, the brand, which sells jewellery online, wants to encourage the recycling and reuse of precious metals, making people aware of the environmental impact of the jewellery industry. The first successful experiment in Portugal led the brand to extend its campaign to the United States, until the end of 2020. The founder of the brand, Olga Kassian, believes that this initiative will influence other brands to follow a more conscious and sustainable path.

PREMIER LAEGUE AO SEGUNDO COM A HUBLOT \\ PREMIER LEAGUE IN GOOD TIME WITH HUBLOT

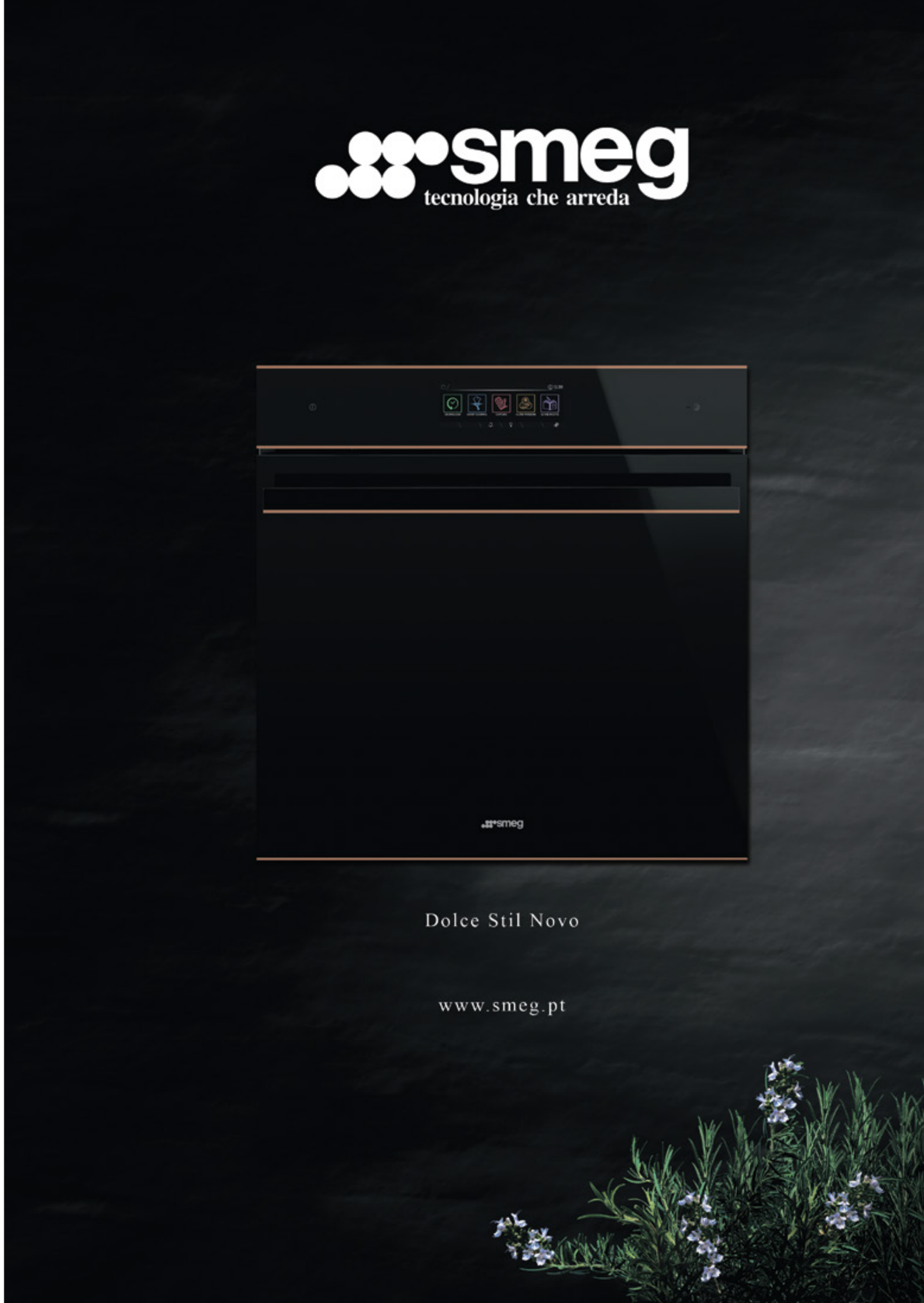
A Hublot é agora cronometrista dos jogos de futebol da *Premiere League*. A empresa suíça de relógios de luxo estará também visível na placa erguida pelo quarto juiz, quando mostra o tempo de compensação e substituições, através do icónico *Hublot Big Bang Único*, usado também pelos árbitros principais. A Hublot foi a primeira marca de luxo a investir em futebol sendo patrocinadora, em 2006, da selecção da Suíça.

Hublot is now the official timekeeper of Premiere League football matches. The Swiss luxury watch company will also be visible on the board held up by the fourth official, when he shows extra time and substitutions, shaped like the iconic *Hublot Big Bang Unico*, also used by the main referees. Hublot was the first luxury brand to invest in football and in 2006 sponsored the Swiss national squad.

HOTEL PARA CÃES E GATOS VENCE *INTERNATIONAL ARCHITECTURE AWARD 2020* \\ HOTEL FOR DOGS AND CATS WINS *INTERNATIONAL ARCHITECTURE AWARD 2020*

Com assinatura do arquitecto Raulino Silva, o Hotel Domi Canis Cattus, venceu, na categoria de *Hotels/Hospitality*, o prémio *International Architecture Award 2020*, organizado pelo The Chicago Athenaeum – Museum of Architecture and Design, que distingue edifícios e estudos urbanos de todo o mundo. A obra é um eco hotel para cães e gatos desenhado para mimar estes bichos, onde, além das confortáveis boxes, há espaço para corridas e brincadeiras.

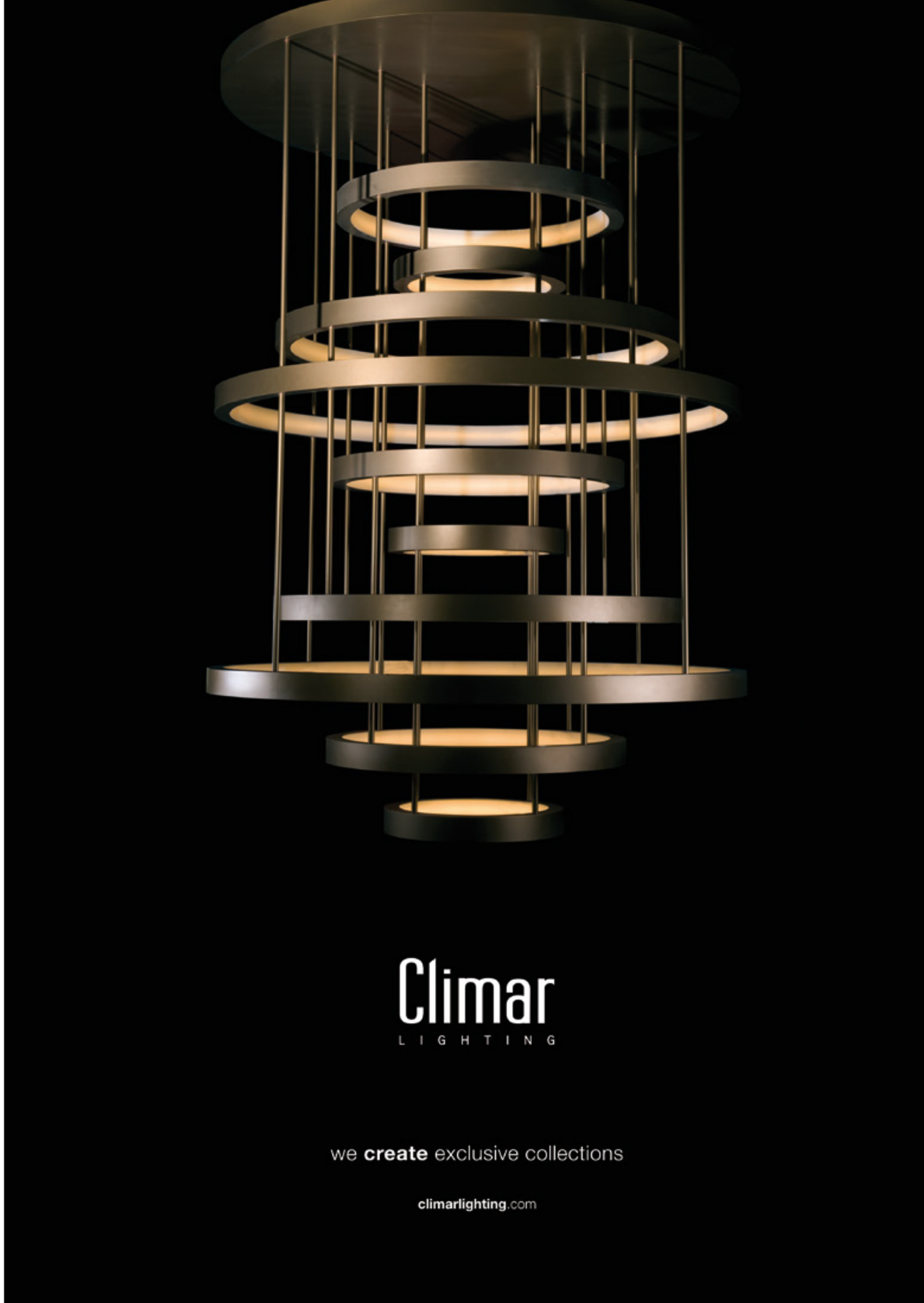
Hotel Domi Canis Cattus, designed by architect Raulino Silva, has won an award, in the Hotels/Hospitality category, at the *International Architecture Awards 2020*, organised by The Chicago Athenaeum – Museum of Architecture and Design, which distinguishes buildings and urban studies from all over the world. The work is an eco hotel for dogs and cats designed to pamper these animals, where in addition to comfortable kennels, there's room for running around and play.



VIDAGO VILLA APRESENTA COLECÇÃO DE VINHOS
VIDAGO VILLA PRESENTS WINE COLLECTION

No passado dia 20 de Setembro, a quinta Vidago Villa apresentou, pela primeira vez, a *Vidago Villa Colection*, no circuito de golfe *Villas&Golfe International Cup*, no Estela Golf Club, na Póvoa de Varzim. Este é um evento organizado todos os anos em Portugal, Angola e Moçambique. E, sendo o rótulo muito alusivo ao golfista, nada mais adequado do que apresentar os vinhos num dos torneios amadores mais conhecidos em Portugal. À prova, esteve uma selecção de quatro dos néctares da propriedade – *Vidago Villa Branco Grande Reserva 2018*; *Vidago Villa Tinto Grande Reserva 2018*; *Vidago Villa Branco Grande Reserva 2019* e o *Vidago Villa Tinta Roriz Reserva 2019*. Todos eles são vinhos de qualidade e exclusivos, pois cada um dos néctares é de edição limitada e numerada. A Vidago Villa insere-se em Vidago, Portugal, e tem como objectivo principal a produção de vinhos de excelência. Os vinhos encontram-se já em alguns restaurantes de topo e são apenas possíveis de se comprar via *email* (vidagovilla@vidagovilla.com) e, posteriormente, através do *site* da quinta.

Last September 20, Vidago Villa presented its *Vidago Villa Collection*, at the *Villas&Golfe International Cup* golf circuit, at Estela Golf Club, in Póvoa de Varzim. This is an event organised every year in Portugal, Angola and Mozambique. And, as the the label is allusive to golfers, what better than to present the wines at one of the best known amateur tournaments in Portugal. A selection of four of the estate's wines – *Vidago Villa White Grande Reserva 2018*; *Vidago Villa Red Grande Reserva 2018*; *Vidago Villa White Grande Reserva 2019* and *Vidago Villa Red Roriz Reserva 2019* – were tasted. Each of them is fine quality, exclusive wine, as proved by their limited and numbered edition. Vidago Villa is located in Vidago, Portugal, and its main goal is to produce truly exceptional wines. The wines can already be found in some top restaurants and otherwise can only be purchased via email (vidagovilla@vidagovilla.com) and, at a later date, through the estate's website.



FRANCISCO RIBEIRO TELLES

«De futuro, a Língua Portuguesa será, cada vez mais, africana» \\ «In the future, the Portuguese language will be more and more African»

Depois de representar Portugal em vários países, onde se inclui: Angola, Cabo Verde e Brasil, e ser reconhecido através da atribuição do *Prémio de Melhor Diplomata Económico*, Francisco Ribeiro Telles foi nomeado Secretário-Executivo da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), a única organização internacional com sede em Portugal. Para este novo cargo, espera um maior reconhecimento da Língua Portuguesa e alcançar o acordo da mobilidade entre os Estados-Membros da CPLP.

After representing Portugal in various countries, which have included: Angola, Cape Verde and Brazil, and having been recognised with the *Best Economic Diplomat* award, Francisco Ribeiro Telles has been appointed Executive Secretary of the Community of Portuguese Speaking Countries (CPLP), the only international organisation based in Portugal. For this new post, he hopes for greater recognition of the Portuguese language and to reach an agreement on mobility between the Member States of the CPLP.

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY ARQUIVO CPLP

Os portugueses dão relevância à CPLP?

Penso que sim, embora, quando foi criada, em 1996, houvesse outras expectativas de que viria aí um projecto político com grande dimensão e que traria resultados, o que não aconteceu. A CPLP é uma organização jovem, quando comparada com outras internacionais, e tem feito o seu percurso pela cooperação entre os Estados-Membros. Os portugueses devem ter orgulho nesta organização, distribuída por quatro continentes, onde há países com níveis de desenvolvimento muito díspares, sendo também uma organização atípica, porque não existe continuidade geográfica. Tem força, mas também tem fragilidades.

O facto da CPLP ter uma população jovem traz vantagens?

Portugal tem uma população envelhecida, o Brasil ainda tem uma população jovem, mas todos os outros países têm uma população bastante jovem. E, pelas contas da ONU, haverá, no final do século, 500 milhões de falantes de Português, sendo de destacar 150 milhões em Angola e 140 milhões em Moçambique. Isto mostra um crescimento demográfico exponencial em África, o que faz com que, de futuro, a Língua Portuguesa seja, cada vez mais, africana.

«A CPLP poderá ser o chapéu para que os nossos membros beneficiem de várias iniciativas» \\ « The CPLP can be the umbrella under which our members can benefit from various initiatives»

Vai procurar trazer para a CPLP acções da União Europeia (UE) e do Banco Africano de Desenvolvimento (BAD)?

A minha intenção é posicionar a CPLP noutros organismos. Já temos uma posição bastante consolidada nas Nações Unidas e acredito que nos devemos posicionar em organizações com mais recursos financeiros, como, por exemplo, a UE e BAD, até porque o futuro da CPLP será direccionado para questões económicas e empresariais e estas duas organizações podem ter um papel preponderante, com os Estados-Membros a poderem participar em concursos financiados para projectos e outras iniciactivas. A CPLP poderá ser o chapéu para que os nossos membros beneficiem de várias iniciactivas.

Qual é a importância dos países observadores?

Hoje em dia, a CPLP tem dezanove países observadores, muitos dos quais pertencem à UE e é provável que, na próxima cimeira de Luanda, possam entrar mais dez países onde se inclui a Índia, Espanha e Irlanda, entre outros. A nossa intenção é reflectir sobre em que é que estes países nos podem ser úteis, de forma que estamos a preparar uma

Do the Portuguese give any importance to the CPLP?

I think so, although when it was set up in 1996 there were other expectations that a major political project would come into being here and that it would bring results, which it did not. The CPLP is a young organisation compared to other international organisations and has made its way through cooperation between Member States. The Portuguese should be proud of this organisation, spread over four continents, where there are countries with very different levels of development. This is also an unusual organisation in that there is no geographical continuity. It has strength, but it also has weaknesses.

Does the fact that the CPLP has a young population bring advantages?

Portugal has an ageing population; Brazil still has a young population; but all the other countries have a very young population. And by the end of the century, according to UN figures, there will be 500 million Portuguese speakers, of which 150 million in Angola and 140 million in Mozambique. This shows an exponential demographic growth in Africa, which will make the Portuguese language more and more African in the future.

Are you going to seek to bring actions from the European Union (EU) and the African Development Bank (ADB) into the CPLP?

My intention is to position the CPLP in other bodies. We already have a well-established position in the United Nations and I believe that we should position ourselves in organisations with more financial resources, such as the EU and ADB, not least because the future of the CPLP lies with economic and business issues and these two organisations can play an important role, with Member States being able to participate in financed tenders for projects and other initiatives. The CPLP can be the umbrella under which our members can benefit from various initiatives.

How important are the observer countries?

Today, the CPLP has nineteen observer countries, many of which belong to the EU, and it is likely that a further ten countries, including India, Spain and Ireland, among others, will join at the next summit in Luanda. Our intention is to reflect on which way these countries can be useful to us, in such a way that we are

estratégia no sentido de maior envolvimento destes observadores associados nos projectos de cooperação e nas iniciativas de promoção e difusão da Língua Portuguesa, nos seus territórios.

A mobilidade no espaço CPLP pode ser uma realidade?

Sim, a presidência de Cabo Verde fez da mobilidade uma questão prioritária no seu programa. É de recordar que, entre as várias situações de mobilidade na UE, há duas que foram importantes: o *Programa Erasmus*, que permite aos jovens estudarem por um certo período em qualquer país da União, e o *Espaço Schengen*. Para a CPLP, existe um acordo com um modelo faseado e espero que seja aprovado o quanto antes, para ser levado à cimeira de Luanda e, assim, ir tornando a circulação de pessoas no espaço lusófono mais flexível.

«A presidência de Cabo Verde fez da mobilidade uma questão prioritária» \\ «The presidency of Cape Verde has made mobility a priority issue»

Será possível criar uma estrutura ou instrumento que promova o turismo entre os países da CPLP?

Estão a ser dados passos para que algo aconteça e já participei numa reunião de ministros do turismo da CPLP, onde foram avançadas algumas propostas,

developing a strategy for the greater involvement of these associated observers in cooperation projects and initiatives for the promotion and dissemination of the Portuguese language in their territories.

Can mobility within the CPLP area become a reality?

Yes, the Cape Verde presidency has made mobility a priority issue in its programme. It should be recalled that, among the various mobility situations within the EU, there are two that have proved important: the *Erasmus Programme*, which allows young people to study in any country of the Union for a certain period of time, and the *Schengen Area*. For the CPLP there is an agreement with a phased model and I hope it will be approved as soon as possible, to be taken to the Luanda summit and thus make the movement of people within the Portuguese-speaking area more flexible.

Will it be possible to create a structure or instrument that promotes tourism among CPLP countries?

Steps are being taken to ensure something happens and I have already attended a meeting of CPLP tourism

e notei um interesse, por parte dos Estados-Membros, em relação à experiência portuguesa, que, nos últimos anos, tem sido reconhecida e consagrada a nível internacional. As potencialidades, principalmente dos países africanos, são imensas e, se, por um lado, Moçambique já deu uns passos largos, Angola precisa de, e merece, um empurrão no sector do turismo, porque tem paisagens deslumbrantes que a maioria das pessoas do resto do mundo desconhece.

Ser diplomata enriqueceu-o como pessoa? Também recebeu um prémio.

Estive em diversos países e foram experiências que não trocaria por nenhumas outras. De todos os locais aonde estive, e sobretudo aqueles em que servi Portugal como Embaixador, tive a percepção do que é a ligação de Portugal a esses países. O prémio, recebi-o em 2013 – a primeira vez que foi instituído – e suponho que terá sido pelo trabalho que desenvolvi no Brasil, numa época em que Portugal atravessava uma fase complicada: tinha tido a *Troika*; e o Brasil estava em expansão, havia uma apetência das empresas portuguesas em se instalarem no Brasil, e acredito que eu tenha sido um facilitador. É isso que um diplomata deve fazer, quebrar barreiras e construir pontes.

«Angola precisa de, e merece, um empurrão, no sector do turismo» \\ «Angola needs and deserves a boost in the tourism sector»

ministers, at which some proposals have been put forward, and I have noticed an interest from the Member States with regard to the Portuguese experience, which has been recognised and praised at an international level in recent years. The potential, especially of African countries, is immense and, while Mozambique has already taken some big steps, Angola needs and deserves a boost in the tourism sector, because it has stunning landscapes that most people in the rest of the world are unaware of.

Has being a diplomat enriched you as a person? You also received an award.

I have been to several countries and these were experiences that I would not exchange for anything else. From all the places where I have been, and especially those where I have served Portugal as an ambassador, I have learned just what the connection of Portugal to these countries is. I received the award in 2013 – the first time it was established – and I suppose it was for the work I did in Brazil, at a time when Portugal was going through a complicated phase: it had been going through *Troika*; and Brazil was expanding, there was an appetite from Portuguese companies to set up in Brazil, and I believe I was a facilitator. That's what a diplomat should do, break down barriers and build bridges.

O *HOLE IN ONE* DA SUA VIDA.

Lance a vista sobre o encontro entre o Tejo e Lisboa, cidade de tradições e modernidade. O seu lar é isto e muito mais: equilíbrio. Discrição. Exigência na arquitetura e nos materiais – tudo orientado para o conforto e para a privacidade. Um edifício único em Lisboa, num local único: face à Beleza, à História, ao pulsar de uma capital única.

Nº Verde 800 248 248 www.am48.pt

AM 48

ALÉM DO ÓBVIO

BRUNO BRÁS

«O nosso *core business* é a Hyline»
«Our *core business* is Hyline»

A vida escreve-se de histórias. E esta é uma delas: o jovem, de 27 anos, que rápido se tornou no adulto de sucesso. Hoje, aos 40 anos, Bruno Brás conta-nos como foi. É líder da empresa de caixilharias minimalistas – a BBG Aluminium Systems. É o fundador da marca Hyline, conceito que corre o Mundo. De origens humildes, transformou-se num empresário brilhante. Deixando para trás a vida de ajudante de padeiro, rumou ao mundo dos alumínios ainda jovem. Mas foi em 2008 que arriscou e abriu o seu negócio. Em poucos anos, foi crescendo como nunca havia imaginado e foi sempre apostando no desenvolvimento do alumínio. Hoje é uma empresa a facturar milhões de euros/ano. Agora, dentro das quatro paredes da empresa, reina a inovação tecnológica e a evolução dos sistemas Hyline, que têm vindo a conquistar os desenhos de arquitectos de todo o mundo. Tem uma sucursal em Paris e um *showroom* em São Paulo e trabalha para *atelieres* de arquitectos conceituadíssimos.

Life is made up of stories. And this is one of them: a young man, 27 years old, rapidly making his way to becoming a successful adult. Today, at the age of 40, Bruno Brás tells us how his story evolved. Head of minimalist frames company BBG Aluminium Systems, Bruno also founded the Hyline brand, a concept that can now found around the globe. From humble beginnings, he has become a brilliant businessman. Leaving behind his life as a baker's assistant, he switched professions, entering aluminium framing at a young age. But it was in 2008 that he ventured out alone and opened his own business. In just a few years, the company was growing beyond his wildest dreams, ensuring ongoing investment in the development of aluminium. Today the company invoices millions of Euros per year. The company is now a hotbed of technological innovation and the evolution of Hyline systems, which have been winning over architects from all over the world. The company has an office in Paris and a showroom in São Paulo and works for highly regarded architectural firms.

TEXTO TEXT MARIA CRUZ \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY PMC

Passados 12 anos, desde que criou a BBG Aluminum Systems, como é que avalia todo o esforço realizado?

Bom, antes de mais, o sentimento é o de muita gratificação. Há dias, dizia a um amigo: «Acho que não devo nada à BBG, nem a BBG me deve a mim». É com grande satisfação que olho para trás e vejo que realmente valeu a pena, é um projecto apaixonante. Já fizemos muita coisa diferente, a todos os níveis. Desde a forma como tratamos as pessoas que cá trabalham; criamos novos produtos; ao termos criado uma plataforma *web*, que nos permite estar em todo o lugar conectados com a nossa empresa. Foram 12 anos de muito desafio, de muita irreverência, de momentos bons e maus, sendo que os bons superam largamente os maus.

Em 2013, surgiu a marca própria: a Hyline. Um projecto, uma inovação, muito bem aceite. De momento é esse o vosso *core business*?

Hoje é o nosso principal projecto, mas, até há muito pouco tempo, não era o nosso *core business*. Comecei a empresa sem capitais próprios, tive de me financiar para uma actividade de uma serralharia normal. O meu pai não tinha capitais, eu também não, e para o banco, em Portugal, com a crise que se fez sentir em 2008, conceder um empréstimo era impensável. Então, tive de construir a empresa com o que tinha à mão. Em 2013, registámos a marca Hyline. Em 2014, apresentámos o produto. E a minha dívida líquida era muito elevada, face aos capitais próprios; então, tínhamos a banca a dizer que começávamos a representar um risco elevado e, nessa altura, tivemos de focar-nos, cada vez mais, na venda de um produto de valor acrescentado. Hoje, posso dizer que a nossa produção está em 80% ligada à Hyline. Também temos soluções complementares, não só de correr, como sistemas de batente, sistemas pivotantes, janelas verticais e fachadas, portanto, temos marca própria, não dependemos de terceiros. 20% do nosso produto são estruturas e acabamentos metálicos e revestimentos. Temos um misto de negócio em Paris, que representa cerca de sete a oito milhões de euros ao ano, ligado à serralharia urbana (aos guarda-corpos, escadas metálicas), que são clientes que nos ajudaram a financiar o desenvolvimento da nossa marca e da nossa empresa, mas o nosso *core business* é a Hyline.

A nossa produção está em 80% ligada à Hyline. \\ Our production is 80% Hyline related.

Exporta para dezenas de países. De que forma é que é recebido o vosso conceito nesses países?

Este tipo de produtos, hoje, é a tendência natural do mercado. A arquitectura está muito vocacionada para este tipo de produtos; a luz natural; a vivência do interior com o exterior; grandes envidraçados; mais vida e menos perfil;

When you look back over the 12 years since you created BBG Aluminium System what assessment do you make?

Well, first and foremost, a feeling of great gratification. A few days ago, I was saying to a friend: «I don't think I owe BBG anything, nor does BBG owe me anything.» I feel great satisfaction when I look back and see that it was really worth it; it's truly an exciting project. We've already done so many different things, right across the board. From the way we treat the people who work here; the way we create new products; to having created a web platform, which allows us to be connected with our company wherever we are. They have been 12 years packed with challenges, irreverence, good times and bad times, with the good ones far outnumbering the bad ones.

In 2013, you launched your own brand: Hyline. A very well received project and innovation. Is this your core business at the moment?

Today it is our main project, but it was not our core business up until very recently. I started the company with no capital of my own; I had to finance myself to set up a normal metalworking shop. My father had no capital, neither did I, and for a bank in Portugal, with the crisis in 2008, granting me a loan was unthinkable. So I had to build the company with what I had to hand. In 2013, we registered the Hyline brand. In 2014, we unveiled the product. And my net debt was very high, compared to equity; so the banks were telling us that we were starting to represent a high risk for them and at that time we had to focus increasingly on selling products of added value. Today, I can say that our production is 80% Hyline related. We also have complementary solutions, not just sliding systems, but also casement systems, pivoting systems, vertical windows and façades, so we have our own brand, we don't depend on third parties. 20% of our production is metal structures and finishes and coatings. Our business is varied in Paris, which represents about seven to eight million Euros a year, related to urban metalwork (railings, metal staircases), which is a client base that helps us to finance the development of our brand and our company, but our core business is Hyline.

You export to dozens of countries. How is your concept received in those countries?

This kind of product is the natural trend of the market today. Architecture is very much geared towards this type of product; natural light; experiencing indoors with the outdoors; large windows; more life and slimmer profiles; the lightness of the doors. The concept of architecture has much to do with minimalism and is very committed to just

a leveza das portas. O conceito da arquitectura está muito envolvido com o minimalismo e muito comprometido com aquilo que é o produto que nós temos para oferecer. Existem alguns mercados que estão, ainda, num processo de descobrir estes produtos. Aqui, a vizinha Espanha, que tem todas as marcas minimalistas que possamos conhecer, vê com muitos bons olhos o produto Hyline, e não é só pela questão de sermos a janela mais fininha do mercado. Realmente, a nossa janela tem o vidro, o alumínio, e é um bocadinho mais fininha, mas é parecida a outras, quando estamos a um metro de distância. Mas há uma coisa que faz toda a diferença, no final, que é o serviço que nós podemos prestar. Além da grande qualidade do produto que entregamos, garantimos que o serviço é fora da caixa. Portanto, os mercados recebem-nos muito bem.

Há mercados que me entusiasmam muito. Gosto muito do Brasil, porque é um mercado que me deu um gozo particular, foi o primeiro mercado que nós abrimos, fora da União Europeia, e é onde temos um belíssimo *showroom*. O mercado brasileiro é particularmente difícil. Estivemos, desde 2012 até 2016, sem fazer um euro, mas sempre a investir e, hoje, o mercado reconhece que estamos para durar, pois também temos muitos bons parceiros locais.

Os Estados Unidos e o Reino Unido são os mercados onde gostava de poder crescer. \\ The United States and the United Kingdom are the markets where I would like to grow.

Gosto também do mercado norte-americano. Assim como também já nos acolhem os mercados francês, belga e espanhol, que são, neste momento, os nossos melhores mercados, além do brasileiro. Os Estados Unidos e o Reino Unido são os mercados onde gostava de poder crescer. É para onde estamos a apontar as nossas setas.

Falou de todos os mercados, menos do nacional, em que patamar é que fica Portugal?

O mercado nacional tem um problema: somos todos comparados por uma tabela de *excel*, independentemente de termos ou não uma estrutura como a que temos: pessoas conhecedoras; acompanhamento técnico;

what our product has. There are some markets that are still in the process of discovering these products. Here, our neighbour Spain, which has all the minimalist brands you can think of, looks very favourably on Hyline products, and not only because we have the slimmest window on the market. In actual fact, our window has glass, aluminium, and is a little thinner, but it is similar to others, when you are one metre away. But at the end of the say there is one thing that makes all the difference, and that is the service that we can provide. In addition to the great quality of the product we deliver, we guarantee that the service is out of the box. So the markets welcome us very well.

There are markets that excite me greatly. I really like Brazil, because it is a market that gave me particular enjoyment. It was the first market that we opened outside the European Union, and it is where we have a beautiful showroom. The Brazilian market is particularly difficult. We were, from 2012 until 2016, without making a single Euro, but always investing, and today the market recognises that we are there to stay, because we also have many good local partners.

I also like the US market. As I do the French, Belgian and Spanish markets, which are now our best markets as well as the Brazilian market. The United States and the United Kingdom are the markets where I would like to be able to grow. That is where we are aiming our arrows.

You talked about every market apart from the national one; where does Portugal fit in?

The national market has a problem: we are all compared on a spreadsheet, regardless of whether or not we have a structure like the one we have: knowledgeable people; technical support; daily monitoring of the work's progress; customer care, which is available 24 hours a day; after-sales technical assistance. I am not happy with what the market stance is, but we have our competitors, who do not

acompanhamento diário do progresso da obra; um *costumer care*, que está 24h por dia disponível ao cliente; uma assistência técnica pós-venda. Não fico contente com aquilo que é a postura que existe no mercado, mas existem concorrentes nossos, que não têm uma estrutura como a nossa, e entregam o produto, que se assemelha ao nosso, mas depois, no final, somos todos comparados com uma tabela de *excel*. Infelizmente, o preço a que se vende este produto, em Portugal, não cobre sequer o meu custo, portanto, vendo para quem realmente o valoriza. Estou disposto a dar o meu melhor para entregar um produto de muita qualidade, mas, se tenho uma máquina que me custa dez, não posso vender o produto a cinco. É esta a realidade.

Há sempre uma preocupação com a estética, com o ficar elegante e quase invisível, porquê?

É um bocadinho a linha do minimalismo. O Mies van der Rohe diz que «menos é mais», que a inspiração é um bocado nessa base de que a leveza dos materiais tem de ser, acima de tudo, uma preocupação. É a tendência natural da arquitectura, uma tendência global, porque o vidro consegue ter uma *performance* que até é superior à do metal mesmo com ruptura térmica. Acho que é aprazível estarmos na nossa sala e podermos vislumbrar o nosso jardim, ou a vista de uma praia, mar, ou rio, sem barreiras.

É por isso que dizemos que a Hyline é *vision without boundaries*, uma visão sem barreiras, sem obstáculos, para que, depois, consigamos usufruir ao máximo da nossa vida, que é curta, pois estamos aqui 80 anos – umas férias prolongadas.

Eu preciso de ganhar dinheiro, como todas as empresas, mas o maior prazer é poder criar momentos únicos com o nosso pessoal, dar-lhes estabilidade profissional, bons contratos de trabalho, eles poderem desfrutar da vida; dar experiências únicas aos nossos colaboradores e aos nossos clientes e passar uma vida boa.

Ferro, alumínio, vidro e aço são, talvez, as palavras mais ditas dentro da sua empresa, não fossem elas a matéria-prima para os vossos projectos. Qual destas quatro é a sua preferida?

Alumínio. Primeiro, porque é a matéria-prima que considero das mais versáteis que existe, pela leveza e pela engenharia. Não posso dizer que é a mais perfeita, mas tenho uma ligação muito próxima ao alumínio, porque comecei, em 1996, no alumínio. Então, conheço o todo o processo: a refusão, o tratamento, a extrusão, e, se não fosse o alumínio, não teria a Hyline. Gosto muito do aço e gosto muito do vidro, são complementares.

have a structure like ours, and deliver the product, which resembles ours, but then, in the end, we are all compared on a spreadsheet. Unfortunately, the price at which this product is sold, in Portugal, doesn't even cover my costs, so I sell it to those who really value it. I'm willing to do my best to deliver a very high quality product, but if I have a machine that costs me ten, I can't sell the product for five. This is the truth of it.

There is always this concern about aesthetics, with things looking elegant and almost invisible – why is that?

It has a bit to do with minimalism. Mies van der Rohe says that «less is more», that inspiration is a bit on that basis, whereby the lightness of the materials has to be, above all, a concern. This is the natural trend in architecture, a global trend, because glass can perform even better than metal even with thermal break. I think that it's great to be in our living room and be able to see our garden, or the view of a beach, sea, or river, without barriers.

That is why we say that Hyline is *vision without boundaries*, a vision without barriers, so that, afterwards, we can enjoy our life to the fullest, which is short, because we are here 80 years – an extended holiday.

I need to earn money, like all companies, but the greatest pleasure is to be able to create unique moments with our staff, giving them professional stability, good work contracts, so they can enjoy life; give unique experiences to our staff and our customers and have a good life.

Tenho a minha fé, mas sou mais de desafios. \\ I have my faith, but I am more about challenges.

Iron, aluminium, glass and steel are perhaps the most spoken words within your company – they are the raw material for your projects, after all. Which of these four is your favourite?

Aluminium. Firstly, because as a raw material I consider it to be one of the most versatile in existence, given its lightness and engineering. I wouldn't say that it is the most perfect, but I have a very close connection with aluminium, because I started, in 1996, with aluminium. So I know about the whole process – re-melting, treatment, extrusion, and if it were not for aluminium, I would not have Hyline. I like steel a lot and I like glass a lot, they are complementary.

Apart from liking what you do, what else would you like to see achieved?

I would like Hyline to become a timeless brand. In 50 years, when I'm no longer here, I would like it to be a brand that is recognised as one of the great brands created in Portugal. That is my dream; that is my challenge.

Além de gostar do que faz, que outra, ou outras coisas, gostaria de ver concretizadas?

Gostava que a Hyline se tornasse uma marca intemporal. Que, daqui por 50 anos, quando eu cá não estiver, seja uma marca reconhecida como uma das grandes marcas criadas em Portugal. Esse é o meu sonho, é o meu desafio.

Objectivos a longo prazo para a BBG?

Estamos, neste momento, – e a pergunta vem no momento certo –, na fase de construção da nova fábrica. A mudança de instalações, para sermos mais produtivos, mais eficientes. E estamos com o projecto de expansão internacional, de forma paulatina, consolidada, e com muita qualidade. O objectivo, a longo prazo, é de que a empresa, em cinco anos, esteja pronta para abrir os capitais em bolsa. E que esta empresa traga, todos os anos, mais e mais inovações de mercado. Reinventando o que já existe, mas sempre com mais qualidade. Se comprarmos um carro, um BMW *série 1*, hoje, e, se o comprássemos há 10 anos, o carro, apesar de ter o mesmo nome, não seria o mesmo carro. Na janela é exatamente a mesma coisa, um processo de inovação e melhoramento constante. Portanto, hoje, deve sempre ser melhor do que ontem, amanhã melhor do que hoje, mas, acima de tudo, que as pessoas nunca percam a ideia de terem inspiração.

É difícil controlar este *input*, controlar o crescimento, controlar a ambição. Tem de ser trabalhado, porque, quando queremos demasiado, às vezes, pode ser perigoso.

Pretende expandir mais a BBG, em termos de espaço, além da nova fábrica?

A nova fábrica já vai ficar com 7000 m². Neste momento, a nossa empresa está capacitada para produzir mais, conseguimos construir a base para dar um salto em termos de quantidade de produção, sem comprometer a qualidade. Temos um terreno que queremos adquirir com mais 10 000 m², porque entendemos que estes 7000 m² rapidamente vão ser absorvidos.

What long term goals for BBG do you have?

At the moment, – and the question comes at just the right time –, we are currently building our new factory. The change of premises is so that we can be more productive, more efficient. And we have our international expansion project; expanding gradually, in a consolidated fashion, and with a lot of quality. The long-term objective is that within five years the company will be ready to go public. And that with each year this company brings more and more market innovations. Reinventing what already exists, but always with more quality. If you buy a car, a 1 Series BMW say, today, and if we had bought one 10 years ago, the car, despite having the same name, would not be the same car. With windows it is exactly the same, a process of innovation and constant improvement. So today should always be better than yesterday; tomorrow better than today, but above all else, people should never lose the idea of being inspired.

It is difficult to control this input, to control growth, to control ambition. It has to be worked on, because when you want too much, sometimes this can be dangerous.

Do you want to expand BBG further, in terms of space, besides the new factory?

The new factory will already cover 7000 square metres. At the moment, our company has the capacity to increase production; we have managed to build the foundation to make a leap in terms of production quantity, without compromising quality. We have a plot of land that we want to acquire with another 10,000 square metres, because we understand that these 7000 square metres will soon be eaten up.

ENTREVISTA NA ÍNTEGRA EM // FULL INTERVIEW AT
www.villasegolfe.com

ANTÓNIO REBELO DE SOUSA
Economista
Economist

Do futuro do sector imobiliário

Muito se tem dito e redito sobre o sector imobiliário.
Tradicionalmente tido como um caso paradigmático de Sector de Bens Não Transaccionáveis (de Economia Doméstica e, por conseguinte, pouco dinamizador das exportações, da inovação e do progresso tecnológico), o sector imobiliário tem vindo a desenvolver, nos últimos tempos – e, sobretudo, no segmento de maior qualidade –, uma componente relevante de prestação de serviços.
Em primeiro lugar, procurando assegurar a possibilidade de arrendamento a interessados, nacionais e estrangeiros, e garantindo uma remuneração mínima adequada aos proprietários.Em segundo lugar, disponibilizando uma gestão eficaz do condómino (ou da propriedade, em particular), assegurando bons serviços de manutenção, um seguro de ampla cobertura, serviços de limpeza, de restauração e de muitos outros, ao domicílio.
Em terceiro lugar, criando condições para a existência de áreas de lazer que permitam maximizar a função de bem-estar dos seus clientes.
A própria emergência de um turismo residencial de qualidade abriu as portas a uma mudança de natureza de uma parte significativa do Sector Imobiliário.
Deste modo, se procedermos a uma análise fria e objectiva do Sector Imobiliário, importará reconhecer que o seu futuro passará pela sua conversão em Sector de Bens Transaccionáveis, o que implicará a aposta na qualidade de prestação de serviços, mais do que na obtenção de mais-valias substanciais na comercialização do bem imóvel.
Trata-se de uma mudança de paradigma e, por conseguinte, na adopção de uma atitude diferente perante o cliente.
O que deverá pretender-se não é fazer um bom negócio de ocasião com o cliente A ou B, mas, isso sim, conquistar clientes para uma relação de confiança no futuro, procurando-se assegurar a fidelização que permitirá alavancar uma relação sólida e consistente.
Nem mais, nem menos...

About the future of the real estate sector

Much has been said and said again about the real estate sector.
Traditionally regarded as a paradigmatic case of the Non Tradable Goods Sector (of the Domestic Economy and, therefore, not effective in stimulating exports, innovation and technological progress), the real estate sector has been developing, in recent times – and especially in the higher end of the market – an important service provision component.
First of all, a component that seeks to ensure the possibility of renting to interested parties, both national and foreign, and to ensure a suitable minimum remuneration for owners.
Secondly, providing effective management of the condominium (or of a property, in particular), ensuring good maintenance services, extensive insurance coverage, cleaning services, catering and many others, at home.
Thirdly, creating conditions for the creation of leisure areas to maximise the welfare of clients.
The very emergence of quality residential tourism has opened the door to a change in the nature of a significant part of the real estate sector.
Thus, if we make a cold and objective analysis of the real estate sector, it will be important to recognise that its future will involve its conversion into a Tradable Goods Sector, which will imply a commitment to quality of service provision, rather than to obtaining substantial gains in the sale of the property.
This is a change of paradigm and therefore the adoption of a different attitude towards the client.
The aim should not be to doing good one-off business with client A or B, but rather to win customers for a relationship of trust in the future, seeking to ensure the loyalty that will kick-start a solid and consistent relationship.
Nothing more, nothing less...

QUINTA DA BOAVISTA

A Quinta da Boavista é uma das mais emblemáticas propriedades da região do Douro, localizada na margem direita do rio, perto do Pinhão. Desde 1756 que os seus 40 hectares de vinhas de elevada qualidade se espalham por um deslumbrante e geométrico cenário de socalcos construídos à mão no típico xisto. Com uma histórica ligação ao Barão de Forrester, figura incontornável da região, na Quinta da Boavista desenha-se um terroir único, consequência das extremas condições climatéricas e da inclinação dramática, e de onde se engarrafam vinhos inimitáveis, reconhecidos nacional e internacionalmente pela sua qualidade ímpar.
Os dois ex-líbris da Quinta da Boavista surgem de duas das suas parcelas: o Quinta da Boavista Vinha do Oratório, proveniente da parcela com o mesmo nome, de exposição a nascente sul e com socalcos altos e curvados, em forma de oratório, e o Quinta da Boavista Vinha do Ujo, uma parcela icónica, plantada antes de 1930. Ambos os vinhos, provenientes de Vinhas Velhas com mais de 80 anos, se destacam pela sua complexidade e excelência, levando consigo a essência e exclusividade das parcelas homónimas. Por sua vez, o Boa-Vista Reserva surge de um loteamento de vinhas novas e velhas, resultando num vinho que em si carrega a essência do terroir e a história centenária da Quinta da Boavista. Das castas que mais se destacam no lote de vinhas novas utilizadas para o Reserva, são engarrafadas pequenas quantidades de vinhos monovarietais, que celebram as castas durienses como nenhum outro.

Disponível em garrafeiras selecionadas e em
QUINTADABOAVISTA.COM
@QUINTA.DA.BOAVISTA

Seja responsável. Beba com moderação.

RUI CARREIRA

«O principal atributo de uma porta de segurança é a robustez» // «The main attribute of a security door is robustness»

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

A porta de entrada marca a fronteira da intimidade com o desassossego do mundo e deve ser pensada e escolhida ao detalhe, como nos aconselha Rui Carreira, CEO da Dierre. A empresa, criada em 1975, em Itália, pela vontade dos irmãos De Robertis – que idealizavam algo que representasse o princípio da essência de cada um: família e lar –, direcciona esse sonho para a criação de portas blindadas, com *design* e tecnologia inovadora, tendo criado assim a Dierre. Esta marca tem originado, ao longo dos anos, um aconchego nas casas por onde passa. Em Portugal, adoptou a designação de Dierre Ibérica e, usando os mesmos valores, tem conquistado o mercado mais exigente, que não afasta o luxo da comodidade. No comando está Rui Carreira, que começou, ainda jovem, a trabalhar na indústria e comércio de acessórios para portas.

Front doors mark the frontier between cosiness and the restlessness of the world outside and must be thought out and chosen in detail, as Rui Carreira, CEO of Dierre, advises us. The company, created in 1975 in Italy by the De Robertis brothers – who idealised something that represented the principle of each one's essence: family and home –, directs this dream towards the creation of security doors, with innovative design and technology, thus creating Dierre. Over the years this brand has brought a sense of cosiness to the houses it works in. In Portugal, it took on the name Dierre Ibérica and, using the same values, it has conquered the most discerning market, where luxury and comfort go hand in hand. In charge we find Rui Carreira, who started, while still young, to work in the industry and sale of door accessories.

Começou muito jovem a trabalhar neste segmento de portas blindadas.

Comecei muito cedo no negócio das portas de segurança. O meu primeiro emprego, aos 18 anos, estava relacionado com a indústria e comércio de portas, puxadores, dobradiças, fechaduras e outros acessórios e, cinco anos depois, já trabalhava na indústria de portas de segurança, em ambiente internacional.

Entre os produtos da Dierre, a porta de casa é o mais significativo?

Sem dúvida, porque é um produto que todos nós usamos todos os dias. Muitas vezes, nem damos conta de quão nos é fundamental. Outros tipos de portas, mais técnicas, como, por exemplo, as portas corta-fogo, já são produtos mais direccionados a outro tipo de infra-estruturas que não o lar, a nossa casa.

Qual é o conceito da Dierre?

A Dierre é detida por uma tradicional família italiana, com forte vocação para a exportação e grande presença internacional, os seus produtos podem ser encontrados em quase todos os continentes. É também um importante *player* no sector das portas e desenvolve o negócio internacional, através de empresas subsidiárias próprias, como é o caso de Portugal e outros países europeus, ou por distribuidores nos países mais longínquos. O grupo Dierre produz e distribui uma vasta gama de portas e acessórios, para quase todo o tipo de aplicações residenciais, comerciais e industriais. Porém, as portas de segurança são o produto de génese e constituem o principal *core business*. A marca tem também um grande reconhecimento internacional e é líder em muitos dos mercados além-fronteiras onde está presente.

«A Dierre é detida por uma tradicional família italiana» \\ «Dierre is owned by a traditional Italian family»

A porta de entrada é a segurança máxima da nossa casa, em que medida podemos confiar nas portas da Dierre?

As portas Dierre são a referência nas portas de segurança. A empresa foi pioneira na industrialização deste produto, que foi valorizando ao longo dos anos, pois, com o aumento da população urbana e com a melhoria das condições de vida, tornou-se, cada vez mais, importante preservar a segurança da nossa casa e dos nossos bens. Com constante investimento em inovação e tecnologia, a Dierre conseguiu desenvolver produtos confiáveis e de elevada qualidade, nunca descurando os aspectos estéticos.

You started working in security doors while still very young.

I started very early in the security doors business. My first job, at the age of 18, was related to the industry and sale of doors, handles, hinges, locks and other accessories and, five years later, I was already working in the security door industry, in an international environment.

Among Dierre's products, is the front door the most significant?

Without a doubt because this is a product that we all use every day. We often don't even realise how fundamental it is to us. Other types of doors, that are more technical, such as fire doors, are products that are more directed to other types of facilities than homes, our home.

What is Dierre's concept?

Dierre is owned by a traditional Italian family, with a strong vocation for export and a large international presence. Its products can be found in almost every continent. It is also an important player in the door sector and develops international business, through its own subsidiary companies, such as Portugal and other European countries, or through distributors in more distant countries. The Dierre group produces and distributes a wide range of doors and accessories, for almost all types of residential, commercial and industrial applications. However, security doors are the product that started it all and represent the main core business. The brand also enjoys great international recognition and is the leader in many of the overseas markets where it is present.

The front door is the height in security for your home, why should we put our faith in Dierre doors?

Dierre doors are the benchmark in security doors. The company was a pioneer in the industrialisation of this product, which has been growing in importance over the years, because with the increase in urban populations and improvements to living conditions, it has become increasingly important to preserve the security of our homes and our goods. With constant investment in innovation and technology, Dierre has managed to develop reliable and high quality products, while never neglecting aesthetic aspects.

Estas portas podem ser personalizadas ou existe um padrão?

A porta de entrada de casa é uma espécie de fronteira entre a privacidade de cada um e o mundo lá de fora, e as portas Dierre desempenham bem esse papel, protegendo as casas e os seus valores com as soluções técnicas mais avançadas. Mas há sempre a possibilidade de cada cliente personalizar a sua porta ao seu estilo de vida, gosto e sensibilidade. A nossa indústria consegue trabalhar, com o mesmo cuidado e eficiência, mil produtos iguais ou só um, por isso, a marca criou uma nova cultura de mercado e deu um estilo único às portas de entrada das nossas casas.

A empresa também oferece tecnologia para afastar intrusos?

Pesquisa, inovação, tecnologia e serviço, são estas as bases e as constantes do desenvolvimento dos produtos Dierre. Com muitas soluções técnicas patenteadas, conseguimos estar sempre um passo à frente e, com isto, percebemos que os níveis de segurança têm de ser diferentes a nível de pessoas, regiões e países. A tecnologia dos sistemas de segurança aplicados às portas é também actualizada à medida que as técnicas criminosas são, cada vez mais, elaboradas e, neste sentido, desenvolvemos produtos cada vez mais seguros.

«As portas Dierre são a referência nas portas de segurança» \\ «Dierre doors are the benchmark in security doors»

As portas parecem minimalistas, mas são robustas e servem vários segmentos.

O principal atributo de uma porta de segurança é a robustez. Mas, dependendo dos valores a proteger e do nível de risco de cada localização, a escolha da porta adequada para cada situação é fundamental. E, nas nossas, há vários níveis de segurança, para assim podermos satisfazer as várias exigências do mercado. Existe uma norma de ensaio europeia, a EN 1627, que determina a classe de segurança de uma porta. Hoje em dia, as portas de

Can these doors be customised or is there a standard type?

The entrance door to your home is a kind of border between your privacy and the outside world, and Dierre doors play this role well, protecting houses and their assets with the most advanced technical solutions. But there is always the possibility for each customer to customise their door to fit their lifestyle, taste and sensitivity. Our industry manages to work with the same care and efficiency whether dealing with a thousand products or just one, so the brand has created a new market culture and given a unique style to our front doors.

Does the company also offer technology to ward off intruders?

Research, innovation, technology and service, these are the grounding constants of Dierre product development. With many patented technical solutions, we are always one step ahead and as such we understand that the levels of security have to vary with regard to different people, regions and countries. The technology of the security systems applied to the doors is also updated in line with criminal techniques, which are increasingly sophisticated and, in this sense, we develop increasingly secure products.

Doors appear minimalist, but they are robust and serve various segments.

The main attribute of a security door is robustness. But depending on the assets to be protected and the level of risk of each location, the choice of the right door for each situation is fundamental. And in ours, there are various levels of security, so that we can thus meet the various requirements of the market. There is a European testing standard, EN 1627, which determines the security class of a door. Today, security doors are a universal product, and

segurança são um produto universal, e a Dierre tem, na sua gama, produtos especificamente pensados para cada segmento de mercado.

O mercado de luxo emergente em Portugal é significativo para a vossa empresa?

A Dierre é uma marca que, dada a sua ampla gama de produtos, trabalha transversalmente com todas as faixas de mercado e em todos os segmentos. No entanto, nos últimos anos, foram desenvolvidas gamas de produto para os segmentos mais altos, como são exemplo as novas séries de portas de segurança *Sleek*, com dobradiças ocultas e especialmente estudadas para serem produzidas em grandes dimensões, e também a *Next Elettra*, uma porta electrónica de última geração e que incorpora fechaduras electromecânicas comandadas por *Bluetooth*.

Numa época atípica que vivemos, a vossa empresa sentiu algum efeito negativo?

O sector da construção, em Portugal, não foi ainda muito afectado pela situação pandémica que estamos a viver. E, até agora, a nossa maior dificuldade tem sido o aumento da incerteza para os próximos meses ou anos, o que resulta em dificuldade para programar investimentos e actividades industriais. Por enquanto, a nossa actividade, no mercado nacional, quase não foi afectada, porém, as nossas exportações foram mesmo muito afectadas.

«Muitas vezes, paro diante de portas magníficas e fico a observá-las»
«I often stop in front of magnificent doors and study them»

Quais são os principais atributos de uma porta Dierre?

Eu diria que há três atributos fundamentais: a confiabilidade de uma marca líder, com um sólido percurso no mercado; a opção por um produto industrial e tecnologicamente avançado; e a ampla gama de soluções e possibilidades de personalização.

Alguma vez viu uma porta que o fascinasse?

Muitas vezes, paro diante de portas magníficas e fico a observá-las por longos momentos, normalmente antigas e de grandes dimensões, são autênticas obras de arte que se encontram principalmente nas ruas mais nobres das grandes cidades europeias. E quem não gostaria de ter uma porta assim?!

Tem por hábito observar portas?

Sempre, é um impulso natural que tenho desde há muitos anos. Quando chego a qualquer local, de imediato e com uma curiosidade natural, dedico-me a observar as portas e, muitas vezes, acabo também por fotografá-las. Tenho uma enorme colecção de fotografias de portas que vou encontrando no meu caminho.

within its range Dierre has products specifically designed for each market segment.

Is the emerging luxury market in Portugal significant for your company?

Dierre is a brand that, given its wide range of products, works right across all market areas and in all segments. However, in recent years, product ranges have been developed for the high-end segments, such as the new range of *Sleek* security doors, with concealed hinges and specially designed to be produced in large dimensions, and also *Next Elettra*, a state-of-the-art electronic door incorporating electromechanical locks controlled by *Bluetooth*.

In the unusual moment we are going through, has your company felt any negative effects?

The construction sector in Portugal has not yet been greatly affected by the pandemic situation we are going through. And up till now, our greatest difficulty has been the increased uncertainty for the coming months or years, which results in difficulties in planning investments and industrial activities. For the time being, our activity in the domestic market has hardly been affected, but our exports have been very much affected.

What are the main attributes of a Dierre door?

I would say that there are three fundamental attributes: the reliability of a leading brand, with a solid track record in the market; the option for an industrial and technologically advanced product; and the wide range of solutions and customisation possibilities.

Have you ever come across a door that fascinates you?

Often, I stop in front of magnificent doors and stand studying them for long moments, usually old and large ones, authentic works of art that can be found mainly in the most exclusive streets of major European cities. And who wouldn't like to have such a door?

Are you in the habit of studying doors?

Always, it is a natural impulse that I have had for many years. When I arrive anywhere, immediately and with a natural curiosity, I take time to observe doors and often end up photographing them as well. I have a huge collection of photographs of doors that I find on my way.

OBJECT TO PROJECT
GIORGETTI

Agente Portugal e Angola
Hall Luxury Design
office@hallluxurydesign.com

ADAM SOFA AND BENCH
FIT LOW TABLES
RIFT MIRROR
RIBBON RUG
KENDAMA LAMP

JOSÉ MANUEL FERNANDES
Eurodeputado, professor e político português
Portuguese MEP, professor and Portuguese politician

É inaceitável desperdiçar os fundos

A resposta da UE à pandemia COVID-19 foi rápida e positiva, sobretudo por parte da Comissão e do Parlamento Europeu. Deu-se flexibilidade à utilização dos fundos actuais, as taxas de cofinanciamento passaram para 100%, as regras dos auxílios de Estado foram suavizadas, o Mecanismo Europeu de Proteção Civil foi reforçado. O Conselho (onde estão representados os Estados-Membros) demorou, mas aprovou uma decisão histórica: pela primeira vez, uma garantia comum permite à Comissão Europeia financiar-se nos mercados para constituir um Fundo de Recuperação de 750 mil milhões de euros. Antes da pandemia, tal seria impensável. É a concretização de uma verdadeira solidariedade.

No entanto, o Conselho não tirou lições desta pandemia. Para vencer os desafios que a União Europeia enfrenta, precisamos de reforçar os programas europeus, designadamente na investigação, saúde, protecção civil e ambiente. Mas o Conselho cortou-os para o período 2021/2027.

Por seu turno, os envelopes nacionais foram altamente reforçados. Portugal terá cerca de 50 mil milhões de euros, em subvenções, até 2027. Nunca Portugal teve acesso a tanto dinheiro. É uma responsabilidade acrescida e uma emergência trabalhar para que os recursos sejam bem utilizados. O Plano de Recuperação e Resiliência tem de ter os projectos aprovados até 2023 e deveria estar articulado com o Portugal 2030!

Mas o governo ainda nem sequer definiu as metas e os objectivos a atingir em 2027. Temos de definir o que queremos. É imprescindível envolver as autarquias, as empresas, as universidades e as IPSS. Portugal tem de ser capaz de utilizar estes recursos para aumentar a produtividade, criar emprego e, em simultâneo, conseguir a coesão territorial, económica e social. Para isso, os programas operacionais regionais são essenciais. É um erro grave usar os fundos para pagar despesa corrente, tal como pretende o Governo de António Costa. Estes preciosos recursos não podem servir para o Estado se financiar a si próprio. Isso será inaceitável: significa desperdiçar uma nova oportunidade e, mais uma vez, comprometer o futuro do país e das novas gerações. Os fundos têm de ser uma mais valia! Devem reforçar a competitividade da nossa economia, promover a coesão, contribuir para a sustentabilidade ambiental e a inclusão das pessoas e dos territórios.

Squandering the funds is unacceptable

The EU response to the COVID-19 pandemic has been swift and positive, particularly from the Commission and the European Parliament. Flexibility has been given in the use of existing funds; co-financing rates have been increased to 100%; state aid rules have been eased; the European Civil Protection Mechanism has been strengthened. The Council (where Member States are represented) took its time, but adopted a historic decision: for the first time, a common guarantee allows the European Commission to fund itself on the markets to set up a €750 billion Recovery Fund. Before the pandemic, this would have been unthinkable. This is the realisation of true solidarity.

However, the Council has not learnt any lessons from this pandemic. To overcome the challenges facing the EU, we need to strengthen European programmes, in particular in research, health, civil protection and environment. But the Council has cut them for the 2021/2027 period. In turn, the national envelopes have been greatly strengthened. Portugal will have around €50 billion in grants by 2027.

Never before has Portugal had access to so much money. It is an increased responsibility and an emergency to work to ensure that the resources are well used. The Recovery and Resilience Plan have to have the projects approved by 2023 and should be linked to Portugal 2030! But the government has not even defined the goals and objectives to be achieved by 2027. We need to define what we want.

It is vital that we involve municipalities, companies, universities and NPOs. Portugal has to be able to use these resources to increase productivity, create jobs and at the same time achieve territorial, economic and social cohesion. To this end, regional operational programmes are essential. It is a serious mistake to use the funds to pay for current expenditure, as António Costa's government intends. These precious resources cannot be used by the State to finance itself. This will be unacceptable: it means wasting a new opportunity and, once again, compromising the future of the country and of younger generations. The funds have to be an asset! They must strengthen the competitiveness of our economy, promote cohesion, contribute to environmental sustainability and the inclusion of people and territories.

SALIM VALÁ

«Procurámos assumir uma perspectiva arrojada e inovadora para revitalizar a BVM» // «We have tried to adopt a bold and innovative stance to revitalise the BVM»

Com pouco mais de vinte anos de existência, a Bolsa de Valores de Moçambique (BVM) começou a ter maior visibilidade sob o comando de Salim Valá, que apostou numa gestão de proximidade junto dos empresários, investidores e população, a par com uma forte estratégia de comunicação. Actualmente, a BVM é reconhecida como um instrumento fundamental para o desenvolvimento económico e financeiro do país e, apesar da crise económica arrastada pelo panorama internacional devido à pandemia do novo coronavírus, o mercado de acções moçambicano não vacilou e continua em franco crescimento.

With little more than twenty years in existence, the Mozambique Stock Exchange began to grow more visible under Salim Valá, who focused on a management of close interaction with entrepreneurs, investors and the population, along with a powerful communication strategy. Today, the BVM is recognised as a fundamental instrument for the country's economic and financial development and, despite the economic crisis being dragged on by the international situation due to the new coronavirus pandemic, the Mozambican stock market has not wavered and continues to exhibit strong growth.

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY RICARDO FRANCO

A BVM foi criada há pouco mais de vinte anos, qual foi o objectivo?

A Bolsa de Valores de Moçambique foi criada de forma a materializar a política económica do Governo, em especial para dinamizar o sistema financeiro, sendo uma alternativa de financiamento à economia, um instrumento de promoção da poupança e a sua canalização para o investimento produtivo.

Durante alguns anos esteve quase inactiva, mas agora está dinamizada.

É bem verdade que, nos últimos anos, ampliámos a nossa visibilidade, potenciámos e aprofundámos o programa de educação e literacia financeira, passámos a intervir através de parceiros institucionais para ampliar o nosso escopo e abrangência, e fortalecemos a conexão com órgãos de comunicação social, como televisão, rádio e imprensa. Ao mesmo tempo, renovámos e modernizámos o *site* da BVM e reforçámos a nossa ligação com as universidades, institutos profissionais e escolas secundárias.

Quais os resultados concretos que foram alcançados?

Até ao final de 2019, a capitalização bolsista teve um crescimento de 65,0%, com o rácio a aumentar 12,4%, e o número de títulos cotados subiu 42,5%. As empresas cotadas no mercado accionista subiram 150% e o nível de financiamento à economia, através da BVM, aumentou 330,3%. O número de títulos e de titulares registados na Central de Valores Mobiliários foi, respectivamente, de 292,7% e 241,0%.

Também as acções dinamizadas, através do Programa de Educação Financeira, entre 2017 e 2019, ultrapassaram as metas pré-estabelecidas em mais de 216,5%, capacitando e sensibilizando, de forma directa e indirecta, mais de 86 mil pessoas, entre empresários, potenciais investidores, estudantes e outros cidadãos.

Este é um ano atípico, devido à pandemia. Estão a conseguir bons resultados?

Em 2020, a evolução continua a ser positiva, não tivemos percalços e as empresas cotadas passaram de dez para onze. Em Janeiro, foi cotada a primeira empresa no Terceiro Mercado, a Rede Viária de Moçambique (REVIMO). É, de facto, importante sublinhar que os resultados alcançados ocorrem num contexto de crise económica e muitas empresas enfrentaram grandes constrangimentos devido à pandemia, o mercado está volátil e pairam ainda muitos riscos e incertezas. As restrições impostas para evitar

> «Uma estratégia de proximidade permitiu que estivéssemos mais presentes» \\ «A strategy of proximity has allowed us to be more present»

The BVM was created just over twenty years ago, what was the goal at the time?

The Mozambique Stock Exchange was created in order to bring form to the government's economic policy, in particular to make the financial system more dynamic, as an alternative means to financing the economy, an instrument to promote savings and its channelling towards productive investment.

For some years it was almost inactive, but now it is energised.

It is true that in recent years we have increased our visibility, strengthened and deepened the financial education and literacy programme, and we have begun to intervene through institutional partners to broaden our scope and reach, while strengthening our connection with the media, including television, radio and the press. At the same time, we have renewed and modernised the BVM website and strengthened our ties with universities, professional institutes and secondary schools.

What tangible results have been achieved?

By the end of 2019, market capitalisation had grown by 65.0%, with the ratio increasing by 12.4%, and the number of listed stocks rose by 42.5%. Companies listed on the stock market rose by 150% and the level of funding to the economy through the BVM increased by 330.3%. The number of stocks and holders registered with the Central Securities Depository was 292.7% and 241.0% respectively.

The activities promoted through the Financial Education Programme between 2017 and 2019 also exceeded the pre-established targets by more than 216.5%, directly and indirectly training and raising the awareness of more than 86,000 people, including entrepreneurs, potential investors, students and other citizens.

This is an atypical year due to the pandemic. Are you achieving good results?

In 2020, the development continues to be positive, we have not had any setbacks and the listed companies have gone from ten to eleven. In January, the first company was listed on the Third Market, the Mozambique Road Network (REVIMO). It is indeed important to underline that the results achieved are taking place in a context of economic crisis and of many companies facing major constraints due to the pandemic. The market is volatile and there are still many risks and uncertainties. The restrictions

a propagação da COVID-19, como o distanciamento social e confinamento, condicionaram as iniciativas de literacia financeira, que têm por base as visitas corporativas, por todo o país. Isto reduziu a interacção com as pessoas, empresários e investidores e também causou o adiamento dos programas de capacitação e sensibilização presencial. Em contrapartida, accionamos os mecanismos digitais de interacção com os grupos-alvo prioritários.

As empresas têm aderido e reconhecem as vantagens da Bolsa de valores?

A adesão dos empresários e das empresas à cotação na Bolsa de Valores é o reconhecimento inequívoco das vantagens e benefícios que existem. Não é só a maior visibilidade pública ou resultados perante o mercado nacional e internacional, mas também o facto de ficarem com acesso a outros financiamentos, através de Obrigações Corporativas ou Papel Comercial, e acesso a financiamento baseado no próprio capital, vendendo acções da sociedade, ou emitindo novas. As empresas acabam por ter uma valorização decorrente do mercado e dos investidores que olham, acima de tudo, para um conjunto de factores intangíveis, que não entram na avaliação contabilística, mas a que os investidores dão importância, como a marca, a carteira de clientes, promissoras perspectivas de futuro, entre outros factores.

imposed to prevent the spread of COVID-19, such as social distancing and lockdown, have conditioned financial literacy initiatives, which are based on corporate visits, throughout the country. This has reduced interaction with individuals, entrepreneurs and investors and also caused the postponement of face-to-face training and awareness programmes. In return, we have activated digital interaction mechanisms of with the priority target groups.

Have companies embraced and recognised the advantages of the Stock Exchange?

The adoption made by entrepreneurs and companies to stock market listing is the unequivocal recognition of the existing advantages and benefits. It is not only the greater public visibility or results *vis-à-vis* the national and international market, but also the fact that they have access to other financing, through corporate bonds or commercial paper, and access to financing based on their own capital, selling company shares, or issuing new ones. The companies end up with an increase in value as a result of the market and investors who look, above all, at a number of intangible factors, which are not included in the accounting evaluation, but to which investors attach importance, such as the brand, the client portfolio, promising future prospects, among other factors.

«O volume de financiamento à economia, nos últimos quatro anos, cresceu mais de 330%» \\ «The volume of financing of the economy has grown more than 330% in the last 4 years»

Quais as iniciativas marcantes dos últimos anos?

Procurámos assumir uma perspectiva arrojada e inovadora para revitalizar a BVM, preparando-a para os desafios futuros. O estabelecimento de novos mercados, novos produtos e novos serviços foram marcantes. Criámos um novo mercado bolsista, o Terceiro Mercado e o lançamento os Índices de Bolsa, nomeadamente BVM Global, BVM Acções e BVM Obrigações. Também implementámos uma estratégia de proximidade permitindo que estivéssemos mais presentes e em contacto com as instituições de promoção económica, empresas, investidores, estudantes e docentes e representantes de classes profissionais; em suma, os cidadãos em geral. Em Agosto de 2017, admitimos a primeira e ainda única PME na BVM, a Zero Investimentos SA.

A Hidroeléctrica de Cahora Bassa, e a Cervejas de Moçambique, foram também importantes?

Foram duas grandes operações – a Oferta Pública de Venda, de 4% das acções da HCB e a Oferta Pública de Subscrição de Novas Acções, representativas de 30,19% da Cervejas de Moçambique. O caso da HCB, em Julho de 2019, foi um

What have been the stand-out initiatives in recent years?

We have tried to adopt a bold and innovative stance to revitalising the BVM, preparing it for future challenges. The establishment of new markets, new products and new services have proved important. We have created a new stock market, the Third Market and the launch of Stock Market Indices, namely BVM Global, BVM Shares and BVM Bonds. We have also implemented a strategy of proximity, allowing us to be more present and in contact with economic promotion institutions, companies, investors, students and teachers and representatives of professional classes; in short, citizens in general. In August 2017, we admitted the first and so far only SME to the BVM, Zero Investimentos SA.

Were Hidroeléctrica de Cahora Bassa (HCB) and Cervejas de Moçambique (CDM) also important?

There were two major operations – the Public Offering (OPV) of 4% of HCB's shares and the Public Offering of New Shares (OPS) representing 30.19% of Cervejas de Moçambique. The case of HCB, in July 2019, was a success in terms of financial inclusion: 16,000 new shareholders

sucesso em termos de inclusão financeira: 16 mil novos accionistas subscreveram 1.099 milhões de acções, no valor de 3.300 milhões meticais, equivalente a 55 milhões de dólares. Foi também aqui que, para chegar a todas as províncias, utilizámos novos canais de subscrição, como telemóveis e aplicações digitais, através dos quais foram transmitidas 36% das ordens à BVM. E, em Agosto desse ano, realizámos a OPS da CDM, naquela que foi a maior operação de financiamento de uma empresa através do mercado bolsista realizada em Moçambique, sendo angariados 7.793 milhões de meticais, o equivalente a 124,5 milhões de dólares. Foram duas operações de destaque num mesmo ano, que transmitiram ao mercado que as grandes empresas estão a financiar-se no mercado de capitais moçambicano.

O mercado de capitais é um instrumento económico e financeiro importante, já existe esta consciência em Moçambique?

O financiamento à economia através da BVM já é uma realidade, e a sua importância tem vindo a aumentar. O volume de financiamento à economia, nos últimos quatro anos, cresceu mais de 330%, e, hoje, situa-se em mais de 2 mil milhões de USD. Não é só o Estado que se financia através do mercado de capitais e da Bolsa de Valores, são também as empresas que o fazem, seja através de financiamento, obrigações corporativas, papel comercial, ou do seu capital social, emissão de novas acções como a OPS da CDM ou venda de acções existentes, como a OPV da HCB. Grandes, médias e pequenas empresas moçambicanas estão a usar a plataforma da BVM como apanágio dos seus valores como a inclusão, transparência e integridade.

subscribed for 1,099 million shares, worth 3,300 million Meticais, the equivalent to USD 55 million. It was also here that, in order to reach all the provinces, we used new subscription channels, such as mobile phones and digital applications, through which 36% of orders were transmitted to the BVM. And in August that year, we carried out CDM's OPS, in what was the largest financing operation of a company through the stock market in Mozambique, raising 7,793 million Meticais, equivalent to USD 124.5 million. These were two outstanding operations in the same year, which conveyed to the market that large companies are financing themselves on the Mozambican capital market.

The capital market is an important economic and financial instrument; are people aware of this in Mozambique yet?

The financing of the economy through the BVM is already a reality and its importance has been increasing. The volume of financing of the economy has grown more than 330% in the last 4 years and today stands at over USD 2 billion. It is not only the state that finances itself through the capital market and the Stock Exchange, it is also the companies that do so, whether through financing, corporate bonds, commercial paper, or their share capital, issuing new shares such as CDM's OPS or selling existing shares such as HCB's OPV. Large, medium and small Mozambican companies are using the BVM's platform as a hallmark of its values, such as inclusion, transparency and integrity.

Os cidadãos aderiram aos vossos produtos e sabem que há riscos?

Quem investe no mercado accionista tem de ter noção de que se trata de um investimento de médio e longo prazo, apesar de, durante esse tempo, haver oportunidade de rentabilizar ainda mais o seu investimento. Os investidores devem analisar as empresas onde investem, e uma vantagem de investir numa empresa cotada em Bolsa é que nós cedemos toda a informação relevante ao mercado. Uma empresa, quando se admite à cotação na BVM, tem obrigatoriedade de prestar informações ao mercado e aos investidores, permitindo o seu acompanhamento, o que dificilmente se consegue com empresas não cotadas.

Faz falta a Moçambique uma classe média robusta?

O desenvolvimento económico de um país não depende só da acumulação de capital, do aumento do PIB e da renda *per capita*. É fundamental que, além dos indicadores macroeconómicos, se registe um incremento do capital humano, haja boa governação e gestão sustentável dos recursos naturais e que os serviços essenciais estejam disponíveis para a maioria da população.

A melhoria do bem-estar social, com o crescimento económico inclusivo e a transformação estrutural da economia, vai fazer despontar uma robusta classe média, cada vez mais influente, poderosa e esclarecida.

«A melhoria do bem-estar social e o crescimento económico inclusivo vai fazer despontar uma robusta classe média» \\ «Improving social welfare and inclusive economic growth will bring out a robust middle class»

Have citizens embraced your products and do they know that there are risks?

Anyone investing in the stock market must be aware that this is a medium and long-term investment, although during that time there is an opportunity to make their investment even more profitable. Investors should analyse the companies they invest in and one advantage of investing in a listed company is that we provide all the relevant information to the market. When a company is listed on the BVM, it is obliged to provide information to the market and investors, allowing them to monitor it, which is difficult to achieve with unlisted companies.

Is Mozambique lacking a robust middle class?

A country's economic development does not depend solely on the accumulation of capital, the increase in GDP and per capita income. In addition to macroeconomic indicators, it is essential that there is an increase in human capital, that there is good governance and sustainable management of natural resources, and that essential services are available to the majority of the population. Improving social welfare, with inclusive economic growth and structural transformation of the economy, will bring out a robust middle class that is increasingly influential, powerful and enlightened.

O que o fascina mais: a economia ou as finanças?

Pela sua dimensão, abrangência, significado e finalidade, a economia é a que mais me fascina e atrai, mas sem querer com isto subestimar a importância das finanças. São dois termos e conceitos, por vezes, utilizados como sinónimos, mas a realidade não poderia estar mais longe, porque são distintos, embora se possam inter-relacionar e influenciar mutuamente.

É sua a frase «Investir na Bolsa é investir no desenvolvimento de Moçambique». Pode ser este o caminho para atenuar a crise?

Nesta minha frase revejo aquilo em que realmente acredito e aquilo que toda a Equipa da BVM advoga, ou seja, a Bolsa é um catalisador para o empoderamento económico dos moçambicanos e o reforço para o sector empresarial, quer este seja público ou privado. As empresas vão ter de se reposicionar no mercado, encontrar novas formas de dar continuidade aos seus negócios, mesmo que seja em moldes e formatos diferentes. Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades, mudam-se as atitudes e aposta-se em novas abordagens e enfoques.

What fascinates you more: the economy or finance?

Because of its size, scope, significance and purpose, the economy fascinates and attracts me the most, but without wanting to underestimate the importance of finance. These are two terms and concepts that are sometimes used synonymously, but reality could not be further from this, because they are different, although they can interrelate and influence each other.

Can your phrase «To invest in the stock market is to invest in the development of Mozambique» be the way to mitigate the crisis?

In this sentence of mine I can see once again what I really believe, and what the entire BVM team advocates, i.e. the Stock Exchange is a catalyst for the economic empowerment of Mozambicans and the strengthening of the business sector, whether public or private. Companies will have to reposition themselves in the market, find new ways to continue their business, even if in different shapes and forms. Times change, desires change, attitudes change and one commits to new approaches and focuses.

GOLO

A excelência daqui, reservada para si.

Ser cliente BCI Private representa a melhor opção para a concretização das suas expectativas financeiras e de investimento.

Com o BCI Private pode usufruir de todas as vantagens que o Cartão de Débito BCI Private disponibiliza especialmente para si.

Através deste inovador e moderno meio de pagamento, tem acesso exclusivo aos Centros BCI Private e acesso directo à sua Conta à Ordem para, com todo o prestígio, efectuar as suas compras, levantamentos e muitas outras operações bancárias.

O BCI tem ainda uma equipa de profissionais preparados para encontrar as soluções que melhor se adaptam às suas ambições e à preservação do seu património.

Numa atmosfera acolhedora e personalizada colocamos à sua disposição um Gestor que assegura a selecção dos serviços financeiros adequados aos seus objectivos.

BCI PRIVATE

CARLOS SILVA

«Os nossos produtos são direccionados a todos os públicos» // «Our products are aimed at all manner of customer»

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Fundada em 2006, a Safe Energy chega ao mercado para oferecer soluções de desenfumagem, luz e ventilação natural. Com uma aposta inicial em produtos certificados, oriundos da Bélgica, Alemanha e Países Baixos, depressa optou pelo fabrico nacional que, a par com a obrigatoriedade do controlo de fumos de forma natural, trouxe reconhecimento e liderança no segmento de mercado, onde a janela *Safe Vent* poderá ser, hoje em dia, considerada o produto estrela da empresa. No comando da Safe Energy está Carlos Silva, que defende soluções harmoniosas e sustentáveis, para o mercado de edifícios, que ajudam o planeta a ser mais verde.

Founded in 2006, Safe Energy brings to the market smoke removal, light and natural ventilation solutions. Initially focusing on certified products, sourced from Belgium, Germany and the Netherlands, it soon chose to manufacture in Portugal, which, together with mandatory controlling of smoke naturally, brought recognition and leadership in its market segment, in which *Safe Vent* can now be considered the company's star product. At the helm of Safe Energy we find Carlos Silva, who champions harmonious and sustainable solutions for the building market, which help the planet to be greener.

A Safe Energy foi criada para ser uma alternativa no mercado?

Sim, foi essa a ideia subjacente à constituição da empresa. Aliar a qualidade dos materiais à competência técnica, podendo, assim, oferecer aos clientes soluções personalizadas, sempre com o intuito de apresentar a melhor relação custo-benefício a quem nos procura ou opta pelos nossos produtos.

A que públicos se destinam os vossos produtos?

Os nossos produtos são direccionados a todos os públicos, quer no mercado residencial, quer no mercado industrial e turístico. A segurança é fundamental neste segmento, mas nunca a importância de viver ou trabalhar em espaços com boa luz natural e um adequado arejamento ganhou tanta relevância como agora. E é fundamental saber ouvir e sentir as necessidades dos clientes do mercado residencial, até porque o nosso lema sempre foi: qualidade de vida com luz natural, ar renovado e em segurança.

As vossas clarabóias são também um produto que valoriza um sótão ou a reabilitação de um edifício.

As nossas clarabóias podem ser uma mais-valia em relação às janelas de sótão, pois permitem inúmeras possibilidades e estão disponíveis em diversas dimensões. Apresentam diferentes coeficientes térmicos, camada dupla e tripla, combinando policarbonato, vidro, acrílico e vidro, e podem ser equipadas com estore. Ao mesmo tempo, permitem abertura e fecho por comando à distância e ligação ao sistema de domótica do edifício.

«Nunca a importância de viver ou trabalhar em espaços com boa luz natural e um adequado arejamento ganhou tanta relevância como agora» \\ «Never has the importance of living or working in spaces with good natural light that are properly aired enjoyed as much relevance as right now»

A Safe Energy está registada na Autoridade Nacional de Proteção Civil (ANEPC), o que foi preciso para terem este registo e em que medida é importante?

A obrigatoriedade de registo na ANEPC foi, para nós, uma excelente medida, pois a maioria dos trabalhadores da Safe Energy são quadros técnicos qualificados, pelo que estávamos preparados para satisfazer, de imediato, os requisitos necessários.

Os produtos *Safe Skylux Flex* têm *design* e quase não se sentem, foi uma opção?

Este é um produto único, fornecido em *kit* e ideal para remodelações. Inclui todos os componentes necessários e permite uma fácil substituição. Mas, se me permite, julgo que o *design* mais apelativo é o da nossa *Skylux iWindow*, uma clarabóia elegante, com uma ampla aceitação junto de arquitectos, em particular para o mercado residencial, de linhas contemporâneas.

Was Safe Energy created to provide an alternative in the market?

Yes, that was the idea behind setting up the company. To combine quality of materials with technical competence, and thus being able to offer customers bespoke solutions, while always aiming to provide the best cost-effectiveness to anyone coming to us or choosing our products.

What is your target market?

Our products are aimed at all manner of customer, whether in the residential market or in the industrial and tourism market. Safety is fundamental in this segment, but never has the importance of living or working in spaces with good natural light that are properly aired enjoyed as much relevance as right now. And it is fundamental to know how to listen to and understand the needs of residential market customers, not least because our motto has always been: quality of life with natural light, fresh air and safety.

Your skylights are also a product that bring added value to an attic or the renovation project of a building.

Our skylights can prove an asset with regard to attic windows, because they enable numerous possibilities and are available in various sizes. They have different thermal coefficients, double and triple layering, combining polycarbonate, glass, acrylic and glass, and can be fitted with a blind. At the same time, they can be opened and closed by remote control and can be connected to the building's home automation system.

Safe Energy is registered with the National Civil Protection Authority (ANEPC); what was required to obtain this registration and how important is it?

The requirement to register with ANEPC was, for us, an excellent measure, as most of Safe Energy's employees are qualified technicians, so we were already in a place to immediately meet the necessary requirements.

***Safe Skylux Flex* products have great design and you hardly notice them – was this the idea?**

This is a unique product, supplied in kit form and ideal for renovations. It includes all the necessary components making it easy to replace. But, if I may, I think the most alluring design is our *Skylux iWindow*, an elegant, contemporary style skylight, appreciated among architects, particularly for the residential market.

Redesenharam a imagem corporativa da empresa por alguma razão especial?

A decisão surgiu por ocasião do nosso 12.º aniversário. O mercado tinha atravessado um período de crise económica, muito acentuada, com as feiras do sector a deixarem de ser uma aposta para nós, mas era importante dar um sinal de que a Safe Energy estava presente, sólida e sempre disponível para prestar aos clientes o melhor serviço técnico e apresentar as melhores soluções.

«As nossas clarabóias podem ser uma mais-valia em relação às janelas de sótão» \\ «Our skylights can prove an asset with regard to attic windows»

Nesta época atípica, as construções e remodelações estão a meio termo em quase todo o país, a Safe Energy está a sentir alguma quebra?

Esta é uma fase de muitas adaptações, apostámos muito no trabalho remoto para tentar proteger o melhor possível os nossos oito colaboradores. À medida que os dias foram passando, percebemos que poderíamos apostar mais no mercado residencial. As nossas soluções, de integração na domótica para um maior conforto no interior, e as nossas pérgulas *Climax Panorama* e *Climalux*, para um máximo aproveitamento dos espaços exteriores, ganharam uma nova expressão.

Have you redesigned the company's corporate image for any reason in particular?

The decision was made on the occasion of our 12th anniversary. The market had gone through a period of economic crisis, keenly felt, with sector trade fairs no longer an investment choice for us. It was important for us to send out a signal that Safe Energy was still there, in good shape and always available to provide customers with the best technical service and provide the best solutions.

At this unusual time, construction and renovation projects are down across almost the whole country; is Safe Energy experiencing a slow down?

This is a phase of adapting. We have invested a lot in remote working to try to protect our eight employees as best we can. As the days went by, we realised that we could focus more on the residential market. Our solutions, integrated into home automation for greater comfort indoors, and our *Climax Panorama* and *Climalux* pergolas, for maximum use of outdoor spaces, have taken on a new importance.

LUÍS LIMA
Presidente da APEMIP
President of APEMIP

Não há motivos para desvalorizar os preços

A situação pandémica teve uma consequência directa na procura imobiliária, motivada, exclusivamente, pela questão sanitária e pelo impacto que teve nas rotas aéreas. Esta quebra da procura, aliada a uma expectável instabilidade laboral, poderá levar, de alguma forma, a que haja uma tendência para a desvalorização do património. No entanto, é importante realçar que, neste momento, e tendo em conta o panorama imobiliário nacional, não há nenhuma justificação para que tal aconteça, à excepção da necessária correcção dos preços de alguns activos – em particular nas principais cidades do país – que se encontravam a ser comercializados acima do real valor de mercado.

Se na última crise económica havia, no panorama nacional, um excesso de oferta imobiliária, que acabou por motivar uma quebra de preços (sendo que, ainda assim, não se possa considerar que tenha havido uma bolha imobiliária pela desvalorização), desta vez, este excesso não se verifica. Acontece, aliás, precisamente o contrário, sobretudo nos segmentos médio e médio baixo, onde continua a haver falta de casas que supram as necessidades (e possibilidades) da procura.

No panorama actual, continua a haver boas perspectivas para o imobiliário, assentes numa expectativa de manutenção ou aumento do investimento estrangeiro (pela eventual existência de novos mercados emissores e com a normalização do trabalho remoto). Também o arrendamento surgirá como uma boa aposta, quer numa óptica de investimento para rentabilização, quer como negócio.

Vivemos num mundo global onde as notícias circulam à velocidade da luz, condicionando o comportamento dos mercados e de potenciais compradores, é por isso importante continuar a pugnar por um sector imobiliário assente na transparência, confiança e estabilidade. E isso passa também pela transmissão de uma mensagem de verdade: não há, neste momento, nenhuma justificação para desvalorizar os preços do imobiliário nacional.

There is no reason for prices to go down

The pandemic has had a direct effect on demand for real estate, motivated exclusively by health issues and the impact they have had on air routes.

This fall in demand, combined with expected labour instability, may lead in some way to a trend towards asset devaluation. However, it is important to stress that, at the moment, and taking into account the national real estate scene, there is no justification for this, except for the necessary correction of the prices of some assets – particularly in the major cities of the country – that were being sold above the real market value.

If in the last economic crisis there was, nationally speaking, a surfeit of real estate supply, which eventually led to a drop in prices (but even then it would be wrong to consider that there was a real estate bubble due to the devaluation), this time there is no such surfeit. In fact, the opposite is true, especially in the middle and lower middle segments, where there is still a lack of houses that meet the needs (and possibilities) of demand.

In the current scenario, there are still good prospects for the real estate sector, based on the expectation that foreign investment will continue or increase (due to the possible existence of new issuing markets and with the normalisation of remote working). The rental market will also appear as a good bet, both from an investment and return point of view and as a business.

We live in a global world where news circulates at the speed of light, affecting how the markets and potential buyers behave, so it is important to continue to strive for a property sector based on transparency, trust and stability. And this also involves sending out a message of truth: there is currently no justification for devaluing

Cobermaster® Concept
Cool Art Furniture

NORTE 2020 PORTUGAL 2020 UNIÃO EUROPEIA Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

CARLOS GILBERTO MENDES

«Quero resgatar o que de melhor tivemos no desporto» // «I want to reclaim the best we had in sport»

Decorria o ano de 1977 quando Carlos Gilberto Mendes bateu o recorde nacional de natação, em Moçambique, país onde nasceu, em 1966, na antiga Lourenço Marques. Até chegar a 2020, cresceu como actor, tendo sido protagonista na primeira longa metragem nacional «O Vento Sopra do Norte», e também como apresentador de televisão. Em Janeiro deste ano atípico para o mundo inteiro, assume a pasta da recém-criada Secretaria de Estado de Desportos, por extinção do Ministério da Juventude e Desportos. E, em plena pandemia do novo coronavírus, desdobra-se em viagens pelo país, levando as suas ideias para transformar problemas em oportunidades, criando soluções para que o desporto em Moçambique volte a brilhar.

The year was 1977 when Carlos Gilberto Mendes broke the national swimming record in what was then known as Lourenço Marques, in Mozambique, the country where he was born in 1966. Until 2020, he grew up to be an actor, starring in the first national feature film «O Vento Sopra do Norte» – *The Wind Blows from the North* –, and working as a television host. In January of this year, an unusual one for the entire world, he took on the role of Secretary of State for Sports, recently created after the extinction of the Ministry of Youth and Sports. In the middle of the new coronavirus pandemic, he travels around the country, using his ideas to turn problems into opportunities, creating solutions in order to bring the spark back to sport in Mozambique.

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY MARIANO SILVA

Como Secretário de Estado do Desporto, quais são os seus maiores desafios?

Quero resgatar o que de melhor tivemos no desporto e dar a devida visibilidade aos nossos campeões. Ao mesmo tempo, recuperar as infra-estruturas desportivas e investir em novas, para dotar o país das condições necessárias para a prática das modalidades, com a qualidade que desejamos. E, por fim, mas não por último, investir forte na formação de técnicos, atletas, gestores, jornalistas, professores de educação física e todos os *stakeholders* relacionados com a prática desportiva.

What are your biggest challenges as Secretary of State for Sport?

I want to reclaim the best we had in sport and give due visibility to our champions. At the same time, I want to recover sporting facilities and invest in new ones, in order to endow the country with the necessary conditions for participating in sport and with the quality that we want. And, last but not least, invest heavily in the training of coaches, athletes, managers, journalists, physical education teachers and all stakeholders involved in sports practice.

Tem realizado visitas aos clubes. Para si, uma liderança de proximidade é importante?

Muito. Se não estivermos próximos não conseguiremos comunicar convenientemente. Quanto mais próximos estivermos, melhor, e é nessa premissa que assentam as nossas visitas. Proximidade para quebrar barreiras e percebermos o que se pretende nos clubes e em todo o movimento associativo. Essa proximidade vai levar-nos a encontrar soluções conjuntas para os problemas que nos são comuns.

You have paid visits to clubs. Is involved leadership important to you?

Very much so. If we are not involved we will not be able to communicate properly. The closer we are, the better, and it is on this premise that our visits are based. Proximity to break down barriers and to understand what is intended in the clubs and in the entire associative movement. This close involvement will lead to us finding joint solutions to the problems that are common to us.

«Uma modalidade pode ser um bom negócio e trazer retorno» \\ «A sport can be a good business and earn a return»

Ficou impressionado com as instalações e o modo de operar da Associação Black Bulls. Mais iniciativas assim poderiam melhorar o futebol e descobrir talentos?

Fiquei agradavelmente impressionado com o investimento do sector privado no desporto. A Associação Black Bulls é prova inequívoca de que uma modalidade pode ser um bom negócio e trazer retorno. Sonho com o dia em que investimentos como este se estendam às outras modalidades. Aí veremos várias «Lurdes Mutolas» a nascerem em catadupas.

You were impressed with the facilities and the way the Black Bulls Association operates. Could more initiatives like this improve football and discover talent?

I have been pleasantly impressed by the private sector's investment in sport. The Black Bulls Association is clear proof that a sport can be a good business and earn a return. I dream of the day when investments like this extend to other sports. Then we will see several «Lurdes Mutolas» being born in abundance.

O seu mandato ficará relacionado com a mudança de data do Moçambola.

O meu mandato ficará relacionado com o adiamento de quase tudo. Infelizmente. Aprendi que, na minha posição, não me devo pronunciar sobre questões que estão ainda a ser debatidas pelo movimento do futebol. A gente do futebol tem os nervos à flor da pele, qualquer pronunciamento meu, ainda que no capítulo das conjunturas, é interpretado como se de uma tentativa de imposição se tratasse, por isso, vou ficar aqui na plateia a assistir ao debate e, quando decidirem, eu lá estarei para apoiar.

Your mandate will be related to the change of date of the Moçambola.

My mandate will be related to the postponement of almost everything. Unfortunately. I have learned that, in my position, I should not comment on matters that are still being discussed by the football movement. The football people are on edge, any comment of mine, even in the context of varying scenarios, is interpreted as an attempt to impose, so I will stay here in the audience to watch the debate and, when they decide, I will be there to support.

A mudança do nome da Selecção Nacional de Futebol, Mambas, é algo que já defendia no programa «Conexões do Gyl».

Foi com essa questão que aprendi que me é vedada a possibilidade de opinar. Eu dei a minha opinião sobre um assunto que havia sido levado a escrutínio público pela Federação Moçambicana de Futebol e meio mundo considerou que eu é que era o autor da consulta.

The change of name of the National Football Squad, Mambas, is something you already advocated in the «Gyl Connections» programme.

It is from this issue that I learned that I am barred from expressing an opinion. I gave my opinion on a matter that had been put to public scrutiny by the Mozambican Football Federation and half the world thought that I was behind the consultation.

«Qualquer investimento nesta modalidade [golfe] terá retorno» \\ «Any investment in this sport [golf] will bring a return»

O futebol junta um país, mas não podemos esquecer outras modalidades, que podem alavancar o turismo, como o caso do golfe.

O golfe é uma das modalidades onde mais se tem investido. Há vários campos a nascer e todos eles com um *green* espectacular. Deverá, a par de outras tantas maravilhas que o país tem, ser um gancho para atrair o turismo e trazer divisas. Além disso, está a ser estudada a criação da Federação do Golfe. Qualquer investimento nesta modalidade terá retorno, se o foco não for perdido, por isso, há que criar incentivos. E há aqui uma grande vantagem, o golfe traz-nos um naipe de praticantes com os quais se pode, facilmente, encontrar soluções de investimento.

Football brings a country together, but we must not forget other sports, which can boost tourism, such as golf, for example.

Golf is one of the sports where there has been more investment. There are several courses being created and all of them with spectacular fairways and greens. It should, along with so many other wonders that the country has, act as a hook to attract tourism and bring in foreign currency. In addition to this, the creation of the Golf Federation is being looked into. Any investment in this sport will bring a return, if we don't lose focus. And so we need to create incentives. And there is a great advantage here: golf brings us a range of players with whom one can easily find investment solutions.

O pólo equestre também já deu provas de que reúne adeptos, será também para apostar?

Claramente, e prova disso foi o evento realizado no final de 2019, foi muito interessante. Nesse sentido, devemos investir forte para que as próximas edições tenham cavaleiros e cavalos nacionais. Ficou demonstrado que há espaço para o pólo equestre e em termos de cavalos, provavelmente, os nossos podem ter boa *performance* para que possamos investir. Está também na forja, a criação da Federação de Desportos Equestres para podermos voar mais alto.

O que tem pensado para a natação, modalidade que bem conhece?

A natação tem algo curioso que precisamos de analisar com alguma ciência. É, de longe, onde há mais formação. As escolas de natação estão bem estruturadas e o que não falta é criançada a nadar e com forte apoio familiar, o que é importante. Mas, quando deixam de ser crianças, o ritmo competitivo enfrenta uma dificuldade estranha. Nos escalões de formação estamos taco-a-taco com a África do Sul e Zimbabwe. Mas, na idade adulta, são os nossos vizinhos que batem recordes olímpicos. Por isso, há que fazer uma análise profunda para encontrar soluções.

«Desporto e cultura são, em todo o mundo, a alma que atrai o turismo»
\\«Sport and culture are the soul that attracts tourism all over the world»

Podem desporto e cultura dar o braço para iniciativas pontuais?

Desporto e cultura são, em todo o mundo, a alma que atrai o turismo. Com o desporto podemos criar a isca para eventos culturais. Se tivermos modalidades bem estruturadas, teremos aqui competições internacionais aonde, para além dos atletas, vem sempre uma grande comitiva e isso vai alavancar o turismo.

Perante a situação que o país e o mundo atravessam, quais são as suas maiores preocupações, como Secretário de Estado e enquanto ser humano?

Que a humanidade sobreviva a esta pandemia. E que aprendamos que há coisas mais importantes na vida do que os bens materiais.

Polo has also proved to can attract followers; will this also be a focus?

Clearly, and proof of this was the event held at the end of 2019, which was very interesting. In this sense, we must invest heavily so that the coming editions feature national riders and horses. It has been shown that there is room for polo and in terms of horses ours can probably perform well so that we can invest. Also in the making is the creation of the Equestrian Sports Federation so that we can fly higher.

What have you been thinking up for swimming, a sport you know well?

There is something curious about swimming that we need to analyse with some science. It is, by far, where there is the most training. Swimming schools are well structured and there is no lack in children swimming and strong family support, which is important. But when they stop being children, the competitive pace faces a strange difficulty. In training levels we are on par with South Africa and Zimbabwe. But as adults, it is our neighbours who break Olympic records. That's why we have to make an in-depth analysis to find solutions.

Can sport and culture link arms for specific initiatives?

Sport and culture are the soul that attracts tourism all over the world. With sport we can create the bait for cultural events. If we have well-structured sports, we will have international competitions here at which, apart from the athletes, there is always a great entourage and this will stimulate tourism.

Given the situation that the country and the world are going through, what are your main concerns, as Secretary of State and as a human being?

That humanity survives this pandemic. And that we learn that there are more important things in life than material goods.

QUER PAGAR MENOS
PELOS SEUS CRÉDITOS?

CONTE COM AS NOSSAS SOLUÇÕES
E REDUZA OS SEUS ENCARGOS MENSAIS.

DS CRÉDITO
GRUPO DECISÕES E SOLUÇÕES

A DECISÕES E SOLUÇÕES - INTERMEDIÁRIOS DE CRÉDITO, LDA está registada no Banco de Portugal, como intermediário de crédito vinculado, sob o nº 926.

dscredito.pt

FRANCISCO MOITA FLORES

«A minha vida é um rio infinito de palavras»
«My life is an endless river of words»

Com bacharelato em Biologia e licenciatura em História e Sociologia, Francisco Moita Flores trabalhou na Polícia Judiciária e foi condecorado, em 2009, com o grau de Grande Oficial da Ordem do Infante pela carreira literária e pública. E é pelas palavras que vai construindo enredos, que atraem e pedem que chegue o próximo romance. Ao longo dos anos de escrita, publicou dezenas de livros e escreveu os mais inusitados guiões para séries, a partir de algumas das suas obras. Desenterrou um passado vergonhoso com *Ballet Rose* e mostrou ao mundo *Dona Antónia Ferreira*, mulher singular, que deitou as mãos à terra e colocou os vinhos do Douro no mundo. No decorrer da vida, criou centenas de personagens que mata, mas perpetuam nas suas histórias.

With a BSc in Biology and a degree in History and Sociology, Francisco Moita Flores worked in the Portuguese Crime Squad and was decorated, in 2009, with the class of Grand Officer of the Order of Prince Henry for his literary and public career. And it is through words that he builds plots, which appeal and demand the impatient arrival of a next novel. Over the years of writing, he has published dozens of books and written the most unusual scripts for TV series, adapted from some of his works. He uncovered a shameful past with *Ballet Rose* and revealed to the world *Dona Antónia Ferreira*, a unique woman, who took hold of her land and brought Douro wines into the world. Throughout the course of his life, he has created hundreds of characters that he kills, but which live on his stories.

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

O que significa para si a palavra?

A palavra é a nossa dimensão deontológica material, sem palavra não nos encontraríamos, não nos sentiríamos, não nos conseguiríamos transmitir aos outros. A palavra tem um sentido mágico, na minha cabeça e no meu coração. Se assim não fosse, não tinha este prazer infinito em escrever e em brincar com as palavras e discutir com elas e, com elas, cantar e, com elas, chorar. A minha vida é um rio infinito de palavras.

E as ideias, o enredo, como surge a construção da sua narrativa?

Fui um privilegiado, no que respeita à ficção, porque praticamente vivi dentro da Polícia Judiciária e, no meu sector, só entravam pessoas em sofrimento. Assisti aos mais radicais dos martírios, gente que foi roubada, gente que perdeu os filhos, gente transtornada, e isso permite aproximar-me muito da humanidade. Vivi no limite de todas as emoções, no epicentro de todas as tragédias, das coisas mais horríveis que se possa imaginar. Também havia histórias com final feliz e muitas alegrias. Aquilo é um laboratório de emoções. Não escrevo sobre as situações que vivi. As histórias vão embora, mas as emoções ficam.

«Sou, sobretudo, um contador de histórias» \\ «I am, above all else, a storyteller»

E foi por um acaso que aconteceu o *Ballet Rose*, que também originou uma série de televisão?

A verdadeira história deu origem ao exílio de Mário Soares e à prisão do Urbano Tavares Rodrigues e do Francisco Sousa Tavares. Eles denunciaram aquele escândalo, naquele tempo, na imprensa estrageira; deram voz pública a jornalistas sobre algo do qual não se podia falar em Portugal. Eu era miúdo, com 16 ou 17 anos, quando o caso começou a ser falado, em sussurro, e eles foram perseguidos, e, desde aí, achei o caso interessante do ponto de vista da investigação. Era um argumento forte. A minha vida tem sido feita pelo que vai aparecendo, não é programado contar esta ou aquela história, eu conto as histórias que me aparecem e que acho que têm piada serem contadas, porque sou, sobretudo, um contador de histórias.

Ouvia muitas histórias quando era criança?

Sim, nesse tempo não havia condições para ler, os livros eram proibidos, e nós ouvíamos os contos dos nossos avós, e, muitas vezes, dos vizinhos. Sentávamo-nos e começava o: «Era uma vez»... Adorava aquilo e, ainda hoje, adoro serões ou tardes de domingo assim. Publiquei um livro juvenil, *Histórias da Maresia do Mar*, que pertence ao Plano Nacional de Leitura, porque os meus filhos não se entendiam com a geografia, e eu falava do assunto em histórias,

What do words mean to you?

Words are our material deontological dimension, without words we wouldn't meet, we wouldn't feel, we wouldn't be able to transmit ourselves to others. Words have a magical meaning, in my head and in my heart. If that wasn't the case, I wouldn't have this endless pleasure in writing and in playing with words and quarrelling with them and singing and crying with them. My life is an endless river of words.

And the ideas, the plot, how does the construction of your narrative arise?

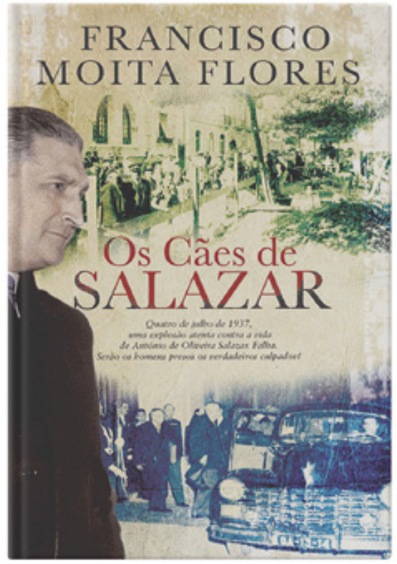
I have been privileged, as far as fiction is concerned, because I practically lived within the Crime Squad, and in my department we only encountered people in distress. I came across the most radical of martyrs, people who had been robbed, people who lost their children, people who were upset, and this brought me into very close contact with humanity. I have lived at the limit of every emotion, at the epicentre every kind of tragedy, of the most horrific things imaginable. There were also stories with a happy ending and many happy times. It was a laboratory of emotions. I don't write about the situations I have been through. The stories go away, but the emotions remain.

And did *Ballet Rose*, which also originated a television series, come about by chance?

The true story led to the exile of Mário Soares and the imprisonment of Urbano Tavares Rodrigues and Francisco Sousa Tavares. They exposed that scandal, at that time, in the foreign press; they gave a public voice to journalists about something that could not be spoken of in Portugal. I was a lad, aged 16 or 17, when the case started to be talked about, in a whisper, and they were prosecuted, and since then I have found the case interesting from the point of view of the investigation. It was a powerful argument. My life has been made up of things appearing, it is not programmed to tell this or that story, I tell the stories that appear to me that I think would be fun to tell, because I am, above all else, a storyteller.

Were you told many stories as a child?

Yes, back then reading wasn't really an option, books were banned, and we would listen to the stories our grandparents, and often our neighbours would tell us. We would sit down and the «Once upon a time...» would begin. I loved it and, even today, I love evenings or afternoons like this. I published a children's book, *Histórias da Maresia do Mar (Tales of the Salty Air of the Sea)*, which is part of the National Reading Plan, because my children didn't get



contava o ciclo da água em história, dava-lhes a matéria a contar contos, porque os contos têm uma vertente popular e são de adesão muito forte.

Como vai criando as personagens?

As minhas personagens aparecem da minha reflexão, começo a construí-las mentalmente, levo muito tempo, e elas também ganham forma, ao longo da história, com palavras e alma. Criei, ao longo da minha vida, mais de mil personagens, o que obriga a um grande esforço de gravidez para as fazer crescer e, depois, obriga-me a um assassinato imediato, porque quando acabo uma obra não posso ficar com elas dentro de mim. Quando escrevi a *Fúria das Vinhas*, que resultou na série *Ferreirinha*, vivia uma paixão intensa com aquela senhora, de tal maneira intensa que, durante meses, não fui capaz de libertar-me dela e não conseguia escrever, porque só pensava na Dona Antónia Ferreira. É preciso matar as personagens.

«A minha vida tem sido feita pelo que vai aparecendo» \\ «My life has been made up of things appearing»

E também colocou a Dona Antónia Ferreira no devido patamar.

Descobri a Ferreirinha por acidente e percebi que não era uma marca, mas sim uma mulher, e uma mulher sozinha no século XIX. Naquele tempo, as grandes proprietárias ficavam sem nome, quando morria o marido, o exemplo é o da Viúva Lamego, eram todas viúvas de alguém e esta mulher não, esta mulher não quis ser viúva de ninguém. Quando enviuvou ficou a Dona Antónia Ferreira e revolucionou o Vinho do Porto e outros da região do Douro. Depois do livro e da série, finalmente, foi feita justiça e ela passou a figurar como uma das mulheres mais importantes do país. Também gosto de desenterrar pessoas desvalorizadas pela História, dá-me um grande prazer.

along very well with geography, and I would talk about it in stories, I would tell them about the water cycle in a story, give them the material to tell stories, because stories have a popular aspect to them and are readily accepted.

How do you go about creating your characters?

My characters are part of my thought process. I start to build them mentally, it takes me a long time, and they also come together as the story progresses, with words and soul. Throughout my life, I have created more than a thousand characters, which requires great gestational effort to make them grow, and then forces me into an immediate murder, because when I finish a work I cannot keep them inside me. When I wrote *Fúria das Vinhas*, which resulted in the *Ferreirinha* television series, I was so intensely passionate about that lady that, for months, I was unable to get her out of my thoughts and was unable to write, because all I could think about was Dona Antónia Ferreira. You have to kill the characters.

And it has also given Dona Antónia Ferreira the right standing.

I discovered Ferreirinha by accident and realised that it wasn't a brand, but a woman and a lone woman in the 19th century. At that time, the great women estate owners went nameless, when their husband died, like Viúva Lamego, for example. They were all somebody's widows, but this woman wasn't. This woman did not want to be anyone's widow. When she was widowed, Dona Antónia Ferreira remained and went on to revolutionise port and other wines from the Douro region. After the book and the series, justice was finally done and she became one of the most important women in the country. I also like to dig up people undervalued by history, it gives me great pleasure.

O seu último romance, *Os Cães de Salazar*, também está a ser um sucesso?

É verdade, foi dos mais vendidos da Feira do Livro, sinal de que as pessoas gostam das minhas histórias. Peguei nisto quando estava a investigar para um outro romance e caiu-me nas mãos o processo que dá origem ao livro, estava no arquivo da Polícia Judiciária. Em 45 anos, fui a segunda pessoa a pegar no processo. Fiquei apaixonado pelo caso. A história é sobre o primeiro e único atentado que houve contra Salazar, e da grande confusão que se gerou em torno do processo, porque tinham de culpar alguém que se veio a provar que não era culpado.

Sente que é reconhecido?

Acho que sim, quem foi condecorado pela República não se sente desagradecido. Acho que estou a cumprir o meu modesto papel, que foi de serviço público e de grande dedicação. Não tenho maldades ou rancores dentro de mim, não há nenhuma injustiça para reparar. Tenho muitos leitores, são uma imensidão, que me fazem festinhas por mensagens escritas ou cumprimentando quando me encontram, e eu fico muito contente.

E como está a viver esta época que parece não terminar?

Estou a viver muito mal, não dou um beijo aos meus netos há seis meses, não dou um beijo e abraço ao meu pai há seis meses, porque o confinamento e o facto de estar numa idade de risco obrigam-me à distância social, e nós não somos distância social, nós somos toque, somos abraço e somos corpos que exprimem as suas afeições através do toque, nós nascemos para os outros, nenhum de nós é algo sem os outros; e este exílio em nós próprios que nos retira a dimensão social, esta pandemia, está a destruir aquilo que de mais essencial existe dentro de nós, que são os afetos pelo abraço e beijo.

Vai haver algum livro sobre esta pandemia?

Sim, o meu próximo romance vai ser sobre a pandemia, sobre a vida de uma família que vive esta época, terá um olhar irónico e humorístico, porque não se pode falar na sua repercussão mais negra. Estou a reunir apontamentos sobre este período de desnorte, medo e insegurança e preocupação. É a primeira vez nas nossas vidas que se vive sem saber como é amanhã, sem perspectiva de futuro. Antes, conseguíamos pensar, pelo menos a um ano; agora, não há ninguém que garanta como vai ser amanhã. Vivemos em função de um relatório diário.

Is your latest novel, *Os Cães de Salazar*, also proving a success?

Yes, it was one of the bestselling books at the Book Fair, a sign that people like my stories. I first got into this when I was researching for another novel and the case that gave rise to the book fell into my hands. It was in the Crime Squad's archives. In 45 years, I was the second person to pick up the file. I fell in love with the case. The story is about the first and only assassination attempt that took place against Salazar, and the great confusion that resulted around the case, because they had to frame someone who came to prove that he was not guilty.

Do you feel proper recognition?

I think so; anyone who has been decorated by the Republic doesn't feel displeased. I think I am fulfilling my modest role, which was one of public service and great dedication. I feel no evil or grudges within me; there is no injustice to mend. I have many readers; they are so many of them, who treat me with written messages or by greeting me when they meet me, and that makes me very happy.

«Gosto de desenterrar pessoas desvalorizadas pela História»
\\ «I like to dig up people undervalued by history»

And how are you getting through this time that seems like it'll never end?

I've being having a bad time of it; I haven't given a kiss to my grandchildren for six months, I haven't kissed or hugged my father for six months, because lockdown and my age force me to social distance, and we are not social distance, we are touch, we are hug and we are bodies that express their affections through touch. We are born for others, none of us is anything without others; and this exile in ourselves that takes away the social dimension, this pandemic, is destroying what is most essential within us, affection through hugging and kissing.

Will there be a book about this pandemic then?

Yes, my next novel will be about the pandemic, about the life of a family living in this period. It will have an ironic and humorous slant, because you can't talk about its darker repercussions. I am collating notes about this period of bewilderment, fear and insecurity and concern. It is the first time in our lives that we are living without knowing how things will be tomorrow, without a perspective of the future. Before, we could think at least a year forward; now there is no one to guarantee what tomorrow will be like. We are living according to a daily report.

RICARDO PEREIRA
Economista
Economist

COVID-19 e a economia portuguesa

A COVID-19 apanhou todo o mundo de surpresa e Portugal não foi excepção. Acontecimento com repercussões políticas, económicas e sociais que perdurará na nossa história e levará a meses de recuperação da nossa economia e, principalmente, confiança. O alvoroço instalado no país, com o confinamento, fez com que os cidadãos se preparassem de forma natural para os possíveis efeitos negativos da pandemia, fazendo disparar a taxa de poupança das famílias.

Naturalmente, a pandemia e toda a situação envolvente tiveram um grande impacto na oferta agregada, levando a um cenário macroeconómico negativo e aumentando o desemprego por via de insolvências afectas às micro e pequenas médias empresas.

A economia está no limite, incapaz de aguentar outro confinamento. Exige-se, pois, a todos, uma capacidade acima do limite na protecção do outro, seja à entidade Estado, ao privado, como a todos os cidadãos *per si*. Por outro lado, terminado o período de férias e volvidos à (a)normal actividade, o cenário macroeconómico para o tecido empresarial português será de adaptação e reinvenção porque, se, por um lado, a busca da manutenção das encomendas em curso se reveste de importância capital, por outro lado, torna-se imperioso, portanto, a exploração de novas encomendas, de modo a assegurar os postos de trabalho, tendo sempre, no horizonte, o final do ano e o início de 2021.

Chegados aqui, e após conclusão das negociações do estado português com a UE, o resultado é uma galáctica cifra obtida em subvenções de aproximadamente 15 mil milhões de euros a fundo perdido para os próximos anos, levando Portugal, no curto prazo, a uma política proteccionista, por um lado, e, no limite das suas competências, a estar preparado para uma inversão de políticas, que permita passar rapidamente para uma política expansionista no longo prazo, tendo como prioridade a centralidade de Portugal no contexto europeu e na aproximação aos centros decisores.

Para isto, Portugal necessita de um conjunto de infra-estruturas robustas e projectadas para o futuro, devendo ter à cabeça a ligação ferroviária de alta velocidade ao centro da Europa, em bitola europeia, e uma melhor e mais eficiente exploração dos portos de mar, não só pela grande facilidade e capacidade de movimentação de pessoas e bens, mas também pelas preocupações ambientais e pela eficiência energética.

COVID-19 and the Portuguese economy

COVID-19 took the whole world by surprise and Portugal was no exception. The political, economic and social repercussions of this event will endure in our history and it will take months for the recovery of our economy and, above all, confidence. The upheaval let loose on the country, with the lockdown, has made citizens prepare themselves naturally for the possible negative effects of the pandemic, driving up families' savings rate.

Naturally, the pandemic and the entire situation around it have had a major impact on overall supply, leading to a negative macroeconomic scenario and increasing unemployment through insolvencies for micro and small-medium enterprises.

The economy is at its limit, unable to withstand another lockdown. It therefore requires everyone to do their utmost to protect the other, be it the state, the private sector or all citizens per se. On the other hand, at the end of the summer holiday period and after returning to (a)normal activity, the macroeconomic scenario for the Portuguese business fabric will be one of adaptation and reinvention because, while on the one hand, the quest for keeping up ongoing orders is of paramount importance, on the other, it has become imperative, accordingly, to explore new orders in order to secure jobs, while keeping the end of the year and the beginning of 2021 in mind.

Having arrived at this point, and after the conclusion of the Portuguese state's negotiations with the EU, the result is a galactic figure of approximately 15 billion Euros in subsidies in non-repayable funds obtained for the coming years, leading Portugal, in the short term, to a protectionist policy, on the one hand, and, within the limits of its powers, to being prepared for a policy reversal, which will make it possible to move quickly towards an expansionist policy in the long term, with the priority being ensuring the centrality of Portugal in the European context and bringing it closer to the decision-making centres.

For this, Portugal needs a robust and forward-looking set of infrastructures, with the high-speed, European gauge rail link to the centre of Europe and a better and more efficient use of seaports, not only because of the great ease and capacity of movement of people and goods, but also because of environmental concerns and energy efficiency.

eastbanc.pt

A ZONA NOBRE DE LISBOA
ESTÁ MAIS VIVA QUE NUNCA.

Lisboa renasce reabilitando os seus bairros mais nobres.
E nós temos orgulho de continuar a fazer parte deste movimento.
Porque acreditamos que a renovação de um edifício é a melhor forma de começar uma história. O nosso papel é e tem sido recuperar e reabilitar propriedades com valor histórico. Seguindo conceitos inovadores de arquitetura contemporânea com qualidade superior.
Ao mesmo tempo que respeitamos o passado e a identidade do bairro.
É este o nosso projecto. Seja para viver, trabalhar, para jantar ou fazer compras, entre na História com a EastBanc.

Praça do Principe Real 11, 1º - 1250-184 Lisboa | Telf: +351 213 404 150

EastBanc
Space Manufacturing

ROBERTO BASSONI

«Nada se perde, tudo se transforma»
«Nothing is lost, everything is transformed»

A citação de Antoine Lavoisier é a partida para a exposição de Roberto Bassani, um artista emergente que reaproveitou milhares de botões achados na rua, que tinham por destino o lixo. Privado do dia-a-dia, devido ao confinamento originado pela pandemia, não se deixou cair no sofá, nem o forno foi alvo de massa para pão. Foi dentro de si e buscou a criatividade adormecida, dos tempos em que fazia ilustrações e desenhava bonecos animados, e criou geometrias e uma *Amália* com olhos, de Fado, plenos de cor, onde quase tudo lembra o movimento *Pop* Art impulsionado por Andy Warhol.

Antoine Lavoisier's quote is the starting point for the exhibition of Roberto Bassani, an up-and-coming artist who has reused thousands of buttons found in the street, which otherwise would have ended up in the bin. Deprived of daily life, due to the lockdown brought about by the pandemic, he did not let himself sink into the sofa, nor did he channel his energies into dough and ovens. Instead he looked inside himself and sought out the dormant creativity of the times when he did illustrations and drew cartoon characters, and created geometries and an *Amália* with 'Fado' eyes, full of colour, where almost everything brings to mind the Pop Art movement driven by Andy Warhol.

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY MARINA SHPAKOVSKAYA

AMÁLIA, OBRA DE ARTE // AMÁLIA, WORK OF ART

Lavoisier foi uma inspiração, depois de agarrar os botões?

É verdade, vi umas peças abandonadas na rua, creio que de uma antiga tecelagem e, entre aqueles restos que tinham como destino o lixo, vi que havia sacos com botões e, como era lixo que a Câmara de Lisboa iria recolher, aproveitei e levei para casa. Os botões eram diamantes em bruto e eu sabia que os iria transformar. Isto foi há um ano.

E com o confinamento deitou mãos à obra?

Mesmo. Isto porque tanto a loja de cristais e pedras semi-preciosas, como o Alojamento Local que tenho tiveram de encerrar, pensei que a alternativa não seria filmes no sofá e fazer pão. Os botões estavam ali, deitei as mãos aos sacos e comecei a criar – algo que não fazia há muito tempo, por falta de disponibilidade. Por norma, o processo de criação demora tempo, mas, naquele momento, tudo surgiu à minha frente. Sabia que ia fazer algo grande.

«Os botões eram diamantes em bruto e eu sabia que os iria transformar» \\ «The buttons were diamonds in the rough and I knew I would transform them»

E as cores dos botões transmitiram alegria?

Sim. A questão das cores é interessante, porque cheguei à conclusão de que há pessoas cegas para as cores – e eu deliro com cores –, muitas vezes, estou na rua, ao fim da tarde, e paro para ver o pôr-do-sol que, por norma, mesmo no Inverno, oferece uma paleta espantosa de cores e texturas, e vejo à minha volta pessoas apressadas que nem reparam. O mundo já não se aquieta para ver as cores do sol a baixar e isso só pode significar que vejo o que os outros não vêem.

O desenho sempre esteve presente na sua vida?

Sim, quando tinha dez anos, ganhei um concurso, em Osaka, no Japão, e tive de voltar a fazer o desenho, que era uma sereia, para o júri ter a certeza de que tinha sido eu a

Was Lavoisier your inspiration, after coming across the buttons?

It's true, I saw some stuff left in the street, thrown out from an old weaving mill, I believe, and, among those leftovers, destined for the bin, I saw that there were bags full of buttons and, as this was rubbish that the Lisbon City Council was going to collect, I took it and brought it home. The buttons were diamonds in the rough and I knew I would transform them. This was one year ago.

And with the lockdown you got down to work?

I did. That's because both the crystal and semi-precious stones shop, and the Local Accommodation I have had to close. For me the alternative would not be movies on the sofa and baking bread, I thought. The buttons were there, I grabbed hold of the bags and started creating – something I hadn't done for a long time due to a lack of time. As a rule, the creation process takes time, but at that moment, everything came to me. I knew I was going to do something big.

And the colours of the buttons conveyed joy?

Yes. The issue of colours is interesting, because I have come to the conclusion that there are people who are blind to colours – and I am wild about colours. Often I am in the street in the evening and I stop to watch the sunset, which, as a rule, even in winter, offers an amazing palette of colours and textures, and I see people around me, hurrying by and don't even notice. The world no longer pauses to watch the colours of the sun going down, and that can only mean that I see what others don't.

Has drawing always been present in your life?

Yes, when I was ten years old, I won a competition in

desenhar. Mais tarde, creio que com 16 anos, em São Paulo, comecei a trabalhar, na equipa de animação de filmes do Maurício Sousa, o criador da *Mónica e Cebolinha*, e estive também na Start Desenhos Animados. Quando vim para Lisboa, trabalhei os bonecos do Clube Nesquik e Um Bongo. Fiz também centenas de ilustrações para jornalismo de economia, entre as quais as capas da extinta *Economia Pura*, e também para o Museu da Presidência, no mandato de Jorge Sampaio.

O denominador comum é a cor?

Sim, e, por muito bonito que seja o preto e branco, a cor é vida. A morte, quando tudo se apaga, é o preto absoluto, não há cor. Mas a minha essência não é só cor e forma, há os acontecimentos da vida que me inspiram e oferecem experiência aos sentidos e tudo acaba traduzido na criatividade que imprimo aos trabalhos. Tenho por hábito observar, e o meu cérebro vai trabalhando essas imagens com base no meu eu – a criação é isto. Depois, o determinante acaba por ser a cor e a forma que dá estrutura ao trabalho.

E, nestes trabalhos, o que podemos encontrar?

Há formas geométricas, rostos e a Amália que não foi a pensar no seu centenário, mas porque me faltava um símbolo nacional e, ao ver uma foto onde mostrava aquele olhar intenso e melancólico e tão Fado, não pensei duas vezes, idealizei logo em tamanho gigante. Esse trabalho tem 3150 botões e, quase no fim, vi que não tinha mais botões pequenos amarelos e alguns, que estão no nariz da Amália, foram aparados para lá caberem.

A galeria é também uma obra sua?

Sim, o todo da exposição acaba por ser uma instalação geral, os quadros dos botões estão interligados com a criação da galeria. O chão era uma espécie de mosaico comum dos anos setenta e foi aproveitado e pintado com formas geométricas e as paredes foram transformadas para parecerem ainda mais velhas. E ficou BelaVista 14 porque é o nome da rua e uma das portas é 14, um número de sorte, que me acompanha desde a escola.

E, agora, o que vai acontecer?

Já tenho um convite para expor em Barcelona, em forma de intercâmbio, eu lá e eles cá. Mas, agora, vou deixar fluir os acontecimentos e respirar ainda mais esta minha liberdade que originou voltar a criar.

Osaka, Japan, and I had to do the mermaid drawing again, so the jury could be sure that I drew it myself. But, later, when I was 16 years old I believe, in São Paulo, I started working, in the film animation team of Maurício Sousa, the creator of *Mónica e Cebolinha*, and I was also at Start Desenhos Animados. When I came to Lisbon, I worked on the *Club Nesquik* and *Um Bongo* cartoon characters. I also did hundreds of illustrations for economy publications, among them covers for the defunct *Economia Pura*, and also for the Presidency Museum, under Jorge Sampaio.

Is the common denominator colour?

Yes, and as beautiful as black and white might be, colour is life. Death, when everything goes out, is pitch-black, there is no colour. But my essence is not only colour and form, there are life events that inspire me and offer experience to the senses, and everything ends up translated into the creativity that I bring to my works. I am in the habit of observing, and my brain works through these images on the basis of my own self – that's what creating is. Then, the determining factor is the colour and form that gives structure to the work.

«O mundo já não se aquieta para ver as cores do sol a baixar» \\ «The world no longer pauses to watch the colours of the sun going down»

And what can we find in these works?

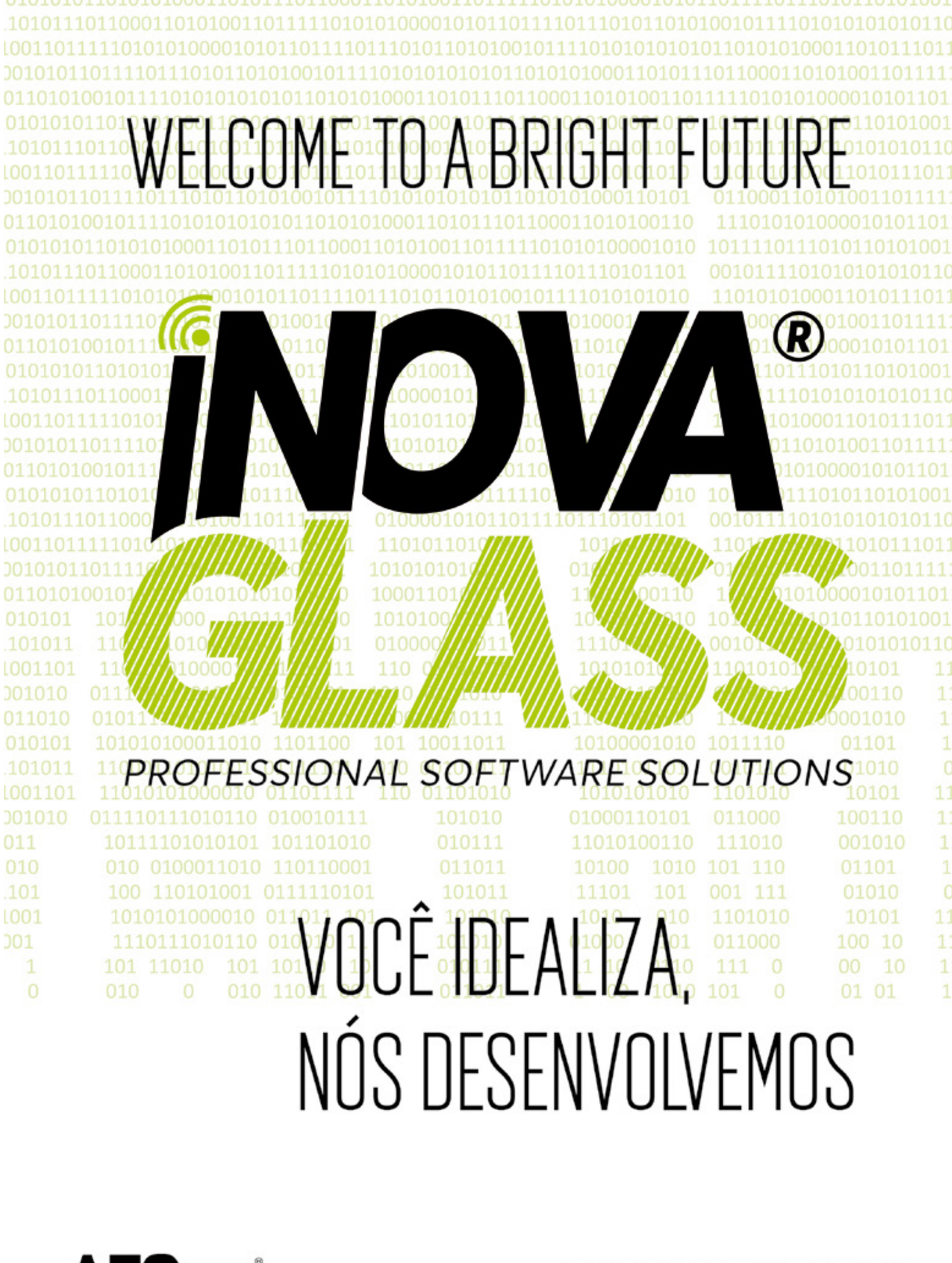
There are geometric shapes, faces and Amália, not because I was thinking about her centenary, but because I lacked a national symbol, and when I saw a photo showing her intense, melancholic and so 'Fado' look, I didn't think twice, and I immediately idealised her, in giant format. This work has 3150 buttons and, almost at the end, I saw that I didn't have any more small yellow buttons and some, which are in Amalia's nose, were trimmed to fit there.

The gallery is also your work of yours, right?

Yes, the whole exhibition ended up being a general installation, the button pictures are connected with the creation of the gallery. The floor was a kind of common mosaic from the seventies and was used and painted with geometric shapes and the walls were transformed to look even older. And it became BelaVista 14 because this is the name of the road and one of the doors is 14, a lucky number, which has accompanied me since school.

And what will happen now?

I already have an invitation to exhibit in Barcelona, as part of an exchange, me there and them here. But now I am going to let events flow and let this freedom of mine, that led to me creating again, breathe even more.



PEDRO PEREIRA LOPES

Escreve prosa e também é poeta
He writes prose and is also a poet

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Escreve prosa e também é poeta. Pedro Pereira Lopes vê o seu nome em ascensão a partir do primeiro livro que recebeu o seu primeiro prémio. Com sete títulos publicados, o escritor, que não procura inspiração, mas que a encontra no correr dos dias e nas pessoas com quem se cruza, é também pesquisador e docente no Instituto Superior de Relações Internacionais em Maputo e membro da Associação dos Escritores Moçambicanos.

«O que vou ser quando for grande? Não sei, talvez jornalista.» Esta era a profissão que, na infância, Pedro Pereira Lopes imaginava. Não foi jornalista, mas é com palavras que trabalha. Com elas, cria personagens, muitas inspiradas no imenso potencial de histórias e vivências moçambicanas, dá-lhes uma vida, amores e desamores e, depois, deixa-as, muitas vezes, desamparadas e, de algumas, assume, chega a ter ódio.

De tantas vidas que já criou, a do Kanova, do seu segundo livro, *Kanova e o Segredo da Caveira*, é, talvez, a de que mais gosta. No entanto, o discreto Beno é assumido como sinistramente biográfico e o seu futuro não é, ainda, conhecido. Pedro não se assume como um contador de histórias, mas antes um escritor em descoberta e em construção com a mania da perfeição. As histórias, para jovens e mais adultos, foram, muitas vezes, imaginadas em pequeno, para preencher os muitos momentos em que ficava só. As suas palavras, como diz Kipling, «podem também ser a mais poderosa droga utilizada pela humanidade», já que a manipulação, escrita ou falada, «é o que nos diferencia dos outros animais e nos torna humanos». E transmitem emoções, crenças, princípios e valores, sendo um dom que nos permite lidar com a vida e o mundo. O escritor, que também é poeta, encara a escrita como uma necessidade para a alma, existindo nas suas palavras uma

He writes prose and is also a poet. Pedro Pereira Lopes has seen his name on the rise since his first book for which he received his first award. With seven published titles, the writer, who is not looking for inspiration, but who finds it as time goes by and in the people he meets, is also a researcher and lecturer at the Higher Institute of International Relations in Maputo and a member of the Association of Mozambican Writers.

«What am I going to be when I grow up? I don't know, maybe a journalist.» This was the profession that Pedro Pereira Lopes imagined in his childhood. He didn't become a journalist, but he does work with words. With them he creates characters, many inspired by the immense potential of Mozambican stories and experiences. He gives them a life, loves and heartbreak, and then he often leaves them helpless and, some, he admits, he grows to even hate.

Of all the lives he has created, that of Kanova, from his second book, *Kanova e o Segredo da Caveira* (*Kanova and the Secret of the Skull*), is perhaps the one he likes best. However, the discreet Beno is taken to be eerily biographical and his future is not yet known. Pedro does not see himself as a storyteller, but rather as a writer in discovery and under construction with a craze for perfection. The stories, for young people and older readers, were often imagined as a child, to fill the many moments when he was alone. His words, as Kipling says, «can also be the most powerful drug used by humanity» seeing as manipulation, written or spoken, «is what differentiates us from other animals and makes us human». And they transmit emotions, beliefs, principles and values; they are a gift that allows us to deal with life and the world. The writer, who is also a poet, sees writing as a necessity for the soul, and there is an apparent freedom in his words that transforms him into 'God'.

liberdade aparente que o transforma em 'Deus'. Considera que escrever num país como Moçambique é escrever para ninguém, para o vazio, o que, por vezes, acarreta dúvidas e transforma a arte da literatura em felicidade e ruína.

Nele, encontramos histórias actuais, como a infanto-juvenil *O Homem dos 7 Cabelos*, que venceu o *Prémio Lusofonia Moçambique* e conta as aventuras de integração social de um rapaz que tem sete fios de cabelo, sendo também um livro sobre discriminação, diferenças físicas e sociais entre as pessoas e também sobre o amor e a confiança. O *Mundo Grave* é um romance com um cenário muito diferente; este policial venceu dois prémios e, para o autor, foi uma experiência onde procurou algo pouco convencional no âmbito da literatura moçambicana. Com ou sem propósito, há, de novo, um conjunto de reflexões sobre as pessoas e os seus mundos. Houve críticos que, nas suas palavras, encontraram «a normalização da anormalidade», e outros foram mais longe ao comparar a fluidez da escrita como uma «reinvenção na arrumação do texto, na mancha gráfica e na pontuação», um pouco a lembrar Saramago, Valter Hugo Mãe e Patraquim.

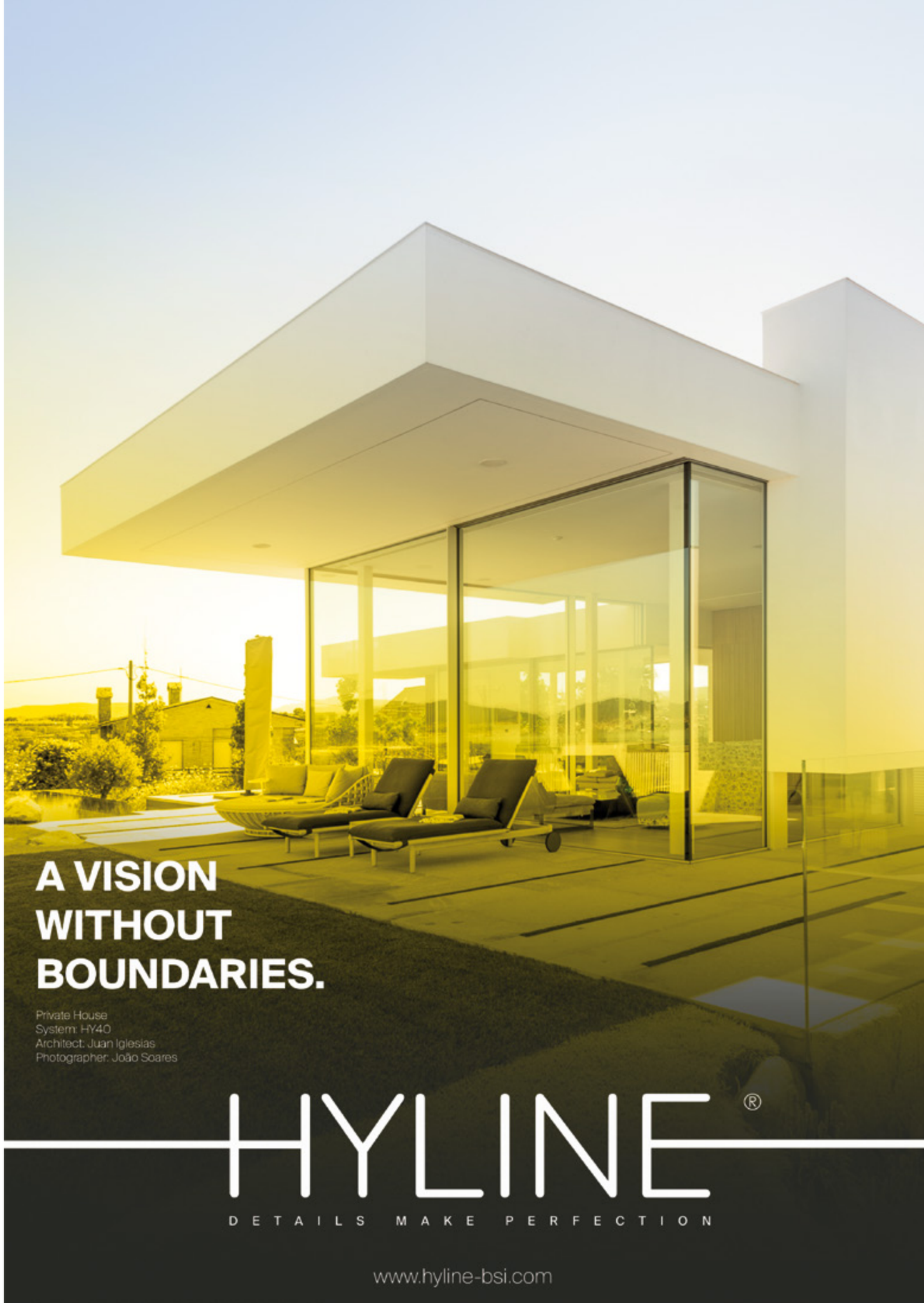
O escritor, que nasceu em 1987, na Zambézia, província de onde não tem referências, cresceu entre Dondo, em Sofala, e a cidade de Maputo. Estudou Administração Pública e fez mestrado em Políticas Públicas na Universidade de Pequim, sendo seleccionado por ser um dos melhores do curso. Com um futuro desconhecido, mas com a certeza de um ritual de escrita para conseguir pelo menos três originais por ano, Pedro vai continuar a contar histórias, porque gosta de personagens e de sentir a leveza da sua sensibilidade.

He considers that writing in a country like Mozambique is writing for no one, for the void, which sometimes leads to doubts and turns the art of literature into joy and downfall.

In him, we find current stories, such as the children's story *O Homem dos 7 Cabelos* (*The Man of the 7 Hairs*), which won the *Prémio Lusofonia Moçambique* award and tells of the adventures of the social integration of a boy who has seven strands of hair, and is also a book about discrimination, physical and social differences between people and also about love and trust. *Mundo Grave* is a novel with a very different scenario; this crime novel won two awards and, for the author, it was an experience where he sought something unconventional in Mozambican literature. With or without purpose, there is again a series of reflections about people and their worlds. There were critics who, in their words, found «the normalisation of abnormality», and others went further by comparing the fluidity of the writing to a «reinvention in the order of the text, in the graphic layout and in the punctuation,» a little reminiscent of Saramago, Valter Hugo Mãe and Patraquim.

The writer, who was born in Zambézia in 1987, a province of which he has no recollection, grew up between Dondo, in Sofala, and the city of Maputo. He studied Public Administration and took a master's degree in Public Policy at the University of Beijing, where he was selected as one of the best of this course. With an unknown future, but with the certainty of a writing ritual to achieve at least three originals works per year, Pedro will continue to tell stories, because he likes characters and to feel the lightness of their sensitivity.

O escritor, que também é poeta, encara a escrita como uma necessidade para a alma. \\ The writer, who is also a poet, sees writing as a necessity for the soul.



ARTE DA TERRA

Um desafio à criatividade
A challenge to creativity

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Quando artistas de vários ofícios não têm limites, acontece magia, em forma de peças únicas que vão desde esculturas, com vários materiais, a peças de tecelagem e outros objectos de arte contemporânea. Este modo de deixar fazer peças extraordinárias faz parte da origem da Arte da Terra – uma empresa criada em 1996, que se dedica a mostrar o que de melhor se faz em Portugal, na esfera das artes manuais. Ao longo de vinte e quatro anos, por lá passaram exposições alusivas a Santo António, Fernando Pessoa e muitas outras personalidades e variados temas, sendo a centésima mostra sobre Sophia de Mello Breyner Andresen, inserida nas comemorações oficiais do centenário de nascimento da poeta, onde esteve uma imensa escultura, com quase dois metros de altura, inspirada no universo *A Menina do Mar*.

Mas este espaço é também uma montra nacional que revela outras facetas de muitos artistas, como o caso dos famosos santos populares, onde São João e São Pedro estão em cima de um burrinho e conduzidos por Santo António e todos com as suas respectivas representações – chave, cordeiro e menino Jesus. Muitas das peças correm mundo e algumas fixam-se em museus de outros países, como aconteceu com a colecção de marionetes inspirada nas lendas dos Reis de Portugal que está exposta no Musée du Québec, no Canadá. A Arte da Terra, que está localizada em Lisboa, na Senhora do Monte, tornou-se um conceito que impulsiona e divulga a cultura portuguesa, desafiando os artistas a irem além das suas concepções, conjugando tradição e modernidade, num espaço onde coabitam gerações e diversas correntes artísticas, compostas por: artesãos, escultores, joalheiros, *designers*, tudo ao som de música e de palavras que marcam o universo cultural português.

When artists of various mediums know no limits, magic happens, in the form of unique pieces ranging from sculptures, made with various materials, to weaving pieces and other contemporary art objects. This way of letting extraordinary pieces be made forms part of the origin of Arte da Terra – a company created in 1996, which is dedicated to showcasing what Portugal does best in the sphere of manual arts. Over the course of twenty-four years, there have been exhibitions commemorating Saint Anthony, Fernando Pessoa and many other personalities and varied themes. The hundredth such exhibition was about Sophia de Mello Breyner Andresen, and part of the official commemorations of the centenary of the poet's birth, and featured an immense sculpture, almost two metres high, inspired by the universe of *A Menina do Mar* (*The Girl of the Sea*).

But this venue also works as a window on the nation, revealing other facets of many artists, such as the famous popular saints, where St. John and St. Peter are sat on a donkey and led by St. Anthony and all with their respective representations – key, lamb and baby Jesus. Many of the pieces travel the world and some find a home in museums in other countries, such as the collection of puppets inspired by the legends of the Kings of Portugal, which is on display at the Musée du Québec in Canada. Arte da Terra, which is located in Lisbon, in Senhora do Monte, has become a concept driving and spreading Portuguese culture, challenging artists to go beyond their conceptions, combining tradition and modernity, in a venue where generations and several artistic trends coexist, made up of: artisans, sculptors, jewellers, designers, all to the sound of music and words that mark the Portuguese cultural universe.

MAAT

A cultura que abraça o rio
Where culture embraces the river

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

EXPOSIÇÃO // EXHIBITIONS FESTA. FÚRIA. FEMININA

Erguido sobre o Tejo, o Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia [MAAT] revelou-se, em 2016, um símbolo de arquitectura ímpar, projectado por Amanda Levete. E, após o encerramento devido à pandemia, reabre com vivacidade e variados projectos culturais, onde se destaca o *maat mode*, conduzido pela gestora de projectos culturais Beatrice Leanza, que traz a Lisboa um programa participativo experimental envolvendo comunidades, profissionais das artes e cultura a par com cidadãos.

Nos meses de Outubro e Novembro, estão patentes as exposições *Festa. Fúria. Feminina* – com obras da colecção da Fundação Luso-Americana, que apresenta 228 trabalhos de 61 artistas de várias gerações – e o *Ballad of Today*, um conjunto de obras fotográficas do artista André Cepeda. No edifício principal, há uma instalação do estúdio de arquitectura nova-iorquino SO-IL, intitulada *Beeline*. E, a partir de 29 de Outubro, é possível conhecer a exposição que assinala vinte anos de prémios Fundação EDP. A exposição será composta por obras dos 20 artistas que foram agraciados ao longo destas duas décadas. Estes são os motivos para visitar o MAAT e a Central Tejo, logo ali ao lado, sempre admirando o magnífico edifício que reflecte o sol e os tons do rio.

Built on the edge of the Tagus River and designed by Amanda Levete, the Museum of Art, Architecture and Technology [MAAT] has proved, since 2016, to be a unique beacon of architecture. And, after its closure due to the pandemic, it is now reopening with verve and various cultural projects, highlights of which include *maat mode*, conducted by the cultural project manager Beatrice Leanza, bringing to Lisbon an experimental participative programme involving communities, arts and culture professionals together with citizens.

In the months of October and November you can visit the exhibitions *Festa. Fúria. Feminina* – with works from the collection of the Luso-American Foundation, exhibiting 228 works by 61 artists of varying generations – and *Ballad of Today*, a series of photographic works by the artist André Cepeda. In the main building, there is an installation from New York architecture studio SO-IL, entitled *Beeline*. And, from October 29, you can view the exhibition marking twenty years of the EDP Foundation awards. The exhibition will made up of works by the 20 artists who have been awarded over these two decades. More than enough reasons to visit the MAAT and the Tejo Power Plant, right next door, while admiring the magnificent building that reflects the sun and the hues of the river.

FRANCISCO CARVALHEIRA
Representante da HERON AVIATION em Portugal, Brasil e Angola
Representative of HERON AVIATION in Portugal, Brazil and Angola

O estado da aviação

A COVID-19 veio fazer com que assistíssemos ao inédito de ver milhares de aviões parados – imagem que perdurará para sempre em todos nós, profissionais da aviação, e não só. Os números na aviação são sempre gigantes: excluindo a aviação militar, há aproximadamente 45.000 aviões – 25.000 comercias (*airline* e cargo) e 20.000 jatos privados (números estes que não incluem os Turbo Hélice, que operam muito os voos regionais, e os aviões pequenos de privados, que são milhares por todo o mundo); em 2019, foram transportados 4.3 biliões de passageiros, com 126.000 voos diários ligando 21.000 cidades; no mesmo ano, pela via aérea, foram transportados 64 milhões de toneladas de carga, no valor de 6.7 triliões de USD, 33% do valor da carga mundial; e, ainda nesse ano, foram entregues 1600 aviões novos e o Heathrow Airport UK movimentou 80.1 milhões de passageiros, oito vezes a população de Portugal.

Por isso, esta paragem de 95% da actividade mundial foi assustadora. Vivemos ainda muitas incertezas e o futuro, num horizonte de um a dois anos, é uma incógnita. A aviação já começou a 'descolar', sendo que a aviação regional e executiva foram as primeiras a 'colocar as rodas no ar'. A retoma virá, mas os voos de longa distância, transatlânticos e transcontinentais (com 300 pessoas mais de 9 horas num avião) vão demorar a reconquistar a confiança. Enquanto as pessoas não se sentirem seguras e houver provas de que temos realmente segurança, as pessoas vão retrair-se. A aviação privada tem aqui uma oportunidade de crescimento, mas também de se poder reinventar.

Lembro-me de como as vendas cresciam com níveis impensáveis, aquando do 11 de Setembro, da Gripe das Aves, dos atentados em Londres, Madrid, etc... Todos estes eventos vinham beneficiar o sector da aviação privada, tanto na venda de aviões privados como no *charter*. Mas não conhecemos este 'inimigo' – a COVID-19 –, que veio trazer à indústria da aviação executiva necessidades adicionais. No Grupo HERON AVIATION, contamos com uma operação composta por nove aeronaves, presentes na Alemanha, Suíça, Espanha e, em breve, em Portugal. Felizmente, estamos a crescer, sendo que estamos a apostar muito forte na Gestão de Aeronaves. O nosso maior activo são os nossos colaboradores, que partilham e comungam de um conjunto de valores que são o nosso ADN. Garantimos aos clientes um serviço de gestão de aeronaves de primeira classe 24/7, caracterizado pela qualidade, confiança e discrição.

The state of the aviation industry

COVID-19 has brought us the unprecedented sight of thousands of grounded planes – an image that will stay forever with all of us, aviation professionals and beyond.

Figures in aviation are always huge: excluding military aviation, there are approximately 45,000 planes - 25,000 commercial (airline and cargo) and 20,000 private jets (these numbers do not include the Turbo Helicopter, which operate a lot of regional flights, and small private planes, of which there are thousands all over the world); in 2019, 4.3 billion passengers were transported, on 126,000 daily flights connecting 21,000 cities; in the same year, 64 million tons of cargo worth USD 6.7 trillion, 33% of the world's cargo, were transported by air; and in that same year, 1600 new planes were delivered and the UK's Heathrow Airport handled 80.1 million passengers, eight times the population of Portugal.

Therefore, this 95% shutdown of activity worldwide was alarming. It was unthinkable. Nobody had seen it coming... We are still experiencing many uncertainties and the future, within a timeframe of one to two years, is unknown. Aviation has already begun to 'take off', with regional and executive aviation being the first to return to the skies. The recovery will come, but long-distance transatlantic and transcontinental flights (with 300 people in a plane for more than 9 hours) will take time to regain confidence. Until people feel safe and there is evidence that we really do have safety, people will pull back. Private aviation has an opportunity to grow here, but also to reinvent itself.

I recall how sales were growing at unthinkable levels at the time of September 11th, Bird Flu, the attacks in London, Madrid, etc... All these events came to benefit the private aviation industry, both in the sale of private planes and the charter sector. But we don't know this 'enemy' - COVID-19 - which has brought additional requirements to the executive aviation industry. At HERON AVIATION Group, our operation consists of nine aircrafts, present in Germany, Switzerland, Spain and soon in Portugal. Fortunately we are growing, and we are investing heavily in Aircraft Management. Our greatest asset is our employees, who share a set of values that are our DNA. We guarantee our customers first class 24/7 aircraft management services, characterised by quality, reliability and discretion.

INSPIRING PLACES

PERU

A consagração ao Sol
Worshiping the Sun

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Há países que nos fascinam mesmo antes de os conhecermos. Muitos deles carregam histórias de povos antigos e cruzam, muitas vezes, o paganismo com o cristianismo. Foram conquistados, mas não perderam a alma. E, séculos depois da simbiose de culturas, nasceram povos acolhedores, que mostram com orgulho a sua cultura. O Peru é assim. Aqui, onde a moeda é o sol, quase tudo é a subir e a sensação de ser perto do céu é incomparável. Neste país do povo Inca há muito para ver, saborear e sentir. E há Machu Picchu – Património da Humanidade –, um santuário onde gigantes blocos de pedra encaixam, sem nada mais, mostrando magníficas construções que transmitem sensações únicas, onde as palavras se suprimem.

There are countries that fascinate us long before get to visit them. Many of them boast stories of ancient peoples, often intertwining paganism with Christianity. They were once conquered, but they didn't lose their souls. And centuries after the symbiosis of cultures, welcoming peoples have been born, proudly showcasing their culture. Peru can be classed thus. Here, where the currency is the sun, almost everything is on the rise and the feeling of being near the sky is incomparable. In this country of the Inca people there is much to see, taste and feel. And there is Machu Picchu – World Heritage Site – a sanctuary where giant blocks of stone fit perfectly together, with nothing else, revealing magnificent buildings that transmit unique sensations, no words can express.

Virado ao Pacífico Sul, e logo na descida da América latina, está o Peru, um lugar obrigatório para visitar. Na terra onde nasceu a civilização Inca, impera a diversidade, e a natureza brinca com a geografia oferecendo uma cultura incomparável, sendo garantida uma viagem, em que se descobrem segredos ancestrais. Se um pouco da Floresta Amazónica já por si é um deslumbre, imagine também locais com lagos e riachos de água pura, que combinam com mais de dez mil espécies de plantas que ali habitam. O litoral, com 2500 quilómetros, faz-nos perder em centenas de praias para todos os gostos; desde surfistas a famílias ou solitários, todos, aqui, encontram água tépida e areia fina, onde o descanso e o aroma a mar enchem os sentidos. Se isto não basta, há segredos para desvendar em Machu Picchu, a antiga cidadela Inca, localizada no cimo da Cordilheira dos Andes, onde este povo já se adiantava ao mundo e criava a coesão social, a par com um gigantesco sistema de caminhos e dezenas de mensageiros permanentes, os Tiasques, encarregados de transmitirem notícias e, também, comunicados entre a população. Honravam o Sol e deixaram ao mundo, na cidade de Cusco, que significa o umbigo do mundo, o Vale Sagrado, onde se encontra a melhor composição entre a geometria que preenche os caminhos sinuosos, inúmeros rios e os *dégradés* de verde, que nos inundam o olhar. Aqui, o povo produzia a sua riqueza, com culturas que a terra dava e, ainda hoje, há quem diga que o melhor milho do mundo está neste local.

Na terra onde nasceu a civilização Inca impera a diversidade. \\ In the land where the Inca civilization was born, diversity reigns.

Facing the South Pacific, nestled between Ecuador and Chile, we find Peru, a country that just has to be visited. In the land where the Inca civilization was born, diversity reigns, and nature plays with geography, offering an incomparable culture, ensuring any visitor a journey discovering a host of ancestral secrets. Not only home to parts of the Amazon Forest, amazing for that alone, picture places with lakes and streams of pure water too, combined with more than ten thousand species of plants that live there. The coast, with 2500 kilometres, reveals hundreds of beaches for all tastes, from surfers to families or singles, who can all find tepid water and fine sand, where rest and the scent of the sea fill the senses. If this isn't enough, there are secrets to unlock in Machu Picchu, the ancient Inca citadel, located high up in the Andes mountain range, where this people where once well advanced in comparison to the rest of world, creating social cohesion, along with a gigantic system of paths and dozens of permanent messengers, the Tiasques, in charge of passing on news and also communication among the population. They worshiped the sun and left to the world, in the city of Cusco, which means the navel of the world, the Sacred Valley, where you can discover the best finest geometry in the form of winding roads, countless rivers and the green slopes across the horizon. Here, the people produced their wealth, farming the lands riches and, even today, there are those who say that the best corn in the world is grown right here.

MACHU PICCHU

Só se compreende Machu Picchu e a sua intimidade depois de entrar no Vale Sagrado, conhecer as construções arqueológicas e percorrer o Caminho Inca. E, se estiver atento, por entre aquele silêncio, quase escuta as sábias palavras deste povo que, ainda hoje, é um mistério. A capital Lima é encantadora e guarda uma colecção de arte que conta a história das civilizações mais antigas e desvenda o passado dos conquistadores espanhóis e onde se pode saborear a gastronomia típica. Há também vendedores no Mercado Municipal de San Isidro, que tornam o passeio mais genuíno e onde vai conhecer o melhor ceviche do mundo, que pode rematar com frutas acabadas de sair das árvores.

Só se compreende Machu Picchu e a sua intimidade depois de entrar no Vale Sagrado. \\ Machu Picchu and its spiritual essence can only be understood after entering the Sacred Valley.

A cidade também oferece o Parque do Amor, um *spot* para relaxar e observar o sol a partir para outro dia, dourando tudo à volta. A arte é, cada vez mais, colorida e pode visitar o Barranco, um bairro boémio literalmente pendurado no Pacífico, onde as ruas estão cheias de palmeiras a ladear as coloridas mansões coloniais, mas onde, antes, em tempos longínquos, o povo tinha um rei que era sagrado e filho do Sol.

You only understand Machu Picchu and its spiritual essence after entering the Sacred Valley, discovering its archaeological buildings and walking the Inca Trail. And if you are attentive, amidst that silence, you almost hear the wise words of this people, which still remain a mystery today. The capital Lima is charming and is home to an art collection that tells the story of the oldest civilizations and reveals the past of the Spanish conquistadors, and at the same time a great place to discover Peru's culinary charms. There are also stallholders at the Municipal Market of San Isidro, who make your trip more genuine and where you will find the best *ceviche* in the world, which you can round off with some fresh fruit from the trees.

The city is also home to the Park of Love, a spot to relax and watch the sun leaving for another day, gilding the surroundings. Art in Peru is increasingly colourful. Here you can visit Barranco, a bohemian neighbourhood of Lima literally hanging above the Pacific, where you can wander the streets full of palm trees flanking the colourful colonial mansions, while marvelling about long, long ago, when the people had a king who was sacred and the son of the Sun.

INSPIRING PLACES

HOTEL MANDARIN ORIENTAL RITZ, MADRID

Uma reforma histórica
An historic renovation

TEXTO TEXT ANA MONTEIRO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Há 110 anos, nascia o hotel Mandarin Oriental Ritz, em Madrid, tendo sido desenhado e construído sob a supervisão do legendário César Ritz. Anos de história marcam a sua existência, sendo local de passagem de membros da realeza, políticos, líderes corporativos e celebridades, que influenciaram a dinâmica da cidade de Madrid e tornaram o hotel um marco na sociedade da capital espanhola. Situa-se no «Triângulo da Arte», zona demarcada pelos mais importantes museus da cidade: o Prado, o Thyssen-Bornemisza e o Museu de Arte Moderna Reina Sofía. Assim, além de se localizar numa prestigiada zona residencial, está próximo do centro cultural, financeiro e comercial de Madrid, bem como do Parque del Retiro.

Este ano, o hotel concluiu a maior e mais importante reforma desde a sua abertura, tendo operado uma substantiva melhoria das suas instalações e serviços, sem nunca perder o carácter icónico, ao estilo *Belle Époque*, do edifício original.

Anos de história marcam a sua existência [Mandarin Oriental Ritz].
\\ Years of history have marked its existence [Mandarin Oriental Ritz].

The Mandarin Oriental Ritz hotel in Madrid opened 110 years ago and was designed and built under the supervision of the legendary César Ritz. Years of history have marked its existence as a venue through which members of royalty, politicians, corporate leaders and celebrities have passed; figures that have influenced the dynamics of the city of Madrid and made the hotel a landmark in the society of the Spanish capital. The hotel stands within the «Art Triangle», a neighbourhood demarcated by the most important museums in the city: the Prado, the Thyssen-Bornemisza and the Queen Sofia Museum of Modern Art. As such, in addition to being located in a prestigious residential area, it is close to Madrid's cultural, financial and shopping centre, as well as the Parque del Retiro.

This year, the hotel has completed its largest and most important refurbishment since it was opened, ensuring substantial improvements to its facilities and services while losing nothing of the building's iconic *Belle Époque* style.

O arrojado projecto de restauração ficou a cargo do arquitecto espanhol, Rafael de La-Hoz, e, no seu interior, foram os *designers* Gilles & Boissier quem tornou a decoração mais atractiva, mantendo a essência original da arquitectura interior do hotel. As zonas comuns foram minuciosamente restauradas e redesenhadas, mas mantiveram-se os pormenores característicos do hotel, como candelabros de cristal, pinturas clássicas e esculturas.

Nos quartos – 153, incluindo as 53 suites –, os *designers* recriaram um conceito de *design* sofisticado que combina o clássico com o contemporâneo, nunca descurando a ligação do hotel com a história, arte e cultura espanholas. E se o luxo e exclusividade de cada quarto e as fantásticas vistas da Suíte Real e da Suíte Presidencial sobre o Museu do Prado já seriam motivo suficiente para ficar neste hotel, a oferta gastronómica dos cinco restaurantes e bares não ficará atrás, sendo agora conduzida pelo prestigiado *Chef* Quique Dacosta, detentor de três estrelas Michelin no seu restaurante em Dénia (Alicante) e de duas estrelas no El Poblet (Valência).

Para James Riley, Director Executivo do Grupo Mandarin Oriental, «a meticulosa reforma foi desenhada para garantir que esta propriedade legendária seja novamente reconhecida como um dos melhores hotéis do mundo».

O hotel integra a famosa cadeia de hotéis de luxo Mandarin Oriental Hotel Group, uma marca assente na sua forte herança asiática, em harmonia com a essência de cada local, e estando actualmente presente em 23 países e territórios de todo o mundo.

The bold restoration project was undertaken by Spanish architect Rafael de La-Hoz, while designers Gilles & Boissier added allure to the décor, maintaining the original essence of the hotel's interior design. The communal areas have been painstakingly restored and redesigned, but the hotel's characteristic features, such as crystal chandeliers, classical paintings and sculptures, have been retained.

In the rooms – 153, including the 53 suites –, the designers have come up with a sophisticated design concept, combining classic and contemporary, without overlooking the hotel's connection to Spanish history, art and culture. And if the luxury and exclusiveness of each room and the fantastic views from the Royal Suite and the Presidential Suite over the Prado Museum were already reason enough to stay in this hotel, the food served up in the five restaurants and bars provide no less incentive, and are now under the guidance of prestigious chef Quique Dacosta, who can boast three Michelin stars at his restaurant in Dénia (Alicante) and another two in his El Poblet (Valencia) eatery.

For James Riley, Group Chief Executive of the Mandarin Oriental Hotel Group, «the meticulous renovation is designed to ensure that this legendary property is once again recognised as one of Europe's greatest hotels.»

The hotel is part of the famous luxury Mandarin Oriental Hotel Group, a brand founded on its strong Asian heritage, in harmony with the essence of each location, and is currently present in 23 countries and territories around the world.

SEGUROS
AO MELHOR PREÇO
E NAS MELHORES CONDIÇÕES!

CONTE COM OS NOSSOS SERVIÇOS
E REDUZA OS SEUS ENCARGOS MENSAIS

DS SEGUROS
GRUPO DECISÕES E SOLUÇÕES

dsseguros.pt

A DS SEGUROS é uma marca da empresa Decisões e Soluções – Intermediários de Crédito Lda, que é mediador inscrito desde 2009. A empresa está inscrita junto da ASF com a categoria de Agente de Seguros, sob o nº 409311648/3, com autorização para Ramos Vidae Não Vida, verificável em www.asf.com.pt. O mediador de seguros não assume a cobertura de riscos, não tem poderes para celebrar contratos em nome das seguradoras e não está autorizado a receber prémios para serem entregues às seguradoras. Não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida.

INSPIRING PLACES

SIX SENSE DOURO VALEY

Retiros de Inverno para uma experiência inesquecível // Winter Retreats for an unforgettable experience

TEXTO TEXT ANA MONTEIRO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGTHS RESERVED

Os meses de frio aproximam-se, mas, no Six Senses Douro Valley, tudo o que sentirá é conforto. Conforto do corpo e da mente, numa experiência inesquecível.

A oferta de luxo do hotel Six Sense Douro Valley é já conhecida e muito procurada. Não só porque o hotel se situa nas majestosas margens do Rio Douro, numa região vitivinícola e das mais bonitas de Portugal – Lamego –, mas também porque os seus 60 quartos e suítes, além das mais recentes residências – adaptadas a experiências mais íntimas, mas com as comodidades de um *resort* – são o sonho de qualquer estada. Tudo isto complementado pelas dez salas de tratamento do *Six Senses Spa*, pela piscina interior e exterior e pelo ginásio, que permitem usufruir de diversos tratamentos e programas, enquanto se permite viver todas as emoções olfactivas, gustativas e holísticas que o hotel tem para si.

The cold months are approaching, but at Six Senses Douro Valley all you will feel is comfort. Comfort of the body and the mind, in an unforgettable experience.

The luxury offered by the Six Sense Douro Valley hotel is already well known and in great demand. Not only because the hotel is located on the majestic banks of the Douro River, in one of Portugal's most beautiful wine regions – Lamego –, but also because its 60 rooms and suites, in addition to the latest residences – adapted to ensure more cosy experiences, but with the amenities of a resort – are the ultimate pleasure during any stay. All this is complemented by the ten treatment rooms of *Six Senses Spa*, by the indoor and outdoor pool and by the gym, in which you can enjoy a host of treatments and programmes, while experiencing all the olfactory, taste and holistic emotions that the hotel has for you.

Por isso, a oferta para este Inverno é voltada para a saúde e bem-estar dos seus visitantes. Reunindo um leque de luxo na área da saúde, tratamentos de bem-estar e cuidados nutricionais, o hotel providenciará, nos meses de Outubro e Novembro, uma programação de retiros de saúde de eleição. Segundo Nick Yarnell, director-geral do Six Senses Douro Valley, «Esta é uma parte extremamente importante da nossa oferta, que foi desenvolvida e aprimorada, ao longo de muitos anos, de acordo com as necessidades e estilos de vida dos nossos hóspedes.

Muito tempo e esforço foram dedicados à selecção destes especialistas nas suas respectivas áreas, a fim de proporcionarem uma série de experiências inesquecíveis. Em cada uma das suas áreas, os nossos especialistas em saúde estão entre os melhores do mundo.» Inês de Bragança, *Coach* de *Yoga* e de Saúde; o Dr. Miguel Damas, Médico de Família, Especialista em Medicina Funcional; e John Sanchez, Terapeuta, Acupuncturista, Reflexologista, Instrutor de Massagem *Tuina*, *Yoga* e *Tai-Chi*, são alguns dos profissionais que compõem esta seleção. De 30 a 4 de Novembro, não perca também o Retiro Detox, levado a cabo pela equipa residente do hotel.

Tal como refere Nick Yarnell, «Bem-estar e sustentabilidade estão no centro de tudo o que fazemos aqui», e a certeza é uma: quando regressar a casa, estará, sem dúvida, melhor. Corpo e mente em total harmonia e felicidade para enfrentar os desafios do dia-a-dia, até que os ecos das montanhas e vales, o chilrear dos pássaros e o correr das águas o chamem novamente.

Therefore, the hotel's offerings for this winter are focused on the health and wellness of its guests. Bringing together a range of luxury health, wellness and nutritional care treatments, the hotel will provide, between October and November, a health retreat programme of your choice. According to Nick Yarnell, managing director of Six Senses Douro Valley, «This is an extremely important part of what we have to offer here, which has been developed and refined over many years in light of the requirements and lifestyles of our guests. A great deal of time and effort has been put into selecting these specialists in their respective fields, to ensure we can provide a series of unforgettable experiences. In each of their areas, our health experts are among the best in the world.»

Inês de Bragança, Yoga and health coach; Dr. Miguel Damas, Family Doctor, Functional Medicine Specialist; and John Sanchez, Therapist, Acupuncturist, Reflexologist, *Tuina* Massage, *Yoga* and *Tai-Chi* Instructor are some of the specialists composing this selection. From the October 30 to November 04, don't miss as well the Detox Retreat, carried out by the hotel's resident team.

As Nick Yarnell says, «Wellness and sustainability are at the heart of everything we do here,» and one thing is certain: when you return home, you will undoubtedly feel better. Body and mind in total harmony and with happiness to meet the challenges of everyday life, until the echoes of the mountains and valleys, the chirping of birds and the flowing of the waters call you again.

INSPIRING PLACES

DEL MAR MARINA

Das maravilhas do nosso país
One of the wonders of our country

TEXTO TEXT ANA MONTEIRO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Olhão é uma pacata cidade piscatória, importante centro económico, social e urbano, cidade caiada de branco e de aspecto pitoresco, com o toque da arquitectura cubista, vistas desafogadas sobre o mar, que, pincelado de pequenas ilhas, é introduzido, no alcance do olhar, pela magnífica Ria Formosa. Situada a leste de Faro, no sotavento algarvio, e considerada uma das *Sete Maravilhas do Mundo*, não é de estranhar que a Ria Formosa tenha sido escolhida como o local para ver nascer o Del Mar Marina, um empreendimento de luxo, esculpido pela mão da empresa de Promoção Imobiliária – Área Casa.

Olhão is a peaceful fishing town, an important economic, social and urban centre, a white-washed city with a picturesque appearance, influenced by its Cubist architecture, wide views over the sea, which, daubed by small islands, is introduced to the eye via the magnificent Ria Formosa wetlands. Located to the east of Faro, in the Eastern Algarve, and considered one of the Algarve's hidden gems, it is not surprising that Ria Formosa was chosen as the site for the creation of the Del Mar Marina, a luxury development, sculpted by the hand of real estate development company – Área Casa.

DEL MAR VILLAGE

Situado em frente ao mar e à marina de Olhão, este condomínio privado surge em seguimento ao sucesso alcançado pelo seu antecessor – o Del Mar Village. Composto por 83 apartamentos de tipologia T1, T2, T3 e T4, totalmente equipados, o Del Mar Marina oferece qualidade e elegância, enquanto permite um privilegiado contacto com a natureza envolvente. E se a natureza é um luxo que qualquer proprietário poderá encontrar, a localização deste empreendimento é ainda uma das mais-valias, provida de excelentes acessos.

Os apartamentos foram feitos a pensar num estilo de vida moderno, onde se pode desfrutar de calma, sem abdicar de todo o luxo e conforto necessários. Além de apartamentos espaçosos (desde 107 m² a 300 m²), incluindo amplas garagens, o edifício dispõe de uma *infinity pool*, com vista sobre a Ria Formosa, toda a cidade de Olhão e sobre o mar, e de uma piscina coberta e aquecida, para os meses mais frios. Todos os quartos possuem casa de banho privativa e nenhum detalhe foi descurado, já que o cuidado foi o de construir apartamentos personalizados e capazes de responder às necessidades dos seus moradores.

A partir de 2021, data prevista de conclusão, tudo isto, aliado a viver a gastronomia, praticar golfe, desportos radicais e observar as aves, visitar os mercados locais e a marina, desfrutar dos melhores restaurantes, eventos e clubes de praia, é o que espera cada um dos proprietários dos apartamentos do Del Mar Marina. Porque os momentos felizes se prendem com a qualidade e a qualidade mora aqui, ao pé do mar, com o olhar posto no pôr-do-sol e com a mente relaxada.

Situated opposite the sea and Olhão marina, this private condominium follows the success achieved by its predecessor – Del Mar Village. Consisting of 83 1-, 2-, 3- and 4-bedroom apartments, fully equipped, the Del Mar Marina offers quality and elegance, while ensuring privileged contact with the natural surroundings. And if nature is a luxury that any owner can find, the location of this development is a further asset, being perfectly placed.

The apartments have been built with modern lifestyles in mind, where you can enjoy the calm, without going without all the luxury and comfort you could need. Besides the spacious apartments (from 107 sqm to 300 sqm), including large garages, the building boasts an infinity pool, with a view over the Ria Formosa, the entire city of Olhão and the sea, as well as a covered and heated swimming pool, for the colder months. All bedrooms have private bathrooms and no detail has been neglected, as great care has been taken to build bespoke apartments, able to meet the needs of their residents.

From 2021, the expected completion date, all this, combined with sampling the local food, playing golf, doing extreme sports and watching the birds, visiting the local markets and the marina, enjoying the best restaurants, events and beach clubs is what awaits each of the owners of the Del Mar Marina apartments. Because the happy moments are about quality and this is certainly the home of quality, with the sea at your feet, your eyes on the sunset and your mind relaxed.

Banco Santander, distinguido pela Euromoney como:

Melhor Banco em Portugal

Este prémio é para os nossos clientes, acionistas e colaboradores pela sua confiança. Fomos reconhecidos pela nossa força, pela capacidade de adaptação a um novo ambiente e por disponibilizarmos soluções inovadoras. Esta é a nossa missão, ajudar as pessoas, as empresas e as comunidades a prosperar de uma maneira responsável.

#TheRightWay

EUROMONEY AWARDS FOR EXCELLENCE 2020

- Melhor Banco de Investimento em Portugal
- Melhor Banco da Europa Ocidental para PME

Prémios especiais pela nossa resposta ao Covid-19

- Excelência em liderança na Europa Ocidental

Estes prémios são da exclusiva responsabilidade da entidade que os atribuiu.

Santander

O que podemos fazer por si hoje?

RESTAURANTE O VICTOR

Sabores que ficam para sempre
Flavours that last forever

É debaixo da ramada (das videiras) onde se comem iguarias típicas da terra. E é por ser da terra, de onde saem muitos dos alimentos confeccionados no restaurante o Victor, na Póvoa de Lanhoso, em Braga, que o difícil é escolher. Se, por um lado, o famoso prato de *Bacalhau com batata ao murro* nos preenche os olhos e o palato, por outro, a presença de uma *Costela de Vitela Barrosã*, ou o *Bife de Boi* e o *Cabrito da aldeia* – ambos por encomenda –, prende-nos aos sabores a qualquer momento. Diante disso, o melhor mesmo é: ir, sentir e, claramente, voltar.

The traditional delicacies of the region are enjoyed under the branches of the vines. And the fact that so many of the ingredients used at O Victor restaurant, in Póvoa de Lanhoso, Braga, are locally sourced, makes choosing all the more difficult. On one hand there is the famous dish of *Bacalhau com batata ao murro* – codfish with baked potatoes – that tempts our eyes and palate, on the other hand, the *Costela de Vitela Barrosã* (*Barrosã Veal Chop*) or *Bife de Boi* (*Ox Steak*) and *Cabrito da aldeia* (goat speciality) – both by advance order only –, also make our mouths water. Faced with this dilemma, the best thing is: go, try, and, definitely, come back.

TEXTO TEXT MARIA CRUZ \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY PEDRO KIRILOS

Por cá, já se perdeu a conta às figuras conhecidas que tiveram a oportunidade de conhecer este espaço e, claro, o Sr. Victor, que é a figura desta casa. Há quase 50 anos que serve o melhor que sabe fazer: gastronomia tradicional. Foram inúmeras as vezes que Jorge Amado – um dos melhores escritores brasileiros de todos os tempos – por ali passou, pois é na parede da sala principal (aquela que fica debaixo da ramada) que os retratos contam as histórias. E são muitas.

Mas a história desta casa vem muito detrás. Quando o pai do Sr. Victor, João Peixoto, abriu a mercearia na aldeia, em 1935. Era apenas uma mercearia, que não tardou em passar a taberna, ainda que pequena, e era ali, também, onde viviam os seus pais e onde mora, desde sempre, o Sr. Victor. Mais tarde, em 1971, com autorização do pai, o Sr. Victor começou a mudar o conceito de tasca para restaurante. Certo é que, de lá para cá, e desde que tomou rédeas ao negócio, nada mudou na gastronomia, apenas os anos foram passando e, hoje,

They have long lost count of the famous figures who have had the opportunity to experience this place, not forgetting, of course, Senhor Victor, the famous figure of the eatery itself. For almost 50 years he has served what he knows and does best: traditional gastronomy. Jorge Amado – one of the best Brazilian writers of all time – has eaten here on numerous occasions, the portraits on the main dining room's wall (the one under the vines) tell us stories. And there are many.

The story of this house goes back a long way. It began when Senhor Victor's father, João Peixoto, opened the grocery store in the village, in 1935. It was just a grocer's, but it soon became a tavern, and even though it was small, it was also where his parents lived and where Senhor Victor has always lived. Later, in 1971, with his father's permission, Mr. Victor started to change the concept from tavern to restaurant. What is certain is that since then, and since he took over the business, nothing has changed in the gastronomy, only the years have passed and today

SR. VICTOR COM AS FILHAS, ANGELINA E OLGA // MR VICTOR WITH HIS DAUGHTERS ANGELINA AND OLGA

o Sr. Victor, ainda que pareça ter uma frescura no olhar e a juventude no pensamento, quando nos fala do seu espaço, é no corpo onde sentimos o cansaço do passar do tempo. Mas ele continua lá, a servir como sempre o fez. Do mesmo jeito. E é com o apoio das filhas (Angelina e Olga), os seus 'dois braços direitos' que leva o bom nome do restaurante a bom porto.

Posto isto, é hora de percorrer quilómetros, se for o caso, entrar no restaurante O Victor, sentir o cheiro do bacalhau seco, que está pendurado logo na entrada – onde era a antiga mercearia, onde vendiam, e continuam a vender, o bacalhau, porque antigamente, «nos tempos difíceis destas aldeias, não havia peixe, mas havia bacalhau. E o meu pai, quando abriu a mercearia, teve logo o cuidado de ter muito bom bacalhau. Então, a partir daí, continuamos a ter clientes fiéis que, ainda hoje, vêm comprar cá o bacalhau, principalmente, para o Natal», conta-nos o Sr. Victor –; seguidamente, é só caminhar em direcção à ramada, ser recebido pelo sorridente octogenário da casa, e ver os bolinhos de bacalhau, a chouriça assada, o queijo da região e a alheira regional chegarem à mesa, em forma de boas-vindas. E depois?! Depois é só esperar que o prato principal lhe encha a alma e o satisfaça. E, no fim, é só adoçar a boca com o pudim de pão ou o leite creme. Ah, uma outra coisa, esta casa está aberta sete dias por semana. Bom apetite!

O restaurante O Victor celebra 50 anos em 2021. \\ O Victor restaurant celebrates its 50th anniversary in 2021.

Senhor Victor, although there seems to be a sparkle in his eyes and youth in his thinking, when he tells us about his space, his body reveals the fatigue of the passing of time. But he is still there, serving as he always has. With the same charm. And with the support of his daughters, Angelina and Olga, his 'two right arms' successfully continuing the restaurant's good name.

This said, now it's time to travel for miles, if necessary, to enter the O Victor, to smell the dried cod, which is hanging right in the entrance – where the old grocery shop once was, where they sold, and continue to sell, cod, because in the old days, «in the hard times of these villages there was no fish, but there was dried codfish. And my father, when he opened the grocery shop, made sure to have very good codfish. So, from then on, we still have faithful customers that, even today, come to buy the codfish here, mainly for Christmas,» Senhor Victor tells us –; then, you just have to walk towards the vine, to be welcomed by the smiling octogenarian of the house, and see the codfish balls, the baked *chouriço*, the regional cheese and the regional *alheira* sausage arriving at the table, as a welcome. And then?! Then you just have to wait for the main course to fill your soul and satisfy you. And, in the end, you just have to sweeten your palate with the bread pudding or the *leite creme* custard. Ah, one more thing, this eatery is open seven days a week. Enjoy your meal!

SUPREME FLAVOURS

INFUSÕES COM HISTÓRIA

Um culto aos sabores
Worshipping flavours

TEXTO TEXT MARIA CRUZ \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY IGOR MARTINS

MOSTEIRO DE TRAVANCA // MONASTERY OF TRAVANCA

Foi pela narrativa tão bem contada por Miguel Sousa – o instrutor de condução que virou, nos tempos livres, historiador especialista na Rota do Românico –, a convite de Miguel Moreira – um dos fundadores da Infusões com História –, que a nossa aventura começou. Estávamos em finais de Julho. Marcavam as 10h00 no relógio de pulso. Permanecíamos perante o Mosteiro de Travanca. O ponto de encontro.

O mosteiro, que é um dos mais significativos da Rota do Românico – a rota divide-se por Vale do Sousa, Vale do Tâmega e Vale do Douro –, «é um dos grandes mosteiros beneditinos, que, com o tempo, veio desenvolver o território, até à fundação da nacionalidade. Foi extinto em 1834, mas, até aí, foi mosteiro da Ordem de São Bento. Apesar das suas transformações, no decorrer dos anos, preservou elementos muito importantes do período românico», conta-nos o historiador. Nesta visita, observámos o portal ocidental, a porta da torre e o interior.

It was because of the narrative so well told by Miguel Sousa – the driving instructor who, in his spare time, became an expert historian on the tourism and cultural route Rota do Românico –, and the invitation of Miguel Moreira – one of the founders of Infusões com História –, that our adventure began. July was coming to an end. My wristwatch showed 10.00 am as we stood before the Monastery of Travanca, our meeting point.

The monastery, which is one of the most significant monuments along the Romanesque Route – the route is split up into Vale do Sousa, Vale do Tâmega and Vale do Douro – «is one of the great Benedictine monasteries, which, with time, came to develop the territory, until the nation was founded. It ceased to operate in 1834, but, until then, it had been a monastery of the Order of Saint Benedict. Despite its transformations over the years it has retained very important elements of the Romanesque period», the historian tells us. During this visit, we viewed the western portal, the tower door and the interior.

MIGUEL MOREIRA, À ESQUERDA \\ LEFT; VALDEMAR SOUSA, À DIREITA \\ RIGHT

MOSTEIRO DE TRAVANCA // MONASTERY OF TRAVANCA

Foi, aqui, neste edifício, que voltámos no tempo e conhecemos alguns dos elementos arquitectónicos da Rota do Românico. Elementos que serviram de inspiração na hora do criativo Pedro Passos idealizar a marca e o logótipo da Infusões com História. Inspirou-se na luminosidade dos mosteiros e das igrejas, assim como nas janelas.

Foi também aqui, bem junto do Mosteiro, que, há sete anos, Miguel Moreira havia sido convidado pela directora do românico, Rosário Machado, para fazer uma degustação de infusões para um grupo de guias. Assim aconteceu. «A partir daí, soube que aquele Mosteiro seria o ponto de partida para este projecto», revela Miguel, um dos fundadores. Em 2017, nasce a Infusões com História. Em 2019, comercializam os produtos.

Foi entre a presença do gótico; da época barroca; das paredes espessas do período românico; dos símbolos retratados no edifício e a robustez da casa de Deus, que escutámos parte da História portuguesa pela voz de Miguel Sousa. É, também, deste espírito que se faz a Infusões com História, com uma robustez e visão que está muito enraizada em todos os detalhes. Na Infusões com História, o objectivo sempre foi recuperar os usos e os costumes do consumo de infusões – que está muito ligado ao culto religioso.

Continuámos a nossa viagem cultural. Fomos parar à Casa dos Lenteirões, onde a Dona Eugénia, tão simpaticamente nos serviu uma degustação de infusões – Infusão de Flor de Carqueja, Hortelã e Prunela –, acompanhadas de fatias de pão-de-ló, cavacas e os mocinhos de abóbora (feitos de abóbora e nozes). É certo que beber uma das infusões é sentir os saberes populares e ter a sensação de terapia. É uma combinação de plantas que nos satisfaz corpo e mente.

It was here in this building that we journeyed back in time and learned about some of the architectural elements of the Romanesque Route – elements that served as inspiration for artist Pedro Passos to come up with the brand and logo of Infusões com História. He was inspired by the luminosity of monasteries and churches, as well as windows.

It was also here, right next to the monastery, that seven years ago Miguel Moreira had been invited by the route's director, Rosário Machado, to a tasting of herbal infusions for a group of guides. And that's how it all happened. «From then on, I knew that that monastery would be the starting point for this project,» reveals Miguel, one of the founders. In 2017, Infusões com História came into being. In 2019, the product began being sold.

Infusões com História surge no mercado nacional e internacional em finais de 2019. \\ Infusões com Histórias appeared on the national and international market at the end of 2019.

It was in the presence of the Gothic; the Baroque period; the thick walls of the Romanesque period; the symbols portrayed in the building and the robustness of the house of God, that we listened to part of Portugal's history through the voice of Miguel Sousa. It is also in this spirit that Infusões com História is made, with a robustness and vision that is very rooted in every detail. In Infusões com História, the goal has always been to recover the uses and customs of the consumption of herbal tea infusions – which is very connected to religious worship.

We continued on our cultural journey. We stopped off at the Casa dos Lenteirões, where Dona Eugénia, very kindly served us some tea – an infusion of gorse flower, peppermint and heal-all –, accompanied by slices of pão-de-ló sponge cake, cavaca biscuits and some pumpkin and walnut mocinhos. When you drink one of these herbal teas you can feel popular knowhow and experience the sensation of therapy. It is a combination of plants that satisfies our body and mind.

Seguimos caminho. Fomos conhecer Tongobriga, na Aldeia de Freixo, em Marco de Canaveses. Ali, encontra-se a escola de arqueologia – local onde antigamente residia uma das maiores cidades romana da região, com 50 hectares. As ruínas ainda se mantêm.

Ouvimos a história dali, e passámos à Estação do Juncal – antigamente, a linha do Douro começava em Ermesinde, derivava para o Minho e ia até Barca d'Alva, onde havia ligação internacional a Salamanca. Hoje, é uma linha de ferrovia desactivada, onde apenas passam os comboios que vêm do interior para o Douro Vinhateiro, e termina no Pocinho. A Infusões com História procura ligar as plantas destas regiões aos seus produtos, daí que esta viagem histórica enriqueceu a nossa visita.

Ainda fomos conhecer a igreja românica de Soalhães, que também tem presença gótica e barroca, e até já deu origem a uma peça de teatro de Bernardo Santarena, em 1956, que deu origem a um filme, *O Crime da Aldeia Velha*, justamente baseado numa história verídica, vivida em Soalhães. Aqui, nesta basílica, os painéis de azulejos com temas do Antigo Testamento, como o livro do *Génesis* e do *Êxodo*, chamam a atenção. Soalhães tem cerca de 20 capelas, a mais antiga é a capela de São Tiago, que fica na freguesia de Tabuado. No decorrer da nossa visita, foi-nos possível assistir à ligação entre o património, o território e as Infusões com História.

We head on our way, travelling on to Tongobriga, in Aldeia de Freixo, in Marco de Canaveses. This is home to the school of archaeology – a site that was once one of the biggest Roman cities in the region, covering 50 hectares. The ruins are still there.

We learn about the history from there, before moving on to Juncal Station – in the past, the Douro line started in Ermesinde, diverted to the Minho and went to Barca d'Alva, where there was an international connection to Salamanca. Today, the railway line is no longer active, the only trains that pass come from inland to the Alto Douro Wine Region pass, and the line ends in Pocinho. Infusões com História strives to connect the plants of these regions to its products, hence this historic journey enriched our visit.

We also went to visit the Romanesque church of Soalhães, which also has a Gothic and Baroque presence, and even gave rise to a play by Bernardo Santarena, in 1956, which in turn led to a film, *O Crime da Aldeia Velha*, which is based precisely on a true story, which took place in Soalhães. Here, in this basilica, highlights include the tile panels featuring themes taken from the Old Testament, such as the book of *Genesis* and the *Exodus*. Soalhães has about 20 chapels, the oldest of which is the chapel of São Tiago, which is in the parish of Tabuado. During our visit, we were able to experience the connection between heritage, territory and Infusões com História.

1 TONGOBRIGA, ESCOLA DE ARQUEOLOGIA // TONGOBRIGA, SCHOOL OF ARCHEOLOGY; 2 ESTAÇÃO DO JUNCAL // JUNCAL STATION; 3 IGREJA ROMÂNICA DE SOALHÃES // ROMANESQUE CHURCH OF SOALHÃES

1 LEVADA DA RIBEIRA LARDOSA // LARDOSA RIVER; 2 ALDEIA DE ALMOFRELA // ALMOFRELA VILLAGE; 3 PARADA DE ESTER, CASTRO DAIRE; 4–5 FLORA

Até aqui, viemos de carro. Daqui para a frente, a caminhada foi feita na Serra da Aboboreira, pelo percurso PR1, que é uma pequena rota do Marco de Canaveses. Subimos a levada da ribeira Lardosa, onde várias paragens nos moinhos eram motivo para descanso. Pelo caminho, observámos plantas que são usadas nas infusões (como louro e folha de nogueira). Depois de cerca de uma hora a caminhar, foi tempo de parar na Tasca do Fumo, que outrora já havia sido a mercearia da aldeia. Local de paragem obrigatória. Não há melhor sítio para recarregar baterias e degustar preciosidades locais (*Anho Assado* é uma das especialidades). Mas que boa comida!

Seguimos de carro até Baião. Voltámos a parar e a percorrer, a pé, um trilho cujas vistas sobre os campos, a vegetação e os caminhos pedestres nos enchiam a alma. Porque ali reinava a frescura das árvores – mesmo num dia quente de Verão –, o sossego e uma paz de espírito inigualável.

Depois de tanto andarmos, de carro e a pé, chegámos a Mezio, à Serra de Montemuro, Concelho de Castro Daire. É aqui onde são plantadas, tratadas, colhidas, secas e expedidas as plantas da Infusões com História. Tudo isto pelas mãos de Joaquim Morgado, o parceiro que abraçou este projecto.

Viajámos pelos aromas das estufas. E começámos pela maternidade, onde é levado a cabo todo o desenvolvimento das plantas, que pode ser feito por sementeira ou por estacaria. Daqui vão para o terreno, onde vão crescer. Depois, são colhidas. Passam à secagem. Uma secagem tradicional (cujo impacto para o ecossistema é zero, em termos energéticos), em tabuleiros de rede, onde só é necessário calor e ventilação. O objectivo é sempre atingir os 90% de secagem.

Until that point we had travelled by car. From here on, we go on foot, walking in the hills of the Serra da Aboboreira, along the PR1 trail, which is a short route from Marco de Canaveses. We climb up alongside the Lardosa river, where several stops in the mills provided moments of rest. On the way, we studied plants that are used in herbal tea infusions (such as bay leaf and walnut leaf). After about an hour walking, it was time to stop at Tasca do Fumo, which had once been the village grocery store. You simply cannot pass this eatery. There is no better place to recharge batteries and taste local delicacies (roast lamb is one of the specialties). But what great food!

We then drove to Baião, stopping again and continuing on foot along a trail whose views over the fields, the vegetation and the footpaths were truly good for the soul. Beneath the cool shade of trees – even on a hot summer's day –, there was a stillness and unparalleled peace of mind.

After so much travelling, by car and on foot, we arrived in Mezio, in the Serra de Montemuro, in the municipality of Castro Daire. This is where the plants used by Infusões com História are planted, treated, harvested, dried and shipped. Behind this work stands Joaquim Morgado, the partner who embraced this project.

We pass through the aromas of greenhouses, starting with the nursery, where the plants begin their life, which can be done through seeds or cuttings. From here they are planed out on the land, where they grow. Then they are harvested, before being dried. A traditional drying process (whose impact on the ecosystem is zero, in terms of energy), on mesh trays, where only heat and ventilation are needed. The aim is always to achieve 90% drying.

Daqui vão para um outro armazém, onde é feito o embalamento, sem químicos e conservantes (depois de ir 48 horas ao congelador) e, posteriormente, segue-se a expedição.

É assim que chegamos ao fim da visita. Com um lanche repleto de produtos *gourmet*, desde broa de milho, doces e bolachas, acompanhadas por infusões. Entre a degustação, Valdemar Sousa e Miguel Moreira, os mentores deste projecto, falavam-nos de si. Valdemar é da área da contabilidade e é ele quem trata da parte financeira do negócio. Miguel vem da área de Educação e Desporto. Ambos se conheceram a fazer caminhadas. Numa das suas refeições gastronómicas, à volta da Lampreia, em Carvoeiro, no Sever do Vouga, optaram por acompanhar o prato com uma infusão em vez do espumante bruto tinto. Ali, surgiu a ideia de criarem uma marca de infusões. Assim aconteceu.

Sendo um projecto que só chegou ao mercado em finais de 2019, este ano, com a COVID-19, tiveram a oportunidade de reunir, via *online*, com possíveis clientes em Espanha, França, Brasil, México e Santiago do Chile. O Valdemar trabalha, essencialmente, o mercado espanhol. O Miguel trabalha mais o mercado francófono.

E, posto isto, foi incrível como às 21h00 ainda tínhamos uma luz fantástica no céu. Uma experiência enriquecedora e digna de Infusões com História.

From here they go to another warehouse, where they are packed, without chemicals and preservatives (after going in the freezer for 48 hours), before being shipped.

This is how we come to the end of the visit. With afternoon tea full of gourmet products, from corn bread, sweets and biscuits, accompanied by herbal teas. Between sips and mouthfuls, Valdemar Cruz and Miguel, the mentors of this project, tell us about themselves. Valdemar has an accounting background and so he is the one who handles the financial part of the business. Miguel has a background in education and sports. They both met when out hiking. At one of their meals, around some lamprey, in Carvoeiro, in Sever do Vouga, they chose to accompany the dish with an herbal tea infusion instead of red sparkling wine. It was then and there that the idea of creating a brand of herbal tea infusions came about. And the idea became reality.

As the project only made it to the market in late 2019, this year, with COVID-19, they had the opportunity to 'meet' online with potential customers in Spain, France, Brazil, Mexico and Chile. Valdemar works primarily with the Spanish market. Miguel works more in the French-speaking market.

And, with discussions ended, it was incredible how at 9.00 pm there was still a fantastic light in the sky. An enriching experience worthy of Infusões com História.

MEZIO, SERRA DE MONTEMURO. PLANTAÇÃO DAS INFUSÕES COM HISTÓRIA \\ MEZIO, SERRA DE MONTEMURO. PLANTATION OF THE INFUSÕES COM HISTÓRIA

JOÃO FARIA

«Há peças que estão demasiado à frente do mercado e nunca vão ser lançadas»

«There are pieces that are too far ahead of the market and will never be launched»

Com emoção, estivemos à conversa com o João Faria e a Andréa Pinto. Uma dupla inseparável e cheia de sonhos. Ambos estudaram Arquitectura, mas foi no Ensino que viram 18 anos de vida passar. E, depois de tanto lecionarem, surge-lhes a ideia de criar a Emotional Objects – uma marca que vai além das peças de mobiliário. João é o criativo. É quem idealiza e concretiza os objectos da marca. E o intuito é concluírem uma linha com 99 produtos. Andréa é a pessoa que o acompanha, escuta, dá opinião e toma conta de toda a parte burocrática da empresa. Juntos fazem acontecer. Juntos são premiados além-fronteiras. Exemplo disso, é a icónica manteigueira *Iris* que os fez ganhar o *Golden A' Design Award*, em 2016; também foram nomeados, em 2018, para os *Harper's Bazaar Interiors Awards*; sendo o seu mais recente reconhecimento o prémio *Prestige Awards*, na categoria *Furniture Manufacture of the Year – Portugal*, no Reino Unido, que também é motivo de orgulho para o casal. A todas estas premiações, juntam-se as dezenas de *emails* de clientes satisfeitos, porque, afinal, falamos de objectos emocionais, que levam sentimento para as suas casas e espaços.

We enjoyed an emotional conversation with João Faria and Andréa Pinto. An inseparable pair full of dreams. Both studied architecture, but it was in education that they saw 18 years of life go by. And, after so much teaching, they came up with the idea of creating Emotional Objects – a brand that goes beyond pieces of furniture. João is the creative one. He is the one who idealises and materialises the brand's objects. And the intention is to complete a range with 99 products. Andréa is the person who accompanies him, listens, gives her opinion and takes care of all the bureaucratic part of the company. Together they make things happen. Together they are win awards abroad. An example of this is the iconic *Iris* butter dish that won them the *Golden A' Design Award* in 2016; they were also nominated in 2018 for the *Harper's Bazaar Interiors Awards*; their most recent recognition was an award at the *Prestige Awards* in the *Furniture Manufacturer of the Year – Portugal* category, in the UK, which is also a source of pride for the couple. All these accolades are joined by dozens of emails from satisfied customers, because, after all, we're talking about emotional objects, which bring feeling to their homes and spaces.

TEXTO TEXT MARIA CRUZ \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DANIEL CAMACHO

JOÃO FARIA, ANDRÉA PINTO

Porquê criar apenas 99 linhas?

João: A empresa tem projectos para os próximos 30 anos. Estamos no número 55, e temos, neste momento, lançadas 14 peças. Quando chegarmos à 99, fechamos, porque há outros projectos para se fazer.

Andréa: No fundo, é quase uma marca da colecção. Só há 99 linhas. Fazemos um livro chamado *99th*, com todos as peças, mesmo aquelas que não tenham sido produzidas ou comercializadas. Às vezes, o João desenha uma coisa e chama-me: «O que é que tu achas disto?», pergunta. Dou-lhe a minha opinião mais sincera e, às vezes, é: «Não. Não é Emotional Object. É giro, mas será suficientemente arrojado e diferente?», pergunto. Não vai gastar um número, porque nós já estamos a meio.

Apenas peças que marcam...

João: Os homens têm: isqueiro, cigarreira, gravatas, lenços, relógios... e acabou. Relógios é uma delas. Há determinados relógios que uso em determinadas ocasiões, tenho alguns, não são muito caros, mas aqueles que tenho escolhi-os por razões muito específicas.

Andréa: Uma vez fui à Bielorrússia, em trabalho, e o João tinha visto na *internet*, quando soube que eu ia lá, um relógio da Bielorrússia. Então, ele descobriu que há uma marca de relógios que é feita lá, no centro da cidade, e 'obrigou-me' a andar pela cidade inteira à procura do relógio.

João: Isto tudo por um relógio de 50 euros (*risos*). Não é preciso ter-se muito dinheiro para se ter objectos bons. Às vezes, esses objectos têm uma ligação emocional.

Why create only 99 products?

João: The company has projects for the next 30 years. We are at number 55, and at the moment we have launched 14 pieces. When we reach 99 we will stop, because there are other projects to do.

Andréa: In the end it's almost a brand in the collection. There are only 99 products. We creating a book called *99th*, with all the pieces, even those that have not been produced or sold. Sometimes João draws something and calls me over: «What do you think of this?» he asks. I give him my sincerest opinion and sometimes this is, «No. That's not Emotional Objects. It's nice, but is it bold and different enough?» I ask. He's not going to waste a number, because we're halfway through.

Just striking pieces...

João: Men have: lighter, cigarette case, ties, handkerchief, watches... and that's it. Watches are another. There are certain watches that I wear on given occasions, I have some, they are not very expensive, but the ones I have, I have chosen for very specific reasons.

Andréa: I once went to Belarus on business and João had seen a watch from Belarus on the Internet when he heard I was going there. Then he discovered that there is a watch brand that is made there, in the centre of the city, and he 'forced' me to walk all over the city looking for the watch.

João: All this for a 50-Euro watch (*he laughs*). You don't need a lot of money to have good objects. Sometimes those objects have an emotional connection.

MANTEIGUEIRA ÍRIS \\ IRIS BUTTER DISH

Existem muitas peças que o João pensa, idealiza, mas, depois, arruma num armário?

João: Há peças que não podemos lançar, o público ainda não está preparado para as receber. Temos temas para peças que nasceram de conversas estúpidas, absolutamente fora da caixa, são coisas pelas quais sei que, se as lançar, vou ser extremamente conhecido em todo o lado. E nós não queremos lançar essas peças por piada fácil, nós queremos lançar essas peças porque achamos que elas têm uma lógica interessante por detrás. Há peças que estão demasiado à frente do mercado e nunca vão ser lançadas. Há peças cuja tecnologia ainda não chegou e nós temos de esperar por ela.

Are there are many pieces that you think about, João, idealise, but then put away?

João: There are pieces that we can't bring out; the public just isn't ready for them yet. We have themes for pieces that came about from stupid conversations, absolutely out of the box; they are things that I know that if I were to release them, I would become well known everywhere. And we don't want to launch these pieces for cheap laughs; we want to launch these pieces because we think they have an interesting logic behind them. There are pieces that are too far ahead of the market and will never be launched. There are pieces for which the technology hasn't arrived yet and we have to wait for it.

Porque, às vezes, não é só ter ideias, não é?

João: Nós temos ideias todos os dias. Todos já estiveram no sofá a olhar para coisas e a dizer: «Tive uma ideia porreira e agora o que é que vou fazer com isso?» Primeiro, temos a conversa *nonsense*.

Because sometimes it's not just about having ideas, is it?

João: We have ideas every day. We've all been on the sofa, looking at things, before saying. «I've had a cool idea and now what am I going to do with it?» To start with, we talk nonsense.

É um luxo poder ter tempo para maturar as coisas. \\ It's a luxury to have time to let things mature.

E, depois, desata a fazer desenhos?

João: Faz-se um desenho básico, para perceber se aquilo tem as proporções corretas, porque há peças que, se fizermos com determinadas proporções, podem falhar, e, outras, foram feitas e ficaram à espera de um outro tempo, e só depois se volta a elas. A *Íris* demorou quatro anos a ser feita. Ficou na gaveta até olhar para ela, outra vez, e avançar. Isso é uma questão de tempo, é um luxo poder ter tempo para maturar as coisas.

And then you start sketching?

João: You do a basic drawing, to see if it has the right proportions, because there are pieces that, if you do them with certain proportions, they can fail, and others have been done and are waiting for another time, and only then do you go back to them. *Iris* took four years to make. It stayed in the drawer until we looked at it again and went ahead with it. It's a question of time; it's a luxury to have time to let things mature.

Quando está na parte do 'laboratório', o que faz?

João: Isto não é uma fábrica de móveis, isto é um 'laboratório', e o objectivo é experimentar tudo aquilo que nós fazemos.

Andrêa: Depois de se isolar três dias a desenhar, com a música nos ouvidos, não ouve mais nada, até pode cair o gabinete... (*risos*), começa a preparar e faz umas experiências... O João vem cá para baixo 'laboratório' e está 99% do seu tempo sozinho. Eu só venho cá, de vez em quando, espreitar, e saber como é que está e vou embora.

When you are in the 'laboratory' part, what do you do?

João: This is not a furniture factory, this is a 'laboratory', and the aim is to test everything we do.

Andrêa: After isolating himself for three days drawing, with music in his ears, he can't hear anything else; the whole place could fall apart... (*she laughs*), he starts to prepare and does some experiments... João comes down here 'laboratory' and 99% of the time he is alone. I just come down every once in a while to look around and find out how he is and then leave again.

Há muita coisa para se criar ainda?

João: Muito, para além dos móveis. Além da madeira e do vidro, trabalho com metais como o aço, o cobre e o latão. Não sei qual será o número, mas posso dizer que o tema não é de móveis, mas a preparação do móvel e os materiais são materiais inspirados num protótipo de um carro que vi há uns 10 anos na BMW.

Andrêa: Os barcos e os carros são uma fonte de inspiração de materiais e cores para o João.

João: O melhor objecto de *design* que há no mundo é o carro. Ninguém está à espera que o carro o deixe ficar mal. Ele aguenta 50 °C ao sol, aguenta -20 °C ao frio, não há objecto nenhum que sofra o que sofre um carro e que dure o que dura um carro. E o grau de precisão com que eles são construídos, então hoje, é a verdadeira loucura! Prefiro inspirar-me nos carros ou aviões do que noutros móveis.

O melhor objecto de *design* que há no mundo é o carro. \\ The best design object in the world is the car.

Do you still have a lot to create?

João: A lot, in addition to furniture. Besides wood and glass, I work with metals like steel, copper and brass. I don't know what the number will be, but I can say that the subject is not furniture, but the preparation of the furniture and the materials are materials inspired by a car prototype that I saw about 10 years ago at BMW.

Andrêa: Boats and cars are a source of inspiration in terms of materials and colours for João.

João: The best design object in the world is the car. Nobody expects the car to let him down. It can withstand 50°C in the sun, it can withstand -20°C in the cold, there is no object that suffers what a car suffers and that endures what a car does. And the degree of precision with which they are built today, it's just crazy! I prefer to be inspired by cars or planes than by other furniture.

Como olha para o mundo do *design* de mobiliário. O que deve e tem de mudar?

João: Bem (*risos*), o mundo do *design* de mobiliário, está mau. Há poucos inovadores. Há pessoas muito boas de facto, mas a grande maioria está unicamente a copiar os desenhos uns dos outros e isso é que tem de mudar.

What's your view of the world of furniture design' What should and must be changed?

João: Well (*he laughs)*, the world of furniture design is bad. There are few innovators. There are indeed some very good people, but the vast majority are just copying each other's designs and that's what has to change.

Sente que o seu trabalho tem mais reconhecimento além-fronteiras? O que falta aos portugueses para valorizarem o que é nacional?

Do you feel that your work enjoys more recognition abroad? What needs to happen for the Portuguese to value what is national?

MIKADO CONSOLE TABLE

João: Falta deixarem de serem provincianos. Começarem a perceber, de uma vez por todas, que existe em Portugal pessoas a fazer um trabalho tão bom como lá fora. Que os italianos ou os ingleses, ou os de outro país qualquer, não são muito diferentes de nós.

Onde é que vai buscar inspiração?

João: Hum, a tudo. A tudo, menos ao mobiliário. Carros, aviões, um vestido, um tecido, um jogo, uma recordação de infância. As inspirações vêm de todo o lado. Às vezes, vêm quando estou a ver televisão, outras vezes, vêm quando estou quieto a pensar noutra coisa qualquer.

O que é que a Emotional Objects dá a quem a procura?

João: Ah (*risos*), a Emotional Objects não sei se dá, mas provoca alguma coisa. Tem de provocar alguma coisa: tem de provocar espanto, ou provocar emoções, tem de despoletar na pessoa uma reacção. Tínhamos uma mesa, que é a que assentei como ponto zero, que colocámos numa feira na *Maison&Object*, em Paris, e aquilo que mais gostava de ver era a reacção das pessoas quando olhavam para a peça, tentando perceber se ela estava torta ou não. Essa reacção, de uma pessoa que vai a passar e que vê milhares de coisas à volta dela e que pára para olhar o objecto e sorri, porque percebe que tem algo de diferente, é o que a Emotional Objects é.

Qual a peça de maior valor sentimental para si?

João: É a manteigueira *Íris*, porque a *Íris* foi a peça que despoletou todo o fenómeno da Emotional Objects. É uma peça extremamente bem conseguida, é muito interessante, é muito difícil de fazer, é muito cara de produzir, mas, apesar de todas essas coisas, continua a ser a peça mais pura que nós fizemos e que a que nos dá prazer olhar todos os dias.

ENTREVISTA NA ÍNTEGRA EM // FULL INTERVIEW AT
www.villasegolfe.com

João: They need to stop being provincial. They have to start realising, once and for all, that there are people in Portugal doing as good a job as anywhere else; that Italians or the English, or people from any other country, they're not all that different from us.

Where do you get your inspiration?

João: Um, from everything. Everything but furniture. Cars, planes, a dress, a fabric, a game, a childhood memory. Inspiration comes from everywhere. Sometimes it comes when I'm watching TV, sometimes it comes when I'm quiet thinking about something entirely different.

What does Emotional Objects bring to its clientele?

João: Ah (*he laughs*), I'm not sure if Emotional Objects brings anything, but it does provoke something. It has to provoke something: it has to provoke amazement, or it has to provoke emotions, it has to trigger a reaction in the person. We had a table, which is where I see things all began, which we had at a fair at *Maison&Objet*, in Paris, and what I liked most was the reaction of people when they looked at the piece, trying to understand whether it was wonky or not. That reaction, of a person who walking along, seeing thousands of things around them and stops to look at the object and smiles, because they realise there is something different about it; that's what Emotional Objects is.

What is the piece with greatest sentimental value to you?

João: It's the *Iris* butter dish, because *Iris* was the piece that triggered the whole phenomenon of Emotional Objects. It's an extremely well made piece; it's very interesting; it's very difficult to make; it's very expensive to produce, but despite all these things, it's still the purest piece we have ever made and the one that gives us pleasure to look at every day.

CIN
E TUDO MUDA

DE: PINTADO DE FRESCO

PARA: PINTADO HÁ DEZ ANOS

Nováqua HD: alta durabilidade para protecção de fachadas

São 10 anos em que o aspecto da pintura da sua fachada não muda. Garantido! Nováqua HD, a tinta mate 100% acrílica que vem com Certificado de Garantia, eleita Escolha dos Profissionais. Descubra as centenas de cores possíveis, todas com a máxima resistência, no novo Catálogo de Exteriores e comece os trabalhos numa das 76 lojas CIN ou em deco.cin.com

ARCHITECTURE & DESIGN

FERREIRA DE ALMEIDA

Arquitectura, conforto e mar a perder de vista

Architecture, comfort and sea as far as the eye can see

TEXTO TEXT ANA MONTEIRO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Desenhado pelo *atelier* Ferreira de Almeida Arquitectos Lda, o projecto Six Villas Montevideu situa-se na Foz, Porto, em plena Avenida Montevideu, uma das zonas residenciais mais procuradas da cidade. Trata-se de um empreendimento de luxo, sob assinatura da arquitecta Rosário Rodrigues de Almeida, situado na primeira linha de mar, o que lhe confere vistas deslumbrantes.

Este conjunto de moradias, divididas em duas tipologias – V4 e V5 –, com as primeiras distribuídas ao nível do rés-do-chão e piso -1 e as segundas entre os pisos 1 e 2, oferece, ainda, grandes varandas e terraços que prolongam os espaços interiores para o exterior permitindo aos seus moradores usufruir e desfrutar o mais possível do privilégio de morar junto ao mar.

Por outro lado, cada habitação foi organizada de forma a ficar voltada para o mar, sendo os quartos e salas naturalmente privilegiados para essa orientação.

Designed by Ferreira de Almeida Arquitectos Lda, the *Six Villas Montevideu* project is located in Foz, Oporto, right on Avenida Montevideu, in one of the city's most popular residential neighbourhoods. Under the guiding hand of architect Rosário Rodrigues de Almeida, this luxury development is located on the seafront, ensuring stunning views.

This group of properties – divided into two configuration types, 4-bed and 5-bed, with the former distributed over ground and basement level and the latter between the first and second floors – enjoys large balconies and terraces that extend indoor spaces outdoors, allowing residents to take full advantage of the privilege of living by the sea.

At the same time, each residence has been organised so as to face the sea, while the bedrooms and living rooms are naturally privileged with this positioning.

A proximidade com o mar foi também levada em conta na hora de escolher os materiais utilizados na construção – o reboco e a madeira foram os materiais eleitos para completar a linhagem do projecto. Os elementos de madeira permitem criar um jogo de sombras e alguns recantos ao ar livre mais privados, retirando o efeito repetitivo habitual neste tipo de soluções arquitectónicas – as moradias em banda. Por este motivo também, as áreas comuns do condomínio são reduzidas, visto que o foco é preservar ao máximo a privacidade e exclusividade de cada moradia.

Tratam-se, assim, de habitações muito confortáveis, com aprimorados acabamentos e pensadas para responder a todas as necessidades dos seus utilizadores. A arrumação é uma das grandes mais-valias e o interior é extremamente confortável, para que o seu utilizador se sinta realmente em casa. E, porque são os pormenores que fazem a diferença, o pavimento e as escadas são em madeira clara de Hard Maple e as portas, roupeiros e rodapés são lacados à cor da parede, criando uma sensação de harmonia envolvente. Os sanitários são em mármore Carrara, excepto na casa de banho social, cuja escolha recaiu sobre o mármore Castanho Imperador.

Com uma área de 2018 m² + 1700 m² de área de cave para estacionamento e garagens, este condomínio fechado foi projectado para famílias e cuidadosamente pensado para se integrar na paisagem envolvente, destacando-se pela versatilidade dos espaços, bem como pelos excelentes acessos, estando a apenas 5 minutos do Parque da Cidade, perto de fantásticas praias e colégios internacionais e a 15 minutos de distância do aeroporto Francisco Sá Carneiro.

Arquitectura, conforto, comodidade e bem-estar a pensar nos seus moradores. Algo que o *atelier* Ferreira de Almeida Arquitectos, fundado por Rosário Rodrigues de Almeida e Nelson Ferreira de Almeida em 1986, não descurou. Tendo já sido destacado em diversos prémios de arquitectura, o *atelier* desenvolve vários projectos a nível nacional e internacional, estando presente também na Colômbia e Angola. Em Portugal, tem sido comum a sua intervenção em projectos de grande dimensão, como hotéis e vários centros comerciais.

The proximity to the sea was also taken into account when it came to choosing the materials used in its construction – plaster and wood were the materials chosen to complete the project's lineage. The wooden elements allow the creation of shaded areas and some more private open-air corners, removing the repetitive effect usual to this type of architectural solution – terraced housing. For this reason too, the communal areas of the condominium are reduced in size, since the focus is to preserve to the maximum the privacy and exclusivity of each home.

These are very comfortable properties, with fine finishes, designed to meet all the needs of their users. Storage is one of the great plus point, while the interiors are extremely comfortable, ensuring residents the unmistakable cosiness of home. And because the details are what make all the difference, the flooring and the stairs are made of light coloured hard maple and the doors, wardrobes and skirting boards are lacquered in the same colour as the walls, creating a feeling of all encompassing harmony. The bathrooms feature Carrara marble, except in the guest WC, which instead boasts Emperor Brown marble.

With an area of 2018 sqm + 1700 sqm basement area for parking and garages, this closed condominium has been designed for families and carefully thought out to blend into the surrounding landscape, while standing out for the versatility of its spaces, as well as its prime location, just five minutes from the City Park, close to fantastic beaches and international schools and 15 minutes from Francisco Sá Carneiro airport.

Architecture, comfort and convenience, with residents in mind – something that Ferreira de Almeida Arquitectos, founded by Rosário Rodrigues de Almeida and Nelson Ferreira de Almeida in 1986, have implemented with verve. Having already been awarded several architecture accolades, the firm has worked on numerous projects nationally and internationally, and is also present in Colombia and Angola. In Portugal it has often been involved in large-scale projects, such as hotels and many shopping centres.

Cada habitação foi organizada de forma a ficar voltada para o mar. \\
Each residence has been organised so as to face the sea.

ARCHITECTURE & DESIGN

COMFORT IN CONTEXT

Quando arquitectura e natureza se misturam
When architecture and nature intertwine

TEXTO TEXT ANA MONTEIRO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY MOOOTEN STUDIO / QIMIN WU

Localizado na cidade de Kaohsiung, em Taiwan, surge o projecto Comfort in Context, da autoria de Keng-Fu Lo e desenvolvido pelo Chain10 Architecture & Interior Design Institute.

Kaohsiung é uma cidade portuária, localizada no sudoeste de Taiwan e considerada uma cidade global, como importante centro urbano e económico que é. Sendo a segunda cidade mais populosa de Taiwan, trata-se de um meio bastante movimentado e em constante agitação. Talvez por isso, e porque, cada vez mais, as pessoas sentem necessidade de se conectarem com a natureza, afastando-se da azáfama das cidades, surgiu esta casa, situada bem no meio da natureza e em contacto total com todos os seus elementos.

The project going by the name Comfort in Context, designed by Keng-Fu Lo and developed by Chain10 Architecture & Interior Design Institute, came into being in the city of Kaohsiung, Taiwan.

Kaohsiung is a port city, located in the southwest of Taiwan and considered a global city, due to its important urban and economic centre status. As the second most populated city in Taiwan, it is a very busy and constantly restless environment. Stood right in the middle of nature and in total contact with all its elements, this house might well have come about because of this self same agitation, and because people increasingly feel the need to connect with nature, moving away from the hustle and bustle of the cities.

A propriedade fica junto à área residencial de baixa densidade do Reservatório Agongdian, nas montanhas de Kaohsiung, sendo servida de uma estrada de acesso particular, que permite tornar este local seguro e privado – um verdadeiro privilégio na natureza.

Mas, se a preocupação passou por permitir aos seus habitantes desfrutar da calma, paz e beleza do ambiente em redor, a preservação desse mesmo ambiente não foi descurada: sabia-se que, no entorno, existiam vários animais selvagens e insectos, pelo que o efeito da iluminação interna e externa foi minimizado para não perturbar a fauna existente. Neste sentido, a casa goza de imensa luz natural, que entra nas divisões através das grandes janelas, que vão do chão ao tecto. Foram plantadas várias árvores em redor; que não só permitem contribuir para uma melhor qualidade do ar, como criam jogos de luz e sombras que enfeitiçam qualquer olhar. O vento foi também aproveitado pelo *design* estrutural do edifício, permitindo a circulação do ar, para que, no Verão, a casa seja fresca e não seja necessário recorrer à electricidade. No Inverno, as colinas bloqueiam o vento frio. A tinta do edifício é respirável e ecológica e, no interior, foram usados materiais reciclados.

Toda a construção foi pensada num enquadramento total com a natureza, podendo apenas significar harmonia e paz para quem a habitar e para quem deseja encontrar tranquilidade no regresso a casa.

The property is located near the low density residential area of the Agongdian Reservoir, in the Kaohsiung Mountains, and is served by a private access road, which ensures this place can be safe and private – a true privilege in nature.

But if the main concern was to allow its inhabitants to enjoy the calm, peace and beauty of the surrounding environment, preserving this very environment has in no way been neglected: they were aware of the presence of several wild animals and insects in the surrounding area, and so the effect of indoor and outdoor lighting was minimised so as not to disturb the existing fauna.

To this end, the house enjoys plenty of natural light, which enters the rooms through the large, floor to ceiling windows. Several trees have been planted around the house, which not only contribute to better air quality, but also create a bewitching interplay of light and shadows to the eye. The wind has also been used in the structural design of the building, allowing air circulation, so that in the summer the house is cool and there is no need to use electricity. In the winter, the hills block the cold wind. The paint of the building is breathable and environmentally friendly and recycled materials were used indoors.

The whole building has been designed to ensure if fits perfectly into its natural setting, which can only mean harmony and peace for those who live in this same setting and for those who wish to find tranquillity on their return home.

Cada vez mais, as pessoas sentem necessidade de se conectarem com a natureza. \\ People increasingly feel the need to connect with nature.

JOSÉ CARVALHO ARAÚJO
Arquitecto
Architect

«Um projecto meu»

Como Arquitecto gostava que o adulto voltasse a ser criança. É preciso acreditar para se ser criança, é preciso confiar, é preciso sonhar!
No projecto tento ver os meus 'amigos' como crianças. Despertar os sonhos de criança deles e tentar realizar os meus.
A criança nunca quer saber o que quer. Só quer! Quer ser feliz e fazer os outros felizes.
O adulto questiona as ideias com pormenores de consequências complicadas. Substitui o entusiasmo pelo enfado. Não quer a surpresa, quer a certeza.
Vive a angústia de viver os sonhos de outros. Já não sonha como uma criança, sonha como adulto. Já não acha que consegue voar. Já não pensa no desafio das possibilidades, mas na resolução do problema. Já não pensa que o futuro é infinito.
O adulto já não quer imaginar, quer ver! Não quer descobrir, quer saber! Já não sente, nem pressente...
É preciso aprender muito para se ser criança... a criança vê o que sente. O adulto sente apenas o que consegue ver.
Quantas vezes somos surpreendidos pelas explicações simples, mas evidentes de uma criança. O mundo imaginário é muito complexo, mas explica-se e sonha-se de forma simples. É apenas o entusiasmo do possível!
Um espaço/edifício é muito mais o que sentimos do que o que vemos. A visão é o que queremos que seja, um desejo, o sentimento é mais genuíno, mais profundo. A alma/atmosfera não se explica, sente-se. Cada um experimenta de forma diferente. Os mais preparados sentem mais e os menos nem sentem...
Gostava de fazer da minha profissão um trabalho de criança, mas tem sido difícil. Gostava de ser o que penso! Mas não sei se sempre consigo... ou se me deixam.
Às vezes sinto-me incompreendido, talvez como uma criança... Que pensarão elas desta falta de sensibilidade e tendência para complicar o simples.
Nunca vamos ser quem somos se nos limitarmos àquilo que os outros pensam que somos.
A vida não é fácil!... Mas difícil, também não é...

«A project of mine»

As an architect I would like adults to become children again. You have to believe to be a child, you have to trust; you have to dream!
When designing I try to see my 'friends' as children. Awakening their childhood dreams and trying to make mine come true.
Children never wonder what they want. They just want! They want to be happy and make others happy.
Adults question the ideas with details with complicated consequences. They replace enthusiasm with boredom. They don't want surprise, they want certainty.
They go through the anguish of living the dreams of others. They no longer dream like a child, they dream like an adult. They no longer think they can fly. They no longer think about the challenge of possibilities, rather about solving the problem. They no longer think that the future is never-ending.
Adults no longer want to imagine, they want to see! They don't want to discover, they want to know! They no longer feel; they no longer envision...
You have to learn a lot to be a child... children see what they feel. Adults feel only what they can see. How often are we amazed by a child's simple but obvious explanations? The imaginary world is very complex, but one explains and dreams in a simple way. It's just the enthusiasm of the possible!
A space/building is much more what we feel than what we see. Vision is what we want it to be, a desire; feeling is more genuine, deeper. Soul/atmosphere cannot be explained, you just feel it. Everyone experiences it differently. The better prepared feel more and the less don't even feel it.
I would like to make my profession a child's job, but this has proved difficult. I would like to be what I think! But I don't know if I can always do it... or if I'll be allowed to.
Sometimes I feel misunderstood, perhaps like a child... What will they think of this lack of sensitivity and tendency to complicate the simple?
We will never be who we are if we limit ourselves to what others think we are.
Life isn't easy.... But it's not difficult either...

PALÁCIO FARIA

Requintes e memórias que a arquitectura perpetua // Refinement and memories that architecture perpetuates

TEXTO TEXT ANA MONTEIRO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Regressemos ao século XVIII. Lisboa vivia um período de transição, mas ainda no rescaldo dos seus feitos e riquezas conquistadas por todo o mundo. Era uma cidade luminosa e vibrante, que, afectada pelo terramoto de 1775, viu grande parte dos seus edifícios destruídos, mas viu, também, uma oportunidade de se reinventar ainda mais resplandecente. Modernizou-se, e a apelidada Baixa Pombalina tornou-se uma das partes mais importantes da cidade. Com a vida cosmopolita a florescer e o proliferar de clubes literários, cafés e teatros, Lisboa cresceu. E foi por esses anos que, graças à sua localização e vistas de cortar a respiração nasceu, também, o jardim hoje conhecido como Praça do Príncipe Real, que veio trazer uma nova cor e uma nova vitalidade à área.

Let us return to the 18th century. Lisbon was going through a period of transition, but still in the aftermath of its achievements and riches conquered around the whole world. It was a bright and vibrant city, which, affected by the 1775 earthquake, saw many of its buildings destroyed, but it also saw an opportunity to reinvent itself in an even more resplendent guise. The city was modernised, and the so-called *Baixa Pombalina* became one of the most important parts of the city. With cosmopolitan life flourishing and the proliferation of literary clubs, cafés and theatres, Lisbon grew. And it was during those years that, thanks to its location and breathtaking views, the garden now known as Praça do Príncipe Real also came into being, bringing a new colour and a new vitality to the area.

Aí, começava a história do Palácio Faria. Partes de terreno foram adquiridas, compradas, amealhadas, ao longo de várias décadas e passando por várias famílias e gerações. Somaram-se várias intervenções e, finalmente, a propriedade culmina nas mãos de Dona Maria Rosa de Faria Martins, que, começa a transformar a propriedade e terrenos adjacentes num palacete. Estávamos em 1889 e o resto fez-se história.

História que perpetuou memórias e devolveu ao palácio a sua dignidade e majestosidade. Falamos do projecto de recuperação que o EastBanc delineou e que o reconhecido arquitecto Eduardo Souto de Moura desenhou. A fase do projecto decorreu entre 2014 e 2016, vendo a sua reabilitação ser concluída em 2019.

São 6 apartamentos (de T3 a T5+1), um por piso, com áreas brutas entre 220 e 400 m². Com entrada pelo lado Sudeste da Praça do Príncipe Real, este empreendimento de luxo, conta ainda com garagem para 14 lugares, varandas, terraços ou jardins em todos os apartamentos. Situa-se num dos bairros mais emblemáticos da cidade, oferece vistas estonteantes sobre o rio Tejo e respira intemporalidade no jardim centenário que o rodeia.

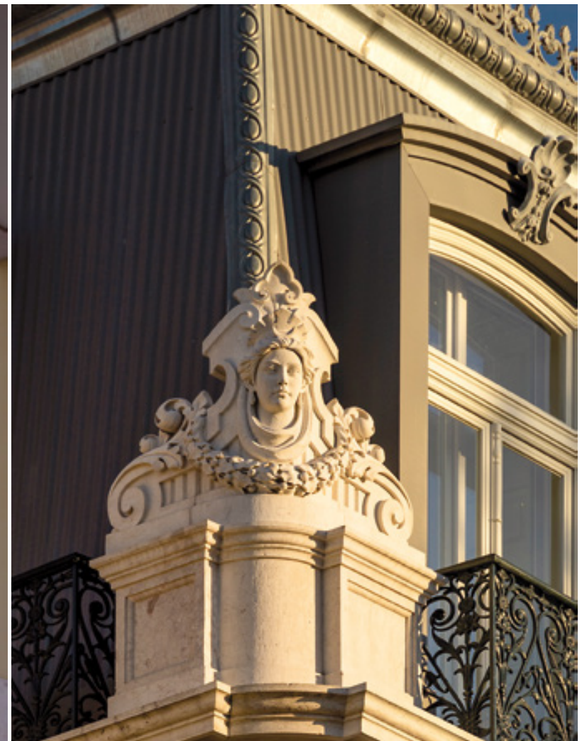
Localizado numa zona nobre e assinado em todos os detalhes pelo luxo, critério e qualidade, a sua riqueza reside também na tarefa notável que foi recuperar um edifício com um valor arquitectónico e cultural incomensurável. São 130 anos de memórias que perpetuam a cidade, a luz e as pessoas que a vivem.

It was there that the history of the Palácio Faria began. Pieces of the land were acquired, bought, amassed, over several decades, passing through several families and generations. Several interventions were added and, finally, the property ended up in the hands of Dona Maria Rosa de Faria Martins, who started to transform the property and adjacent lands into a palace. The year was 1889 and the rest is history.

History that has perpetuated memories and given the palace its dignity and majesty back. We are talking about the renovation project that EastBanc developed and that renowned architect Eduardo Souto de Moura designed. The project phase took place between 2014 and 2016, while the renovation was completed in 2019.

There are six apartments (from 3-bedroom to 5+1-bedroom), one per floor, with gross areas between 220 and 400 sqm. With an entrance on the southeast side of Praça do Príncipe Real, this luxury development also has a garage with 14 parking spaces, balconies, terraces or gardens in each of the apartments. It is stood in one of the most iconic neighbourhoods of the city, offering breathtaking views over the River Tagus, while soaking up the timelessness of the centenary garden that surrounds it.

Located in a prime area and imbued in every detail with luxury, discretion and quality, its wealth also lies in the remarkable task involved in restoring a building of immeasurable architectural and cultural value. Here we have 130 years of memories that perpetuate the city, the light and the people who live it.



TIAGO BOTAS
Administrador na JRBOTAS
Director at JRBOTAS

O futuro do imobiliário

A incerteza sobre o futuro da economia e da pandemia parece ser, hoje, um tema comum, em que as perspectivas variam entre o copo meio cheio e meio vazio, consoante maior ou menor optimismo. No Imobiliário e Construção, as opiniões são também elas muito divergentes. Há quem antecipe uma rápida recuperação do sector, mas há também quem preveja uma Era Negra com uma 'inevitável' correcção dos valores praticados no mercado.

Independentemente da área que queiramos discutir, a verdade é que ninguém sabe qual vai ser a evolução nos próximos meses, já que uma inúmera quantidade de variáveis pode trocar as voltas até aos melhores modelos estatísticos. O que acredito ser importante é que, da mesma forma que, na última crise, enquanto líderes das nossas empresas, fomos obrigados a tomar medidas, algumas delas drásticas, para salvarmos os nossos negócios, hoje, essa necessidade volta a existir com contornos totalmente diferentes. Neste momento, existe não só a necessidade de ajustar os nossos modelos de negócios aos novos comportamentos do consumidor, mas também alterar a forma e processos internos de trabalho adaptados à nova realidade a que o distanciamento social obriga. A capacidade que tivermos em nos adaptarmos resultará na sobrevivência do mais apto.

No entanto, num momento em que tantas famílias, pessoas e empresas viram os seus rendimentos diminuir drasticamente, as moratórias parecem ser hoje ainda o balão de oxigénio que sustém esta frágil economia. É verdade que a solução não pode passar apenas por adiar o problema, mas dar tempo para arrumar a casa e ajustar a estrutura a uma nova realidade pode ser bastante eficaz.

Desta vez, o facto de ser uma crise à escala mundial, e não apenas dos países da Europa meridional, faz com que a União Europeia seja obrigada a ter um plano de recuperação com um orçamento muito mais generoso para o relançamento da sua economia, já que estamos a assistir a uma corrida entre continentes em que cada um utiliza os mecanismos que tem disponíveis para obter vantagem competitiva global. Perante isto, a forma que o nosso Governo escolher utilizar o dinheiro barato vindo de Bruxelas vai ser preponderante na recuperação ou descalabro da economia portuguesa.

The future of real estate

The uncertainty about the future of the economy and the pandemic seems to be a common theme nowadays, where viewpoints vary between the glass half full and half empty, depending on greater or lesser extents of optimism. In real estate and construction, opinions also differ widely. Some foresee a rapid recovery of the sector, but there are also those who predict a Dark Age with an 'inevitable' correction of market values.

Regardless of the area we might want to discuss, the truth is that nobody knows how things will develop in the coming months, since a myriad of variables can turn the tides even in the best statistical models. What I believe is important is that, in the same way as in the last crisis, when we were, as leaders of our companies, forced to take measures, some of them drastic, to save our business, today that need is there again, but with totally different contours. Today, there is not only the need to adjust our business models to new consumer behaviour, but also to change the way and internal processes of working adapted to the new reality that social distancing demands. The ability we have to adapt will result in the survival of the fittest.

However, at a time when so many families, individuals and companies have seen their incomes fall dramatically, the moratoriums today still seem to be the oxygen balloon sustaining this fragile economy. It is true that the solution cannot only be to postpone the problem, but giving the time to get things properly in order and adjust the structure to a new reality can be quite effective.

This time, the fact that this is a global crisis, not just in the countries of southern Europe, means that the European Union has to have a recovery plan with a much more generous budget to boost its economy, as we are witnessing a race between continents in which everyone uses the mechanisms available to them to gain a global competitive advantage. In view of this, the way our government chooses to use the cheap money from Brussels will be a major factor in the recovery or meltdown of the Portuguese economy.

Pérgula Safe Climax Panorama,
aproveite o seu espaço exterior com elegância

www.safeenergy.pt

CHOPARD

A nova colecção *Red Carpet* da Chopard, de Caroline Scheufele, sob o nome *Natureza*, evoca a sustentabilidade. São setenta e três tesouros que compõem esta luxuosa caixa de jóias. Entre pedras preciosas cintilantes, entrelaçadas em ouro, há o relógio *Coruja*, com dois mostradores no olhar desta ave nocturna. Os brincos *Orquídea*, desenhados com pétalas de safira, são poesia em forma de jóia. Esta colecção fascinante nasce da parceria, que existe desde 1998, entre a Chopard e o *Festival Internacional de Cinema de Cannes*.

Caroline Scheufele's new *Red Carpet* collection from Chopard, under the name *Nature*, calls to mind sustainability. Seventy-three treasures make up this luxurious jewellery box. Among glittering gemstones, intertwined in gold, is the *Owl* watch, with two sapphire surrounded dials forming this night bird's eyes. The *Orchid* earrings, designed with sapphire petals and tsavorite buds, are jewelled poetry. This fascinating collection is the result of a partnership forged between Chopard and the *Cannes International Film Festival* since 1998.

DIOR

Apresentados no desfile realizado por Maria Grazia Chiuri, mostrando o estilo irreverente de Christian Dior – que, em plena crise do pós-guerra, criou saias amplas –, chegam os óculos de sol *30 Montaigne*, que vão buscar o nome à mala de mão que ostenta a assinatura CD. Com lentes absolutamente grandes e quadradas, estão disponíveis em tom marfim, preto ou com laivos de cor tartaruga. Um finíssimo acabamento dourado, onde está a sigla da marca, completa esta peça que combina na perfeição elegância e irreverência.

Presented at the fashion show given by Maria Grazia Chiuri, showcasing the irreverent style of Christian Dior – who, in the middle of the post-war crisis, created large skirts –, the *30 Montaigne* sunglasses take their name from the handbag boasting the CD signature. With incredibly large, square lenses, they are available in ivory, black or tortoiseshell. A fine gold finish, on which we see the brand's initials, completes this piece that perfectly combines elegance and irreverence.

AMÊ MOI

Alberto Gomes e Margarida Jácome são fundadores da marca amê moi, que promove o património cultural, valorizando a exclusividade da tradição, através de malas de mão e acessórios. A paixão pelos cavalos levou os criadores a adicionarem uma borla em crina em algumas peças, detalhe que revela a marca. E é neste lastro, que tem sempre uma história contada, que surge a *Lisbon*, manufacturada em couro de vitela, com o já célebre forro vermelho, e que homenageia a cidade das setes colinas num estilo *vintage* contemporâneo.

Alberto Gomes and Margarida Jácome are founders of the amê moi brand, which promotes cultural heritage, bringing value to the exclusivity of tradition, through handbags and accessories. A passion for horses led the designers to add a tassel in horsehair in some pieces, a detail that reveals the brand. And it is on this basis, where there is always a story to be told, that *Lisbon* appears, made in calf's leather, featuring the already famous red lining, and paying tribute to the city of the seven hills in a contemporary *vintage* style.

LUIS ONOFRE

A colecção *Galore FW20* de Luis Onofre tem já disponíveis três modelos imperdíveis. As sandálias Fosse, em cetim vermelho ou camurça preta cruzadas por uma corrente metálica dourada com o monograma LO, consagram o apogeu do feminino. Os stilettos *Maya* servem a um vestuário informal ou descontraído, onde o destaque vai para os pequenos brilhantes que decoram as fivelas e para o salto com altura que inspira conforto. Mas o destaque são os Jackson, um modelo com apelo *vintage*, onde se destaca o travessão de brilhantes em forma de laço que brinda com charme o andar.

Three must-see models are already available in the *Galore FW20* collection by Luis Onofre. The *Fosse* sandals, in red satin or black suede crossed by a gold metallic chain strap with the LO monogram, establish the zenith of femininity. The *Maya* stilettos are for an informal or relaxed wardrobe, and are highlighted by little crystals that decorate the buckles and by the high heels that inspire comfort. But the true highlight is *Jackson*, the slingback pump with *vintage* appeal, where the accent strap features a crystal encrusted bow, bringing added charm to your style.

JAEGER-LECOULTRE

A Jaeger-LeCoultre coloca, de novo, o *Calibre 101* em destaque ao apresentar dois relógios de alta joalharia. Com *designs* originais, é reafirmada a simbiose entre o diamante e o ouro rosa, onde o mostrador em opalina indica horas e minutos. O *Bangle* é uma exaltação ao feminino, e, inspirado na geometria *Art Deco*, exibe uma pulseira cravejada com 996 diamantes, graduados em tamanho para revelarem as curvas do *design*. O *Calibre 101* da Jaeger-LeCoultre foi criado em 1929, mantendo até hoje a originalidade.

Jaeger-LeCoultre once again highlights its *Calibre 101* by presenting two fine jewellery watches. With original designs, the symbiosis between diamond and rose gold is reaffirmed, while hours and minutes are read on the opaline dial. *Bangle* is an exaltation of the feminine, and, inspired by *Art Deco* geometry, features a bracelet studded with 996 diamonds, graduated in size to reveal the curves of the design. The Jaeger-LeCoultre *Calibre 101* was created in 1929, and retains its originality to this day.

HERMÈS

Depois de produzir arreios para cavalos, a Hermès evoluiu e, em 1912, chegam os relógios, onde a relojoaria suíça origina peças intemporais. Agora, o *Into the Canadian Wild*, da colecção *Arceau*, criado por Henri d'Origny, renasceu em duas séries limitadas, cada uma com vinte e quatro peças, em que ouro branco e diamantes ladeiam a caixa redonda. Os animais do mostrador, urso polar e coruja, colocados perante oceanos, homenageiam a vida selvagem do Canadá. Esta peça, que se veste com descontracção, dá o toque final de requinte.

After producing horse harnesses, Hermès evolved and, in 1912, it released its first watches, in which Swiss watch making leads to timeless pieces. Now, the *Into the Canadian Wild* timepiece, from the *Arceau* collection, created by Henri d'Origny, returns in two limited series, each with twenty-four pieces, in which white gold and diamonds surround the round case. The animals on the dial, polar bear and owl, placed in front of oceans, pay tribute to the wildlife of Canada. This piece, the image of relaxation, gives the final touch of refinement.

\\QUINTESSENCE

BVLGARI

Moderno e inteligente, o novo relógio *Bvlgari Aluminium* vai à essência da primeira geração, criada em 1998, buscar uma linguagem sofisticada e apetecível, para qualquer idade, independente da ocasião e estilo pessoal. Este modelo, outrora carregado de recordações, volta para acompanhar o novo portador a marcar novas narrativas. É um novo ideal de luxo, onde as convenções são desafiadas pelo alumínio que, em conjunto com a borracha, cria uma peça alquímica exclusiva com *design* inesperado, onde tudo é uma obra-prima.

Modern and intelligent, the new *Bvlgari Aluminium* watch addresses the essence of the first generation, created in 1998, seeking a sophisticated and appealing language, for any age, whatever the occasion and personal style. This model, once loaded with memories, returns to accompany the new wearer to mark new narratives. It is a new ideal of luxury, where conventions are challenged by aluminium which, together with rubber, creates an exclusive alchemical piece with unexpected design, where everything is a masterpiece.

COBERMASTER CONCEPT

A consola *Latitude*, inspirada no estilo contemporâneo dos anos setenta, serve de forma cativante para ambientar uma sala, representando equilíbrio entre elegância e funcionalidade. Esta peça de *design* único explora a fusão de madeiras nobres com o metal, resultando na autenticidade do minimalismo. As gavetas desconformes de encaixe milimétrico e a elegância dos apoios em direcção ao chão são apenas alguns argumentos desta obra de arte que a Cobermaster Concept idealizou para ambientes luxuosos ou descontraídos.

The *Latitude* console, inspired by the contemporary style of the seventies, captivatingly serves to bring class to any living room, representing a balance between elegance and functionality. This unique designer piece explores the fusion of premium wood with metal, resulting in the authenticity of minimalism. The non-conforming millimetre-precise drawers and the elegance of the floor supports are just some of the arguments for this work of art that Cobermaster Concept has designed for luxurious or relaxed environments.

SAMSUNG

Com o Outono chegou a Portugal o *Galaxy Z Fold2*, nas versões *Mystic Black* e *Mystic Bronze*. Este original Samsung faz parte dos *smartphones* de ecrã dobrável que oferecem um conjunto de novas experiências a todos os que gostam de estar na vanguarda da tecnologia. Com um ecrã interior de 7.6 polegadas, o *Galaxy Z Fold2* cruza *design* elegante com recursos intuitivos. Quando dobrado, o ecrã de 6.2 polegadas conjuga facilidade de utilização na verificação de notificações. Este é um *smartphone* tão produtivo quanto o utilizador.

The autumn sees the arrival in Portugal of the *Galaxy Z Fold2*, in *Mystic Black* and *Mystic Bronze* versions. This original Samsung joins the list of foldable screen smartphones that offer a series of new experiences to anyone who likes to be at the forefront of technology. With a 7.6 inch interior screen, the *Galaxy Z Fold2* combines stylish design with intuitive features. When folded, the 6.2-inch screen ensures ease of use when checking notification. This is a smartphone as productive as its user.

JACQUES MARIE MAGE

Last Frontier é uma colecção de óculos da Jacques Marie Mage, que foi buscar às paisagens e ao artesanato tradicional do Sudoeste americano inspiração para uma peça singular carregada de herança. Quando o luxo é, cada vez mais, o genuíno, a marca, que produz artigos de edição limitada feitos à mão, oferece uma caixa em pele, produzida sob técnicas ancestrais, para guardar os óculos, e um pano de limpeza em padrão *Chimayo*. Em Portugal, os *Last Frontier* estão disponíveis na óptica Olhar de Prata que comercializa marcas de luxo.

Last Frontier is a collection of eyewear by Jacques Marie Mage, who has taken the landscapes and traditional crafts of the American Southwest as inspiration for a unique piece rich with heritage. When authenticity is increasingly seen as luxury, the brand, which produces limited edition handcrafted items, offers a leather case, produced using age-old techniques, in which to store the glasses, and a *Chimayo* patterned cleaning cloth. In Portugal, *Last Frontier* is available at optician's Olhar de Prata, purveyor of luxury brands.

VACHERON CONSTANTIN

Elegante e desportivo, assim é o *Overseas* automático, de três ponteiros, da Vacheron Constantin. Esta peça de relojoaria combina, pela primeira vez, a estilizada silhueta da Cruz de Malta, esculpida em ouro rosa, com o mostrador azul que dá nome à colecção. O novo companheiro de aventuras e viagens vem com três braceletes que se podem trocar conforme a ocasião ou vontade, sendo a caixa e uma das braceletes em ouro rosa, onde o fundo icónico oferece elegância absoluta.

Vacheron Constantin's automatic three-hand *Overseas* timepiece is best described as elegant and sporty. This watch combines, for the first time, the stylised silhouette of the Maltese Cross, sculpted in rose gold, with the blue dial that gives the collection its name. The new adventure and travel companion comes with three straps that can be changed at will or depending on occasion. The case and one of the straps are in rose gold, where the iconic background offers absolute elegance.

YN 19150 PROJECT ELECTRA

O silêncio é o derradeiro luxo
Silence is the ultimate luxury

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGTHS RESERVED

Especializada em super iates personalizados, a Heesen Yachts é uma empresa de construção naval fundada em 1978 nos Países Baixos que, desde a sua criação, já lançou mais de 170 modelos de iates, alguns dos quais merecedores de prestigiados prémios.

O *YN 19150 Project Electra*, cujo *design* exterior foi concebido pela Omega Architects, é um iate de 50 metros e o segundo de propulsão híbrida da empresa holandesa. O sistema de propulsão híbrida da Heesen, que combina propulsão a *diesel* e eléctrica, oferece não apenas maior flexibilidade no gerenciamento de energia e desempenho aprimorado, mas também o raro prazer de navegar num silêncio quase absoluto e com vibrações zero. Além disso, o *Project Electra* oferece eficiência de combustível incomparável,

O *Project Electra* não é apenas eficiente em termos de consumos, tendo também havido um cuidado especial na optimização do espaço.
\\ *Project Electra* isn't just fuel efficient; there has also been special care taken in terms of space optimisation.

Specialising in custom built super yachts, Heesen Yachts is a ship building company founded in 1978 in the Netherlands, which, since its inception, has launched more than 170 yacht models, some of which have won prestigious awards.

The *YN 19150 Project Electra*, whose exterior design was created by Omega Architects, is a 50-metre yacht and the second hybrid-power yacht from the Dutch company. Heesen's hybrid propulsion system, which combines diesel and electric power, offers not only greater flexibility in energy management and enhanced performance, but also the rare pleasure of sailing in almost absolute silence and vibration free. In addition, *Project Electra* offers unrivalled fuel efficiency thanks to its fast displacement FDHF aluminium

graças ao seu casco FDHF de alumínio ultra deslizante, criado pelos holandeses van Oossanen Naval Architects. A engenhosa arquitectura naval, combinada com engenharia inteligente e atenção meticulosa à redução de peso, fazem do *Project Electra* um dos iates mais eficientes da sua classe. Na verdade, o seu antecessor recebeu vários elogios internacionais, que reconheceram a inovação ecológica da solução híbrida da Heesen. Comparado com um tradicional motor *diesel*, o sistema híbrido é mais silencioso e economiza combustível. Além disso, oferece o benefício de reduções de custo significativas e gerenciamento flexível de energia, devido aos seus quatro modos de navegação: Híbrido, Económico, Cruzeiro e *Boost*.

Mas o *Project Electra* não é apenas eficiente em termos de consumo de combustível, tendo também havido um cuidado especial na optimização do espaço. Doze hóspedes são acomodados em cinco suítes no andar inferior e numa cabine no convés principal. O *design* de interiores de Cristiano Gatto integra formas orgânicas que enfatizam a conexão interior/exterior. Os hóspedes são convidados a apreciar as vistas panorâmicas através das janelas do chão ao tecto em silêncio. Porque, num mundo cheio de ruídos, a Heesen acredita que o silêncio é o derradeiro luxo.

hull, created by Dutch van Oossanen Naval Architects. Ingenious naval architecture combined with intelligent engineering and meticulous attention to weight reduction make *Project Electra* one of the most efficient yachts in its class. In fact, its predecessor received several international accolades, recognising the ecological innovation of Heesen's hybrid solution. Compared with a traditional diesel engine, the hybrid system is quieter and saves fuel. In addition, it offers the benefit of significant cost reductions and flexible energy management due to its four sailing modes: Hybrid, Economy, Cruise and Boost.

But *Project Electra* isn't just fuel efficient; there has also been special care taken in terms of space optimisation. Twelve guests are accommodated in five suites on the lower floor and a cabin on the main deck. The interior design by Cristiano Gatto features organic shapes that emphasize the interior/exterior connection. Guests are invited to enjoy the panoramic views through the floor to ceiling windows in silence. Because in a world full of noise, Heesen believes that silence is the ultimate luxury.

ASTON MARTIN V12 SPEEDSTER

Poderoso desportivo de edição limitada
Powerful limited edition sports car

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Criado pela sua divisão de veículos especiais Q, em colaboração com a Boeing, a Aston Martin divulgou o novo *V12 Speedster*, inspirado no historial que a marca de Gaydon detém na competição, assim como nos princípios do *design* da indústria aeroespacial. Apenas 88 unidades vão estar disponíveis e as entregas iniciam no primeiro trimestre de 2021, embora a marca já esteja aberta a encomendas.

O *design* remete para o modelo *DBR1*, que venceu as *24 horas de Le Mans* de 1959, e para o *CC100 Speedster Concept*, apresentado em 2013. O *V12 Speedster* é um desportivo de dois lugares sem tejadilho e sem pára-brisas, que recorre a chassis de alumínio e que utiliza elementos das linhas dos modelos *DBS Superleggera* e *Vantage* para criar sua própria plataforma exclusiva. Com suspensão por duplos triângulos na frente e *multilink* traseira, dotada de amortecimento pilotado, possui jantes forjadas de 21'' com

Created by its bespoke customisation service 'Q by Aston Martin' in collaboration with Boeing, Aston Martin has unveiled the new *V12 Speedster,* inspired by the Gaydon brand's rich racing history, as well as the principles of aeronautical design. Only 88 units will be available and deliveries start in the first quarter of 2021, although the brand is already open to orders.

The design harps back to the *DBR1* model, which won the 24 hours of Le Mans in 1959, and to the *CC100 Speedster Concept*, presented in 2013. The *V12 Speedster* is a two-seater sports car with no roof and no windscreen, using an aluminium chassis and elements from the lines of the *DBS Superleggera* and *Vantage* models to create its own unique platform. With double wishbone suspension at the front and multi-link with coil spring and adaptive damping in the rear, 21-inch forged centre lock alloy

No coração do *Aston Martin V12 Speedster* está o potente e prestigiado motor 5.2-V12 biturbo de 700 cv da casa britânica. \\
At the heart of the *Aston Martin V12 Speedster* is the powerful and prestigious 5.2-litre 700-hp twin-turbo V12 engine by the British make.

porca de fixação central, travões 'carbocerâmicos' e dispõe de uma carroçaria construída praticamente na íntegra em fibra de carbono. Em relação às linhas exteriores, o *Aston Martin V12 Speedster* é inspirado no célebre caça *F/A-18 Hornet*, criado pela McDonnell Douglas, subsidiária da Boeing. O interior combina harmoniosamente elementos clássicos com outros mais vanguardistas, como a fibra de carbono acetinada da estrutura, que contrasta com a pele cosida à mão, com as aplicações cromadas e em alumínio e com a borracha impressa em 3D. Em frente ao passageiro, no local tradicionalmente destinado ao porta-luvas, está colocada uma bolsa em pele removível, existindo espaço adicional para arrumação de objectos atrás dos bancos.

No coração do *Aston Martin V12 Speedster* está o potente e prestigiado motor 5.2-V12 biturbo da casa britânica, com 700 cv e um binário máximo de 753 Nm, combinado com uma caixa automática ZF de oito velocidades e um diferencial traseiro autoblocante. Este desportivo vai dos 0 aos 100 km/h em 3,5 segundos e a sua velocidade máxima está electronicamente limitada a 300 km/h.

Andy Palmer, presidente da Aston Martin Lagonda e CEO do Grupo, disse que «o *V12 Speedster* é uma demonstração incrível da capacidade e determinação da equipa *Q by Aston Martin*, que trabalhou incansavelmente para criar este impressionante carro desportivo destinado aos clientes mais exigentes».

wheels, carbon ceramic brakes and body constructed almost entirely from carbon fibre construction. On the outside lines, the *Aston Martin V12 Speedster* is inspired by the famous *F/A-18 Hornet* fighter, created by Boeing subsidiary McDonnell Douglas. The interior harmoniously combines classic elements with more avant-garde ones, such as the structure's satin carbon fibre, which contrasts with hand-stitched leather, chrome and aluminium applications and 3D printed rubber. In front of the passenger, in the place traditionally given over to the glove box, there is a removable leather bag, with additional storage space for luggage under the nacelles.

At the heart of the *Aston Martin V12 Speedster* is the powerful and prestigious 5.2-litre twin-turbo V12 engine by the British make, generating 700 horsepower and a maximum torque of 753 Nm, combined with a ZF eight-speed automatic transmission and a limited-slip rear differential. This engine takes the car from 0 to 100 km/h in 3.5 seconds and its top speed is electronically limited to 300 km/h.

Andy Palmer, president of Aston Martin Lagonda and Group CEO, said «the *V12 Speedster* is an incredible demonstration of the breadth of capability and determination from the 'Q by Aston Martin' team, who have worked tirelessly to create this stunning two-seat sports car aimed at our most demanding customers».

Baobab
COLLECTION

High Society
www.baobabcollection.com

VILLAS&GOLFE INTERNATIONAL CUP

As tacadas do final de Verão
Shots sound the end of summer

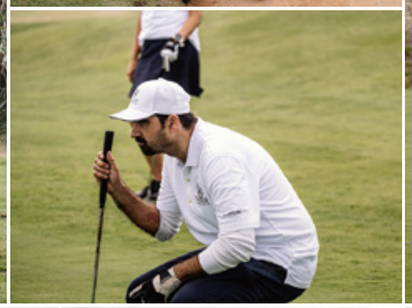
TEXTO TEXT MARIA CRUZ \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY IGOR MARTINS

Este ano, o *Villas&Golfe International Cup* – circuito de golfe organizado pela PMmedia e pela revista ***Villas&Golfe –***, que anualmente acontece em Portugal, Angola e Moçambique, deu as 'boas-vindas' ao Outono, no evento realizado no Estela Golf Club, na Póvoa de Varzim, no passado dia 20 de Setembro.

O campo de 18 buracos impressionantes, Par 72, foi o lugar escolhido para mais uma das etapas deste torneio de golfe amador. O cenário e as vistas sobre o Oceano Atlântico encheram os olhares dos mais de 80 participantes e de todos os convidados presentes. E os desafios foram muitos! Desde *fairways* estreitos, nas *landing areas*, envolvidos de dunas; *greens* firmes e velozes; e obstáculos como os lagos e os *bunkers*. Dificuldades estabelecidas. Daqui para a frente, foi só pôr em prática as mestrias da modalidade, e os jogadores puderam viver um dia de golfe impressionante, pois nem a chuva que previa cair de manhã ousou figurar.

Last September 20, the *Villas&Golfe International Cup* – a golf circuit organised by PMmedia and by ***Villas&Golfe*** magazine –, which takes place every year in Portugal, Angola and Mozambique, welcomed in the autumn at Estela Golf Club in Póvoa de Varzim.

The impressive 18-hole, Par 72 course was the venue chosen for another stage of this amateur golf tournament. The setting and views over the Atlantic Ocean provided scenic charms for the 80-plus participants and all the guests present. And there were plenty of challenges for them too! From narrow fairways, in landing areas, surrounded by dunes, or firm and fast greens, to obstacles such as lakes and bunkers. Such were the difficulties. From then on, it was only to put into practice the acquired skills of the sport, and the players could enjoy an impressive day of golf, because not even the rain forecast to fall in the morning dared to make an appearance.



Ao longo dos quase três quilómetros de costa, apenas a suave brisa do Atlântico e os magníficos momentos em campo se fizeram sentir. E, mais uma vez, o *Villas&Golfe International Cup* juntou em campo muitas caras conhecidas, desde a área política à televisão, da moda à indústria. E, se em campo se disputava a prova, na varanda do *Clubhouse* a competição era entre o degustar de iguarias apetitosas; o desfrutar de vinhos Vidago Villa – lançamento oficial no evento –, ou o provar de um champanhe. Não faltavam motivos para ali parar e conviver.

Along almost three kilometres of coastline, the only things the players could feel were the gentle Atlantic breeze and magnificent moments on the course. And, once again, the *Villas&Golfe International Cup* brought together many well-known faces, from politics to television, from fashion to industry. And, if the game was being fought on the course, on the balcony of the Clubhouse the competition was between sampling tasty delicacies; enjoying Vidago Villa wines – official launch at the event –, or settling down to a glass of champagne. There was no lack of reasons to stop there and mingle.

NEAREST TO THE PIN MEN

NEAREST TO THE PIN WOMAN

LONGEST DRIVE

A equipa organizadora do evento, juntamente com o Estela Golf Club, fez cumprir todas as medidas de prevenção da COVID-19. Por isso, este ano, o almoço foi dividido por convidados e participantes, uma vez que o evento reuniu mais de 100 pessoas.

E entre os convidados da revista ***Villas&Golfe*** esteve Tiago Brandão Rodrigues, Ministro da Educação, que fez as honras da casa e entregou o prémio *Nearest to the pin* Homem ao vencedor José Miguel Mendes Ribeiro. Seguiu-se o *Nearest to the pin* Senhora que foi para Maria Adelaide Figueiredo, que também recebeu o prémio *Longest Drive*. Já na classe Homem, foi Abílio Gonçalves quem venceu esta categoria. No que toca à classificação *Net*, o grande vencedor foi António Pereira, com 41 pontos; seguindo-se Sérgio Magalhães, com 40 pontos; e Orlando Silva, também com 40 pontos, ficou em 3.º lugar.

The event's organizing team, together with Estela Golf Club, made sure all COVID-19 preventive measures were met. As a result, this year, lunch was split into guests and participants, since the event welcomed more than 100 people.

And among the guests of ***Villas&Golfe*** magazine was Education Minister Tiago Brandão Rodrigues, who did the honours of the house, handing over the men's *Nearest to the Pin* prize to winner José Miguel Mendes Ribeiro. This was followed by ladies' *Nearest to the Pin prize*, which went to Maria Adelaide Figueiredo, who was also the recipient of the *Longest Drive prize*. In the men's event, it was Abílio Gonçalves who won this category. With regard to the *Net* event, the overall winner was António Pereira, with 41 points; followed by Sérgio Magalhães, with 40 points; and Orlando Silva, also with 40 points, ended in 3rd place.

Já na qualificação *Gross*, o primeiro lugar, com 33 pontos, foi para o César Manuel Pinho Campos; o segundo, também com 33 pontos, foi para Abílio Gonçalves; e, em terceiro, com 30 pontos, ficou Manuel Au-Yong Oliveira. Além dos prémios habituais, este ano, a organização e o parceiro oficial, a Hyline, quiseram também presentear o vencedor da Clínica de Golfe, Mário Meireles, com o prémio *putting* – um relógio de golfe entregue por Bruno Brás, fundador da Hyline. Mas tantas outras marcas de prestígio se associaram a este circuito, como a Samsung – ofereceu dois telemóveis [*Samsung Galaxi Z Fold2*] de última geração –, e todas as outras marcas que, de alguma forma, contribuíram para o sucesso deste torneio.

E uma coisa é certa: para o ano há mais uma prova. Por isso... Até lá, boas tacadas!

In the *Gross* event, first place, with 33 points, went to César Manuel Pinho Campos; second, also with 33 points, went to Abílio Gonçalves; and, in third, with 30 points, was Manuel Au-Yong Oliveira. In addition to the usual awards, this year, the organisers and the tournament's official partner, Hyline, were also keen to present the winner of the Golf Clinic, Mário Meireles, with the putting prize – a golf watch handed over by Bruno Brás, founder of Hyline. But so many other prestigious brands were associated with this circuit, such as Samsung – which gave away two latest generation mobile phones [*Samsung Galaxy Z Fold2*] –, along with all the other brands, which, in one way or another, contributed to the success of this tournament.

And one thing is for sure: next year another tournament will be waiting. So... Until then, keep up your game!

\\PREMIUM SPORTS

CENTENERY SET BENTLEY GOLF

A Bentley conseguiu um *hole in one* de mestre ao criar instrumentos de golfe inspirados no *design* do mítico modelo *Continental GT*. Não é a primeira vez que a centenária fabricante de automóveis de luxo se aventura pelo relvado fora e, desta vez, o conjunto de tacos alusivo aos 100 anos da marca são o casamento perfeito entre a inovação e o artesanal, oferecendo um *design* único e perfeição, entre desempenho e qualidade. O *Centenery Set Bentley Golf* foi concebido em fibra de carbono, aço de alta densidade, alumínio e titânio, combinando alta tecnologia, fabrico manual e *design* superior para proporcionar um excelente desempenho à pratica do golfe.

Bentley has hit a classy hole in one by creating golf instruments inspired by the design of its mythical *Continental GT* model. This is not the first time the century-old luxury car manufacturer has ventured out onto the fairway, and this time the set of clubs allusive to this 100-year milestone is the perfect blend of innovation and craftsmanship, offering a unique design and perfection between performance and quality. The *Bentley Golf Centenary Set* has been designed in carbon fibre, high density steel, aluminium and titanium, combining high technology, hand crafting and superior design to provide excellent golfing performance.

TECNICA

Ao longo dos tempos, botas, fixadores e *skis* foram evoluindo, em nome da segurança de profissionais e amadores. E a Blizzard / Tecnica é uma marca em constante inovação, juntado o artesanal aos novos materiais que, cada vez mais, nos levam a baixar uma montanha quase sem esforço. A empresa tem produtos para homem e mulher já que, na prática do *sky* alpino, há grandes distinções. As botas *Tecnica* são o Santo Graal que qualquer praticante ou profissional procura: possuem um conector de carbono dinâmico – o *T-Drive* –, que cria uma espécie de braço para manter equilíbrio. No que diz respeito aos *skis*, os *Brahma* têm uma coluna dorsal que ajuda a deslizar montanha abaixo e sem pernas doridas.

Over time, boots, fasteners and skis have been evolving in the name of professional and amateur safety. And Blizzard / Tecnica is a brand that is constantly innovating, combining craftsmanship with new materials, which, increasingly, help us to descend a mountain almost effortlessly. The company has products for men and women since, in the practice of alpine skiing, there are great distinctions. *Tecnica* boots are the Holy Grail that every skier or professional is looking for: they have a dynamic carbon connector – the *T-Drive* – which creates a kind of arm to maintain balance. When it comes to skis, the *Brahma* have a spine that helps you to glide down the mountain without sore legs.

LOUIS VUITTON

A Louis Vuitton lançou uma linha de artigos desportivos que transporta toda a elegância da marca. Um dos produtos mais destacados são os halteres, elemento indispensável para os treinos diários, em casa ou no ginásio. As pequenas peças, de três quilogramas cada, ostentam o cunho da marca de luxo, são feitas em metal brilhante e decoradas com o padrão *Monogram Eclipse* na barra. Esta peça de colecção foi projectada para quem gosta de manter a elegância dos detalhes. O *design* desta peça única também dá vontade de fazer dela um objecto de decoração.

Louis Vuitton has launched a range of sporting goods that evokes all the elegance of the brand. One of the range's standout products is the dumbbells, an indispensable element for daily training, at home or in the gym. The small pieces, each weighing three kilograms, bear the logo of the luxury brand, are made of shiny metal and decorated with the *Monogram Eclipse* pattern on the bar. This collector's piece is designed for those who like to ensure elegance in the details. The design of this unique piece also makes you to use it a decorative object.

PANERAI – LUMINOR

A união entre a fabricante de relógios Panerai e o mar vem dos tempos em que ainda não havia o conceito de marca e as suas peças não eram comercializadas. Aquela que é hoje uma marca de luxo, era uma simples oficina que criava relógios para a Marinha italiana. Muitos anos e sucessos depois, a Panerai lançou três novos modelos *Luminor*, com um *design* desportivo e irreverente, patente no mostrador de um deles, que usa um pedaço de tecido de vela. Ficou assim registada, para a humanidade, a sua homenagem à equipa Luna Rossa da vertiginosa prova de vela, *America's Cup*, que voltará aos mares em Março de 2021.

The connection between watch manufacturer Penerai and the sea comes from times when its brand concept was yet to exist and its pieces yet to be sold. What is today a luxury brand was then a simple workshop that created watches for the Italian Navy. Many years later, Panerai has launched three new *Luminor* models, with a sporty and irreverent design, revealed on the dial of one of them, which uses a piece of sailcloth. Thus Panerai pays a clear tribute to the Luna Rossa team, of the exhilarating America's Cup, which will return to the seas in March 2021.

ALBERTO FASCIANI

O fabricante de calçado italiano Alberto Fasciani é amplamente conhecido por conceber as melhores botas para desportos equestres, quer sejam profissionais ou amadores. O sucesso da marca assenta em três pilares de autenticidade: tradição artesanal, selecção dos melhores couros e *design* inovador. As botas de montar Alberto Fasciani podem ser feitas por medida, o que permite um ajuste, quase de segunda pele, ao cavaleiro, ou podem ser compradas nos números padrão. O sucesso destes produtos, que correm mundo, está na confecção que transporta as emoções e o carinho que os artesões dedicam até à obra final.

Italian footwear manufacturer Alberto Fasciani is well known for designing the finest boots for equestrian sports, whether professional or amateur. The success of the brand is based on three pillars of authenticity: traditional craftsmanship, selecting the finest leathers and innovative design. Alberto Fasciani's riding boots can be made to measure, which ensures the rider a fit almost like a second skin, or they can be bought in standard sizes. The success of these products, which are found around the world, lies in how they are made, passing on the emotions and affection that craftspeople dedicate until the work is complete.

PREMIUM SPORTS

CABO DEL SOL

Da montanha ao mar
From the mountains to the sea

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS DESERVED

Mesmo no final da Península da Baixa Califórnia, no México, está um éden e campos de golfe que vão da montanha ao mar, onde impera a autenticidade do luxo. Aqui, encontramos o Cove Club, o antigo e lendário Jack Nicklaus Signature Ocean Course, com praia exclusiva e casas que dão a mão ao Pacífico Norte, e considerado um dos cem melhores campos de golfe do mundo, pela revista *Golf Digest*. Todo o relvado e envolvente parecem uma pintura naturalista. É, sem dúvida, um destino obrigatório que oferece uma experiência de golfe ímpar realçada por esta peça de arte esculpida pela natureza. E, perto do quarto *green*, está a encantadora Chocita, uma rústica cabana onde os jogadores e amigos podem descansar e saborear algumas iguarias.

Right at the tip of the Baja California Peninsula, in Mexico, there stands an Eden and golf courses that stretch from the mountains to the sea, and where authentic luxury reigns. Here we find Cove Club, the old and legendary Jack Nicklaus Signature Ocean Course, considered one of the best one hundred golf courses in the world by *Golf Digest* magazine, with its exclusive beach and houses that hold hands with the North Pacific. All the greenery and surroundings look like a naturalistic painting. This is, without a doubt, a must-see destination that offers a unique golf experience enhanced by this piece of art sculpted by nature. And close to the fourth green stands the charming Chocita, a rustic hut in which players and friends can rest while sampling

Para melhorar a experiência neste paraíso de golfe houve modificações, com os buracos 17 e 18 a serem removidos e o novo 17 sendo um par de três em descida para o mar. O antigo 16 é agora o buraco 18 e o imenso *green* foi reposicionado e está mais próximo da praia. O Desert Course também passou por uma requalificação, pela mão da equipa de arquitectos de campos de golfe Fry/Straka, e terá seis novos buracos e melhoramentos nos restastes doze. Mas as novidades vão mais longe: para tornar inesquecível uma qualquer partida de golfe, neste pedaço de terra que se deslocou para o mar entrar, está o empreendimento com a marca Four Seasons que oferece *villas* privadas, espaços de lazer e *spa*, para ajudar os sonhos a descansarem, e uma imensa variedade de restaurantes, que servem todos os caprichos e vontades a quem por lá passar.

É também interessante o mercado ao ar livre, onde se podem comprar marcas *premium* e produtos nascidos na região, onde o sol brilha o ano inteiro. Cabo del Sol, propriedade da Oakmont, é uma paragem obrigatória no roteiro mundial do golfe, estando abrigada em mil e oitocentos hectares no coração do Golden Cabo Corridor. Aqui, onde tudo parece uma tela pintada, há praias de água cálida e areia branca que, a par com as montanhas cobertas de vários tons de verde, tornam este destino um dos melhores do nosso planeta.

Considerado um dos cem melhores campos de golfe do mundo. \\ Considered one of the best hundred golf courses in the world.

some delicacies. In order to make the experience of this golf paradise even better, there have been some modifications made, with the 17th and 18th holes removed and the new 17th now a par three, dropping down to the sea. The old 16th is now the 18th hole and the huge green has been repositioned and is now closer to the beach. The Desert Course has also undergone improvement works, under the guidance of team of golf course architects Fry/Straka, and will have six new holes and improvements on the remaining twelve. But there are even more new arrivals to make any game of golf unforgettable, on this piece of land that moved to let the sea enter, including the Four Seasons brand development that offers private villas, leisure spaces and a spa, to help sooth dreams, as well as an huge variety of restaurants, which cater to every whim and desire of anyone spending time there.

The open air market is also of great interest, where you can buy premium brands and products from this region, where the sun shines all year round. Owned by Oakmont, Cabo del Sol is an essential stop-off on the world golf circuit, lying sheltered within one thousand and eight hundred hectares in the heart of the Golden Cabo Corridor. Everything looks like a painting here, the beaches with their warm water and white sand, together with the mountains covered in various shades of green, make this one of the best destinations to be found on our planet.

Villas&Golfe®
Europe Edition

www.villasegolfe.com

Assine a Villas&Golfe

Valor assinatura anual
20€ x 4 edições = 80€

Subscribe to Villas&Golfe

Annual Subscription Costs
20€ x 4 issues = 80€

Envie email para // Send your email to:
villasegolfe@villasegolfe.com

Siga-nos em // Follow us on:
@villasegolfe Villas&Golfe

Subscreva já e receba esta oferta especial de Infusões com História.
Subscribe now and receive this special offer from Infusões com História.

SAMSUNG

Galaxy Z Fold2 5G

Saiba mais em Samsung.com/pt

Imagem simulada. Requer uma ligação 5G estável. A ligação a redes de quinta geração em Portugal está dependente de infraestruturas e serviços disponibilizados pelos operadores de comunicações móveis.

VIDAGO VILLA
Vidago Villa Collection
edições numeradas
e limitadas
vidagovilla@vidagovilla.com
www.vidagovilla.com (em breve)