V&G

Villas&Golfe **Europe** Edition

CAPA | COVER CASA 3000, *ATELIER LUÍS REBELO DE ANDRADE*

ANTÓNIO RAMALHO
GRANDE ENTREVISTA | MAJOR INTERVIEW

ESPECIAL IMOBILIÁRIO DE LUXO | LUXURY REAL ESTATE SPECIAL
SOTHEBY'S | DECISÕES & SOLUÇÕES | ENGEL&VÖLKERS | LUÍS REBELO DE ANDRADE | CASA DO PASSADIÇO | TRAÇADO REGULADOR | INÊS FINO | OMBRIA RESORT | JRBOTAS

FRIDA KHALO
ARTE & CULTURA | ART & CULTURE

HYATT CENTRIC GRAN VIA MADRID
LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES

VINHAS SUSTENTÁVEIS | SUSTAINABLE VINEYARDS
SABORES SUPREMOS | SUPREME FLAVOURS

N. 115 | ANO 20 | 20€
5 607727 063353 00115

TIGER WOODS, TOUR CHAMPIONSHIP

JUSTIN THOMAS, PRESIDENTS CUP

'THE BIG THREE'

JORDAN SPIETH, O OPEN

LORENA OCHOA,
WOMEN'S BRITISH OPEN,
ST ANDREWS

SOBRE O GOLFE...

Eis algumas das coisas que sabemos sobre este jogo muito particular e sobre os seus mais destacados intervenientes. Sabemos que o seu objetivo não poderia ser maior. Que não se chega tão longe sem uma irredutível determinação para ultrapassar obstáculos e conquistar novos desafios. Sabemos que as tradições só duram tanto tempo se forem perpetuamente enriquecidas pelo talento. Sabemos que cada *drive* começa pela força interior e que cada *putt* se deve a uma humildade permanente. Estes são apenas alguns dos motivos que justificam a nossa duradoura parceria com as mais nobres instituições, os mais lendários torneios e os maiores jogadores. **Afinal, o respeito por este desporto é algo que partilhamos.**

#Perpetual

OYSTER PERPETUAL DAY-DATE 40
EM PLATINA

ROLEX

THE NEW

NOVO BMW SÉRIE 8 CABRIO.

UMA SENSAÇÃO DE LIBERDADE EXCLUSIVA EM CADA QUILÓMETRO.

BMW M850i xDrive Cabrio: Consumo de combustível em l/100 km (combinado): 10,8–11,0
Emissões de CO_2 em g/km (combinadas): 247–249

VIDAGO VILLA

Vidago Villa Collection

edições numeradas e limitadas

WINES OF PORTUGAL CHALLENGE
CONCURSO VINHOS DE PORTUGAL
PREMIUM GOLD

It's the Time

SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO

Imobiliário, luxo e sustentabilidade

O setor imobiliário em Portugal vive uma ascensão, prova disso são as diversas opiniões dos nossos entrevistados. Começamos pelas palavras de António Ramalho, CEO do Novo Banco, que nos fala do «investimento imobiliário que vive de algum desequilíbrio, quase inevitável, entre a oferta e a procura»; Miguel Poisson, CEO da Portugal Sotheby's Realty, refere que «Portugal está bem posicionado no que toca à capacidade de atrair investidores estrangeiros para o setor imobiliário de luxo»; Marta Almeida, coordenadora nacional da DS Intermediários de Crédito e DS Imobiliária, conta que «ao contrário do expectável, a DSI Crédito teve um crescimento exponencial durante os anos de pandemia»; Margarita Oltra, diretora regional da Angel&Völkers Portugal, aponta que «é importante destacar o crescimento que está a ter Portugal com 168 milhões de euros em volume de intermediação de imóveis *premium*»; Luís Rebelo de Andrade, arquiteto, assegura que «a pandemia não abrandou o *boom* do turismo, nem vai...». A somar a isto, contamos o percurso da Casa do Passadiço e de Inês Fino, *designer* de interiores; e mostramos o novo projeto de arquitetura da Traçado Regulador e do Ombria Resort. A par deste especial, mostramos exposições que não podem perder, em Portugal, *Frida Khalo, a Vida de Um Ícone* e, em Paris, a *Pop Air*, no La Villette. E deixamos um leque de viagens, sabores imperdíveis e um especial Vinhas Sustentáveis. Faça-nos companhia. Boas leituras!

Real estate, luxury and sustainability

The real estate sector in Portugal is on the rise, as proved by the varying opinions of our interviewees. We begin with the words of António Ramalho, CEO of Novo Banco, who tells us about «real estate investment that develops from some imbalance, almost inevitable, between supply and demand»; Miguel Poisson, CEO of Portugal Sotheby's Realty, says that «Portugal is well positioned when it comes to being able to attract foreign investors to the luxury real estate sector»; Marta Almeida, national coordinator of DS Intermediários de Crédito and DS Imobiliária, tells us that «contrary to expectations, DSI Crédito has enjoyed exponential growth during the pandemic years»; Margarita Oltra, regional director of Angel&Völkers Portugal, points out that «it is important to highlight the growth that Portugal is having with €168 million in premium real estate brokerage volume»; Luís Rebelo de Andrade, architect, ensures that «the pandemic did not slow down the tourism boom, nor will it...». In addition to this, we tell the story of Casa do Passadiço and of Inês Fino, interior designer; and we showcase the new architectural project of Traçado Regulador and of Ombria Resort. Alongside this special feature, we highlight some unmissable exhibitions, in Portugal, *Frida Khalo, the Life of an Icon* and, in Paris, *Pop Air*, at La Villette. And we leave you with a few travel options, flavours and a Sustainable Vineyards special. Keep us company. Happy reading!

MARIA CRUZ

10
NOTÍCIAS | NEWS

18
GRANDE ENTREVISTA | MAJOR INTERVIEW
António Ramalho

28
ESPECIAL IMOBILIÁRIO DE LUXO | LUXURY REAL ESTATE SPECIAL
30 — *Miguel Poisson*
36 — *Marta Almeida*
40 — *Margarita Oltra*
44 — *Luís Rebelo de Andrade*
50 — *Casa do Passadiço*
54 — *Traçado Regulador*
58 — *Inês Fino*
62 — *Ombria Resort*
66 — *JRBotas*

78
ARTE & CULTURA | ART & CULTURE
Pop Air

82
LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES
Niyama Private Islands Maldives

106
SAÚDE & BEM-ESTAR | HEALTH & WELLNESS
Phillippe by Almada

122
SABORES SUPREMOS | SUPREME FLAVOURS
Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo

144
LUXO & ESTILO | LUXURY & STYLE
BMW i7 Berlina

152
DESPORTOS PREMIUM | PREMIUM SPORTS
Les Bordes

A Villas & Golfe (R) é propriedade da PM Media Comunicação, Lda. Villas&Golfe ® is owned by PM Media Comunicação, Lda. | www.villasegolfe.com | Sede Head Office: Rua Dr. Américo Silva, 158, 4480-166 Azurara, Vila do Conde, Porto, Portugal | T: +351 252 299 010 | Presidente ADM Chairman: Paulo Martins | paulomartins@pmmediacorporate.com | Diretor Director: José Lopes | Editora Editor: Maria Cruz | mariacruz@pmmediacorporate.com | Redação Editorial Team: Filomena Abreu; Maria Cruz | Revisão Proofreading: PMmedia | Tradução Translation: Algarvemedia | Fotografia de Capa Cover Photo: João Guimarães | Produção Graphic Production: Marta Teixeira, Pedro Fonseca (Design); PMmedia (Tratamento de Imagem Image Treatment) | Relações Públicas Public Relations: Ana Sofia Monteiro | anasofiamonteiro@pmmediacorporate.com | Departamento Comercial Commercial Department: adsales@villasegolfe.com | Departamento Financeiro Financial Department: Elisabete Alves | Periodicidade Frequency: Trimestral Quarterly | Impressão Printing: Orgal | N.º Depósito Legal Legal Deposit Number: 172563/01 | Registo ERC N°123930 Registration ERC Number | N.º 115 abr./jun.

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.

Villas & Golfe is a registered brand. All rights reserved.
Reproduction in whole or part of any text, photography or picture, under any means and for any purpose, including commercial, is strictly prohibited.
Advertisings, opinion articles, their contents and resulting impact are full responsability of its authors.

Publicidade e assinaturas Advertisings and subscriptions: villasegolfe@villasegolfe.com

11 MARCAS DISTINGUIDAS COM **PRÉMIO INOVAÇÃO**

A Etikway distinguiu, com o seu prémio de inovação, 11 projetos que aliam a moda e a sustentabilidade. A entrega dos galardões decorreu durante o desfile, que teve lugar no Jardim do Príncipe Real, no final de abril. A concurso estiveram 22 marcas e *designers* nacionais e internacionais que se candidataram a uma das cinco categorias: calçado, *sportswear*, pronto-a-vestir, casamento e roupa de festa e vestuário de criança. Na categoria de calçado, Marita Moreno foi a vencedora. Já na categoria de *sportswear*, venceu a Living Tide. No pronto-a-vestir destacou-se a marca Haura. Para a categoria de Festa e Casamento, Cândida Pinto. Por fim, no vestuário de criança, o 1.º prémio foi entregue a Diana Lopes.

11 BRANDS DISTINGUISHED WITH **INNOVATION AWARD**

Etikway has recognised, with its innovation award, 11 projects that combine fashion and sustainability. The awards were handed out during the fashion show, which took place at Jardim do Príncipe Real at the end of April. There were 22 national and international brands and designers up for to one of five categories: footwear, sportswear, ready-to-wear, wedding and party clothes and children's wear. Marita Moreno was the winner in the footwear category. In the sportswear category, Living Tide took the award. In ready-to-wear, the brand Haura stood out. For the category of Party and Wedding, Cândida Pinto. Finally, in children's wear, the award went to Diana Lopes.

CASA DO DESIGN ACOLHE EXPOSIÇÃO SOBRE OS ÚLTIMOS 50 ANOS DA MODA NACIONAL

A Casa do Design, em Matosinhos, inaugurou a mostra *Portugal Pop – A Moda em Português. 1970-2020*. Com curadoria de Bárbara Coutinho, a exposição dá a conhecer os últimos 50 anos da história da moda portuguesa, desde as vésperas da revolução do 25 de Abril de 1974 até à atualidade, num trabalho que representou dois anos e meio de investigação. Da música ao espetáculo, dos ofícios tradicionais à sustentabilidade, a seleção de quase 200 peças inclui algumas vestidas por Amália Rodrigues, António Variações, Doce, Heróis do Mar, The Gift, Joana Vasconcelos, Conan Osíris ou Cláudia Pascoal. Para ver até 18 de setembro.

CASA DO DESIGN HOSTS EXHIBITION ABOUT THE LAST 50 YEARS OF NATIONAL FASHION

Casa do Design, in Matosinhos, has opened the exhibition *Portugal Pop – Fashion in Portuguese. 1970-2020*. Curated by Bárbara Coutinho, the exhibition showcases the last 50 years of Portuguese fashion history, from the eve of the 25th of April revolution in 1974 to the present day, in a work that represented two and a half years of research. From music to spectacle, from traditional crafts to sustainability, the selection of almost 200 pieces includes some worn by Amália Rodrigues, António Variações, Doce, Heróis do Mar, The Gift, Joana Vasconcelos, Conan Osíris or Cláudia Pascoal. On show until September 18th.

QUINTA **VIDAGO VILLA** CONQUISTA A ÚNICA MEDALHA PREMIUM GOLD PARA A REGIÃO DE TRÁS-OS-MONTES

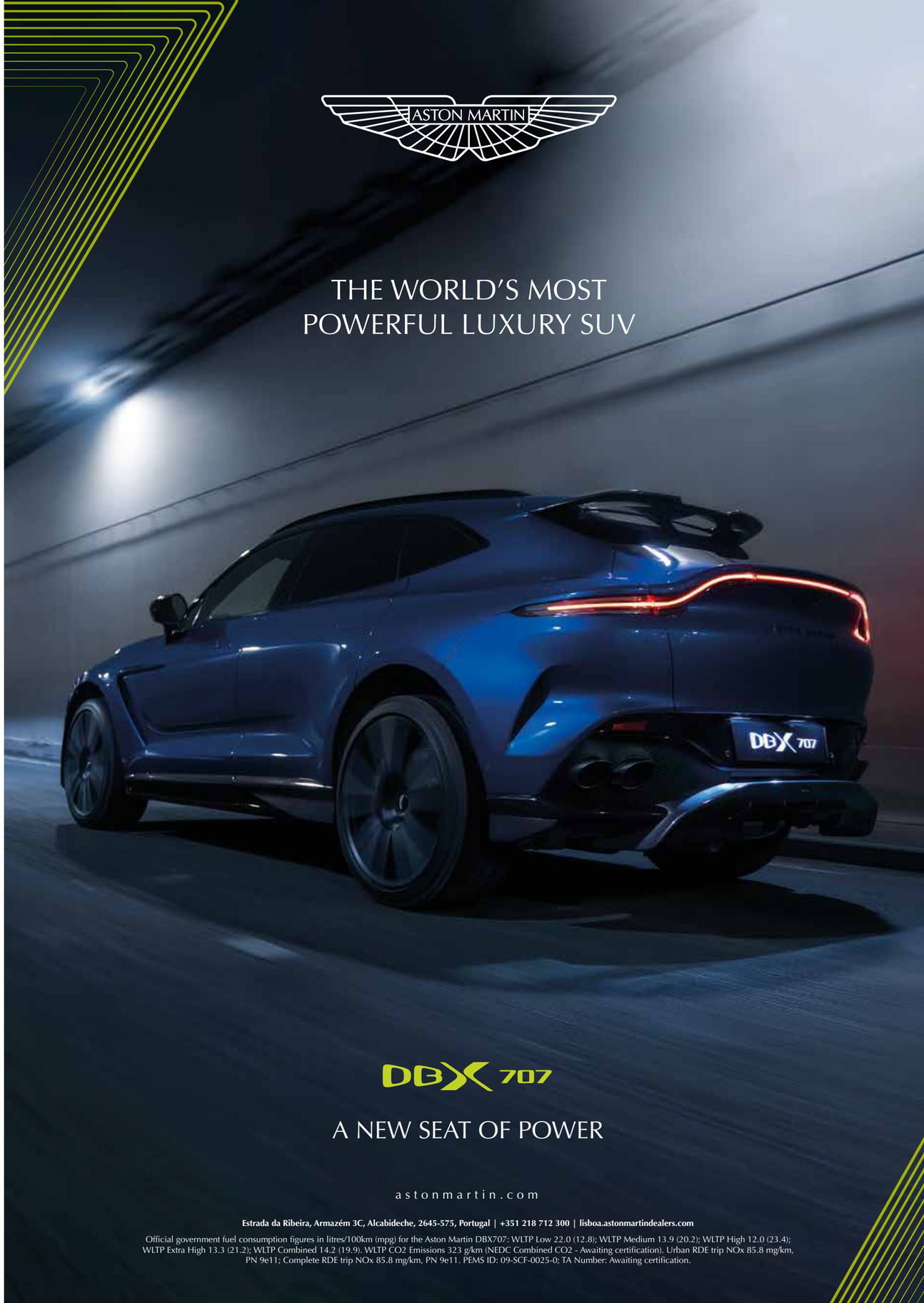
Anualmente o *Concurso de Vinhos de Portugal* distingue os melhores vinhos portugueses. O último evento decorreu no início de maio. E entre as 36 medalhas *Premium Gold* destacou-se o Douro, com 14 medalhas atribuídas, seguindo-se o Alentejo, com sete, e o Dão, com três. Mas a grande surpresa foi a Quinta Vidago Villa que conquistou a única medalha *Premium Gold* para a região de Trás-os-Montes, com o vinho *Vidago Villa Tinto Grande Reserva 2018*. A competir estiveram mais de 1450 vinhos – o número mais elevado desde a criação deste evento –, e a avaliação foi feita por júris, nacionais e internacionais, especialistas no setor.

Os vencedores foram apresentados na cerimónia de entrega de prémios, que se realizou a 6 de maio, no Convento de S. Francisco, em Santarém. Na categoria *Ouro* foram 107 os premiados. Na de *Prata*, 301. Nos melhores do ano destacam-se: Melhor do Ano – *Casa de Santar Vinha dos Amores, 2017*; Melhor Varietal Tinto – *Quinta da Fonte Souto, 2019*; Melhor Branco Varietal – *Casa de Santar Vinha dos Amores, 2017*; Melhor Tinto de Lote – *Falcoaria Grande Reserva, 2018*; Melhor Lote Branco – *Falcoaria Colheita Tardia, 2016*; Melhor Lote Branco – *Quinta da Rede Vinha do Pinheiro, 2018*; Melhor Espumante – *Marquês de Marialva Cuvée Primitivo Brut Nature, 2014*; Melhor Licoroso – *Bacalhôa Moscatel de Setúbal Superior 20 Anos, 2000*.

QUINTA **VIDAGO VILLA** WINS THE ONLY 'PREMIUM GOLD' MEDAL FOR THE TRÁS-OS-MONTES REGION

Each year the *Concurso de Vinhos de Portugal* – the Portuguese Wine Competitoon – singles out the best Portuguese wines. The last edition took place at the beginning of May. And among the 36 *Premium Gold* medals, the Douro region stood out, with 14 medals awarded, followed by the Alentejo, with seven, and the Dão region, with three. But the big surprise was Quinta Vidago Villa, which won the only *Premium Gold* medal for the Trás-os-Montes region, with its *Vidago Villa Tinto Grande Reserva 2018* wine. With more than 1450 wines competing – the highest number since the creation of this event –, the assessment was made by national and international juries, made up of specialists in this sector.

The winners were presented at the awards ceremony, held on May 06, at the Convento de S. Francisco, in Santarém. There were 107 wines awarded in the Gold category and 301 in the Silver category. Highlights among the best of the year, include: Best of the Year – *Casa de Santar Vinha dos Amores, 2017*; Best Red Varietal – *Quinta da Fonte Souto, 2019*; Best White Varietal – *Casa de Santar Vinha dos Amores, 2017*; Best Red Wine – *Falcoaria Grande Reserva, 2018*; Best White Wine – *Falcoaria Colheita Tardia, 2016*; Best White Wine – *Quinta da Rede Vinha do Pinheiro, 2018*; Best Sparkling Wine – *Marquês de Marialva Cuvée Primitivo Brut Nature, 2014*; Best Fortified Wine – *Bacalhôa Moscatel de Setúbal Superior 20 Anos, 2000*.



MARCA DE RELÓGIOS DE LUXO IWC ENTRA PARA **O METAVERSO**

A IWC Schaffhausen lançou a sua comunidade virtual no metaverso chamada *Diamond Hand Club*. Apresentada na *Watches & Wonders 2022*, a iniciativa é uma das mais recentes inovações da Web.3 para o setor relojoeiro de luxo. Na última *Feira Internacional de Relógios de Genebra*, a suíça IWC anunciou que estava a dar os primeiros passos no plano virtual. Mais do que um projeto, o anúncio foi uma forma de também dar a conhecer o seu IWC *Diamond Hand Club*, uma comunidade virtual imaginada em colaboração com o arquiteto Hani Rashid.

LUXURY WATCH BRAND IWC ENTERS **THE METAVERSE**

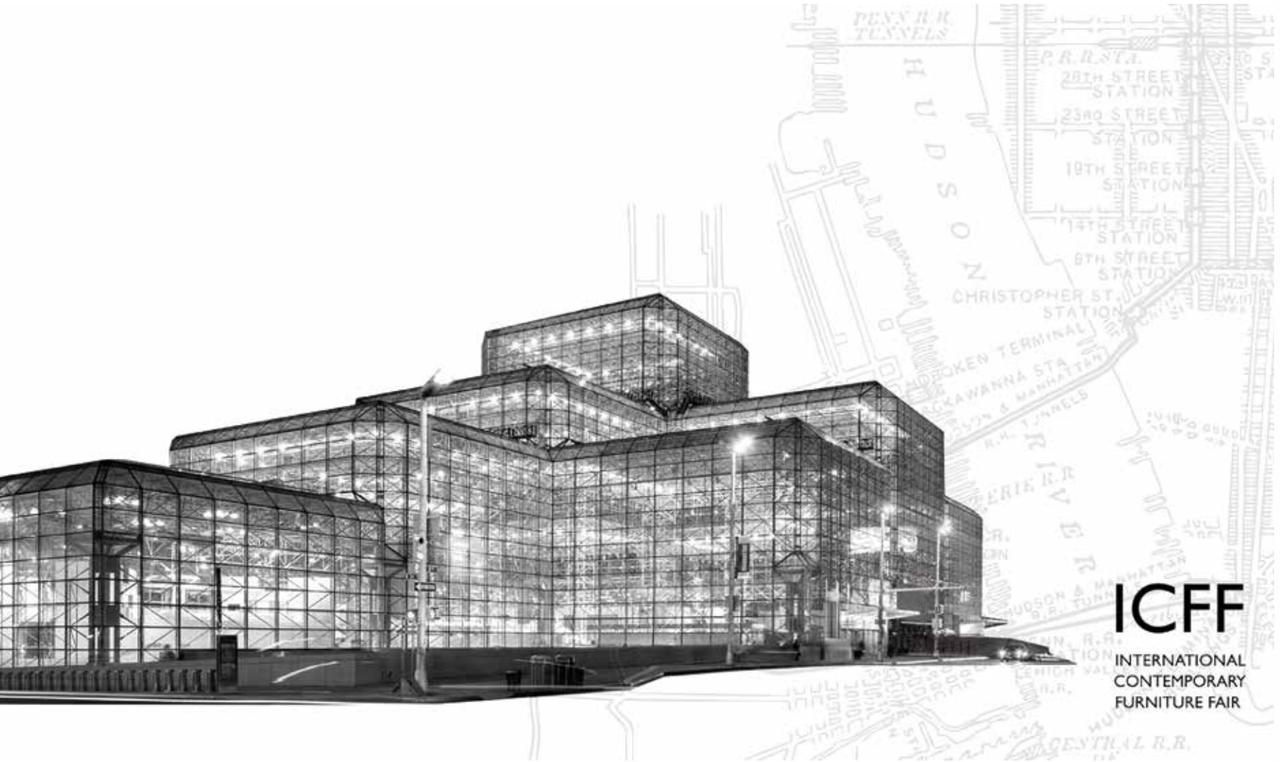
IWC Schaffhausen has launched its virtual community in the metaverse, called *Diamond Hand Club*. Unveiled at *Watches & Wonders 2022*, the initiative is one of the latest innovations from Web.3 for the luxury watch industry. At the last *Geneva International Watch Fair*, Swiss watchmaker IWC announced it was taking its first steps into the virtual plan. More than a project, the announcement was a way of also introducing its IWC *Diamond Hand Club*, a virtual community created in collaboration with architect Hani Rashid.

FENDI VAI CONSTRUIR UMA **NOVA FÁBRICA** EM ITÁLIA

A marca de luxo italiana Fendi, do grupo LVMH, está em ascensão e vai reforçar a sua capacidade de produção. Embora tenha acabado de inaugurar a sua primeira *flagship store*, dedicada à linha de móveis em Milão, confirmou a instalação, no outono, de uma nova fábrica em Fermo, na região de Marche, conhecida pela sua especialidade em calçado. O CEO da marca, Serge Brunschwig, anunciou à imprensa local que a Fendi irá transferir para Fermo as atividades da sua atual unidade de produção localizada em Porto San Giorgio. Estas vão integrar o novo estabelecimento ultramoderno, pensado para ser sustentável, que deve empregar cerca de 300 artesãos.

FENDI WILL BUILD A **NEW FACTORY** IN ITALY

Italian luxury brand Fendi, from the LVMH group, is on the rise and is going to bolster its production capacity. Although it has just opened its first flagship store dedicated to its furniture range in Milan, it has confirmed the creation in the autumn of a new factory in Fermo, in the Marche region, known for specialising in footwear. The brand's CEO, Serge Brunschwig, has announced to the local press that Fendi will transfer all activity in its current production facility located in Porto San Giorgio to Fermo. Production will now take place in the new ultra-modern facility, designed to be sustainable, which is expected to employ around 300 craftsmen.



LASKASAS MARCOU PRESENÇA PELA PRIMEIRA VEZ NA **ICFF EM NOVA IORQUE**

A edição de 2022 da ICFF (Internacional Contemporary Furniture Fair), que decorre todos os anos no Javits Center, em Nova Iorque, contou pela primeira vez com a presença da marca de mobiliário português Laskasas. O evento, que dita as tendências para o *design* de mobiliário dos próximos tempos, acolheu mais de 600 marcas a nível internacional, entre os dias 15 e 17 de maio. Para Celso Lascasas, CEO da empresa, esta foi «uma oportunidade única de elevar, não só a Laskasas e o seu trabalho a nível internacional, mas todo o mobiliário português. É uma montra direta que motiva a exportação do nosso *design* e reforça a qualidade das matérias-primas do nosso país. Acreditamos que esta é a primeira de muitas presenças que nos vão trazer muitos bons resultados.»

LASKASAS EXHIBITS **AT ICFF IN NEW YORK** FOR FIRST TIME

The 2022 edition of ICFF (International Contemporary Furniture Fair), held every year at the Javits Center, in New York, included for the first time the presence of the Portuguese furniture brand Laskasas. The event, which sets the trends for furniture design in the near future, welcomed more than 600 international brands, between May 15 and 17. For Celso Lascasas, CEO of the company, this was «a unique opportunity to raise, not only Laskasas and its work internationally, but all Portuguese furniture. It is a way of showcasing our work that encourages exportation of our design and reinforces the quality of our country's raw materials. We believe that this is the first of many attendances that will bring us very good results.»

FLY
LONDON

ANTÓNIO RAMALHO

UMA PESSOA DEVE DEIXAR DE JOGAR QUANDO AINDA É TITULAR
A PERSON SHOULD STOP PLAYING WHILE STILL PART OF THE STARTING LINE-UP

TEXTO TEXT FILOMENA ABREU | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ALMENDRA

A rebeldia da juventude fez com que tirasse Direito, mas foi como gestor que se destacou toda a vida. Dentro e fora da banca. Refere com frequência que o mercado tem atração por si em períodos de crise, mas também admite o contrário. Talvez por isso tenha assumido a presidência do Novo Banco, com a difícil tarefa de fazer desaparecer as memórias do malfadado BES. O objetivo era ficar por seis meses. Quando lá chegou, achou que ficaria apenas por seis dias. Acabou por ficar por seis anos. António Ramalho sairá do cargo em agosto, mas até lá garante continuar em funções de corpo de alma. O maior legado é a reestruturação da polémica instituição que colocou no trilho dos lucros. Um caminho marcado por polémicas e por um pesado escrutínio que o catapultaram para os holofotes políticos. Termina como começou, aficionado por desafios.

The rebelliousness of his youth made him study law, but it was as a manager that he has stood out throughout his life. In and out of banking. He often says that the market is attracted to him in times of crisis, but he also admits the opposite. Perhaps this is why he took on the presidency of Novo Banco, with the difficult task of making the memories of the ill-fated BES disappear. The idea was to stay for six months. When he got there, he thought he would only stay for six days. He ended up staying for six years. António Ramalho will leave the post in August, but until then he pledges to work, body and soul. His greatest legacy is the restructuring of the controversial institution that he set on the path to profits. A path marked by controversy and heavy scrutiny that catapulted him into the political spotlight. He ends up as he began, a fan of challenges.

NÓS NÃO SOMOS MAIS DO QUE MOTIVADORES DE EQUIPAS

É jurista de formação, mas a verdade é que foi quase toda a vida gestor. Que retrospetiva faz da sua carreira?

A minha carreira é a de *millennium* num corpo mais lento. Desempenhei missões que não tiveram um período demasiado longo, pois acho que a rotação é um dos instrumentos fundamentais da moderna gestão. Portanto, exerci com grande intensidade essa rotação. Acabei por contribuir na gestão de quatro grandes grupos financeiros em Portugal, o Grupo Champalimaud, o Grupo Santander, o Grupo Millenium BCP e o Grupo Novo Banco. E fora da minha atividade do setor bancário, geri a CP Comboios de Portugal, de que fui presidente, a Estradas de Portugal, a Refer, tendo sido responsável pela fusão das duas na Infraestruturas de Portugal, da qual fui o primeiro presidente. Portanto, diria que foi uma atividade sempre voltada para dar resposta a necessidades financeiras, mas muito rica do ponto de vista das experiências, da aprendizagem, do contributo que recebi de todas as equipas que geri, porque nós não somos mais do que motivadores de equipas.

Portanto, está satisfeito?

Muito satisfeito. Tive uma vida cheia, como pode imaginar. São 36 anos de atividade bancária, 29 anos na administração de grandes empresas. Há mais de dez que sou CEO de empresas. É uma vida muito intensa do ponto de vista, digamos assim, do contributo que procuramos dar em todos os momentos à sociedade, e ao impacto que conseguimos ter, umas vezes seguramente mais bem-sucedidos, outras menos, sempre com opiniões divergentes de quem gere connosco, mas deixei em todos os lados grandes amizades e sobretudo uma enorme capacidade de aprendizagem.

Tem dito que o mercado tem uma certa atração por si quando há períodos de crise. Partindo dessa ideia, duas questões. Porque é que acha que isso acontece? E não será esta uma altura de especial crise para o 'homem das crises' ir embora?

É verdade, já disse isso várias vezes, porque um gestor tem uma dimensão técnica, uma dimensão emocional e uma dimensão humana. E a minha dimensão técnica e as minhas virtudes técnicas são sobretudo na quantificação, na aprendizagem de experiências que tive. Do ponto de vista das minhas qualidades humanas, são as que tenho. Sou uma pessoa estável, com uma estrutura familiar muito estável. Gosto daquilo que se chama a vida tradicional portuguesa, uma estrutura familiar, calma e serena. Do ponto de vista emocional, calha que sou bem preparado para momentos difíceis. Isto é, nunca vi um momento difícil que não fosse uma oportunidade. E, portanto, em todas as situações em que repentinamente há muitas dificuldades, normalmente, eu sou um gestor bem-dotado emocionalmente para responder a essas dificuldades, juntando pessoas, motivando equipas, encontrando soluções, nunca desistindo. Mas também devemos ter a consciência de que há um momento da nossa vida em que estamos próximos do cansaço. E é o que se passa agora. Portanto, no caso concreto do banco, a parte da missão que me cabia está feita. O banco está reestruturado e saudável para

WE ARE NOTHING MORE THAN TEAM MOTIVATORS

You are a trained lawyer, but the truth is that you have been in management almost all life. How would you describe your career?

My career is that of a millennium in a slower body. I have performed assignments that have not had too long a period, because I think that turnover is one of the fundamental instruments of modern management. So, I exercised that turnover with great intensity. I ended up contributing for the managing of four major financial groups in Portugal, the Champalimaud Group, the Santander Group, the Millennium BCP Group and the Novo Banco Group. And outside my work in the banking sector, I managed CP (Comboios de Portugal), of which I was chairman, Estradas de Portugal, Refer, where I was responsible for the merger of the two into Infraestruturas de Portugal, of which I was the first chairman. So, I would say that it was a working life always focused on meeting financial needs, but very rich from the point of view of experiences, learning and the contribution I received from all the teams I managed, because we are nothing more than team motivators.

So, are you satisfied?

Very satisfied. I've had a full life, as you can imagine. 36 years in banking, 29 years in management of large companies. I have been CEO of companies for more than ten years. It is a very intense life from the point of view of, shall we say, the contribution we try to give at all times to society, and the impact we manage to have, sometimes clearly more successful, sometimes less, always with diverging opinions from those who manage with us, but I have left great friendships everywhere and above all else a huge capacity for learning.

You have said that the market has a certain attraction for you when there are periods of crisis. Based on that assumption, two questions: Why do you think this happens? And isn't this a time of special crisis for the 'crisis man' to leave?

It is true, I have said it several times, because a manager has a technical dimension, an emotional dimension and a human dimension. And my technical dimension and my technical virtues are mainly in quantification, in learning from experiences I've had. From the point of view of my human qualities, they are the ones I have. I am a stable person, with a very stable family structure. I like what is referred to as a traditional Portuguese life, a family structure, calm and serene. From an emotional point of view, I seem to be well prepared for difficult moments. That is to say, I've never seen a difficult moment that wasn't an opportunity. And so, in all situations where there are suddenly many difficulties, I am normally a manager who is emotionally well-equipped to respond to those difficulties, bringing people together, motivating teams, finding solutions, never giving up. But we must also be aware that there is a moment in our lives when we are close to exhaustion. And that is what is happening now. So, in the specific case of the bank, the part of the mission that was my responsibility is done. The bank is restructured and healthy for the market. On the other hand, it is true that there is

o mercado. Por outro lado, é verdade que há uma crise na sociedade, não sei que outras oportunidades ainda me acontecerão na vida, mas eu também sou muito consciente de que tenho que assegurar a aprendizagem da reputação e do *phase out*. Uma pessoa deve deixar de jogar quando ainda é titular. E saber sair é tão importante como aprender a entrar.

Qual o grande legado que vai deixar?

Isso vamos ver em agosto. Eu até agosto estou de corpo inteiro, mas julgo que deixo, digamos assim, aquilo que estava, aparentemente, difícil de ser conseguido. O banco foi dissolvido em 2014, não teve solução até 2017, e eu sou o terceiro presidente deste banco e de alguma maneira presenciei a possibilidade de o capitalizar, com o esforço por parte do Fundo de Resolução, com o esforço dos acionistas privados, com esforço dos obrigacionistas, com o esforço dos contribuintes portugueses. Mas o que acho que esperariam, e aquilo que no futuro irão pensar, foi se todo esse esforço se justificou para atingir os objetivos definidos na altura. E nós cumprimos, religiosamente, todos os objetivos que foram fixados em 2017. Exatamente dentro do quadro do orçamento e dos *timings*. O que deixo de legado é o cumprimento dessa fase. Adicionalmente, deixo outra coisa. É que durante todo este período não deixamos de ter a motivação das equipas para servir a economia, para servir a sociedade, para utilizar as suas competências próprias para aquilo que é a função e o impacto na sociedade que as empresas devem ter. Portanto, o meu grande orgulho são os meus colaboradores, curiosamente, é o orgulho mais secreto que tenho: em todos os momentos, nunca deixaram de pensar na economia portuguesa. O resto são pequenos detalhes. Alguns deles obviamente que deixam sempre, digamos assim, muita emoção. Mas o essencial na gestão é conseguir atingir os objetivos centrais, que neste caso foram conseguidos. É o legado que eu deixo.

Vai continuar como o consultor. A ideia é abrandar o ritmo? O que gostaria de fazer com o tempo livre que possa vir a ter?

Tenho três netos, todos muito próximos, e quero acompanhar os meus netos um pouco mais do que acompanhei as minhas filhas. E dar à família um bocadinho deste esforço que lhe foi pedido durante estes 29 anos de administração de alto nível. Isso é o meu primeiro objetivo. O segundo, é dar o meu contributo profissional de impacto na sociedade da forma melhor que eu posso dar. E, neste momento, o que eu posso dar é exatamente sendo consultor, sendo conselheiro, ainda que vá, desde já, fazer mais uma reciclagem académica, não executiva. Irei para a Suíça e depois para os Estados Unidos. Deixar de vestir a pele de um executivo para vestir a pele do não executivo obriga também a um exercício académico. E eu já não sou novo. Vou fazer 62 anos.

Saindo da Avenida da Liberdade, o Novo Banco será uma das últimas grandes instituições bancárias a abandonar o coração de Lisboa. Não acha que podemos estar diante de uma perda de identidade patrimonial e cultural?

O problema que me coloca é interessante porque há vários dilemas que têm que ser conjugados. O primeiro é que existe uma necessidade de atribuir aos locais de trabalho um enquadramento diferente no pós-pandemia. O equilíbrio entre o trabalho em casa e o trabalho no escritório, a necessidade de adicionais flexibilidades, mas de encontros culturais que determinem também a cultura das empresas, leva a que o exterior dos edifícios seja mais relevante do que apenas o interior. E isso atira-nos para fora da cidade. Graças a Deus, o banco já tinha um grupo de instalações no Taguspark e uma zona de *campus*. O que vamos é melhorar muito toda essa estrutura e encontrar um modelo de resposta às necessidades que se colocam do século XXI, a partir de 2022/23, para oferecer melhores condições a um tipo de trabalho que é diferente, onde é preciso mais espaço, onde é preciso um tipo de trabalho em que a conjugação entre o in e o out seja mais válida. E, simultaneamente, onde o *home office* e o *work place to live* seja mais enquadrado. Achamos que temos todas as condições para o fazer. Isso liberta-nos este edifício. Mas essa não é a razão pela qual nós queremos o *campus*. O *campus* é um conceito novo, mais moderno, mais adequado a esta realidade. Mas, por outro lado, a sua pergunta é uma pergunta de caráter cultural. Eu acho que, pelo contrário, devolver o centro da cidade a alguma tipologia residencial e alguma tipologia de pessoas, que não sejam apenas os locais de trabalho das 08:00 horas ou das 08:30 horas até às 18:00 horas, é positivo para a vida e para o pulsar das cidades.

O perfil dos investidores tem mudado. Os bancos têm conseguido acompanhar o crescimento imobiliário?

Acho que sim. Temos um investimento imobiliário neste momento que vive de algum desequilíbrio, quase inevitável, entre a oferta e a procura. Isso verifica-se por vários motivos, que a pandemia agravou. Primeiro, porque trouxe um aumento significativo da taxa de poupança das famílias. A taxa de poupança portuguesa passou para 11,5% no final de 2021. Depois, mantiveram-se taxas de juro muito baixas e com taxas de juro muito baixas não havia alternativas de investimento significativas. Isso trouxe um aumento enorme de liquidez. Conjuntamente com estas três razões meramente financeiras, houve uma alteração de comportamentos, em que se valorizou a residência

> NUNCA VI UM MOMENTO DIFÍCIL QUE NÃO FOSSE UMA OPORTUNIDADE

> I'VE NEVER SEEN A DIFFICULT MOMENT THAT WASN'T AN OPPORTUNITY

a crisis in society. I don't know what other opportunities will come my way in life, but I am also very aware that I have to ensure that I learn from reputation and phasing out. A person should stop playing while still part of the starling line-up. And knowing how to leave is as important as learning how to come in.

What is the great legacy you will leave?

This we'll see in August. I'll be here in my full capacity until August, but I think I'll leave, shall we say, what was apparently difficult to achieve. The bank was dissolved in 2014, it had no solution until 2017, and I am the third chairman of this bank and somehow, I was here to witness the possibility of capitalising it, with the effort by the Resolution Fund, with the effort of private shareholders, with the effort of bondholders, with the effort of Portuguese taxpayers. But what I think you would expect, and what you will think in the future, was whether all that effort was justified to achieve the goals defined at the time. And we achieved, religiously, all the goals that were set in 2017. Exactly within the framework of the budget and the timings. What I leave as a legacy is the fulfilment of this phase. Additionally, I leave something else. It is that throughout this period we did not fail to have the motivation of the teams to serve the economy, to serve society, to use their own skills for what is the function and the impact on society that companies should have. So, my great pride is my employees, curiously, it is the most secret pride I have: at all times, they never stopped thinking about the Portuguese economy. The rest are minor details. Some of them obviously always leave a lot of emotion, so to speak. But the essential thing in management is to achieve the key objectives, which in this case were achieved. This is the legacy I leave behind.

You will continue as consultant. Is the idea to slow down your pace? What would you like to do with the free time you may have?

I have three grandchildren, all very close together, and I want to spend a little more time with my grandchildren than I did with my daughters. And give back the family a little bit of this effort that has been asked of them during these 29 years of high-level administration. That is my first goal. The second, is to make my high-impact professional contribution to society in the best way I can. And, at this moment, what I can give is precisely by being a consultant, by being an advisor, even though I am going, right now, to do another academic, non-executive, refresher course. I will go to Switzerland and then to the United States. To go from being an executive to being a non-executive also requires an academic exercise. And I am no longer young. I'm going to be 62.

Leaving Avenida da Liberdade, Novo Banco will be one of the last major banking institutions to abandon the heart of Lisbon. Don't you think we may be facing a loss of heritage and cultural identity?

The problem you raise is interesting because there are several dilemmas that have to be read in conjunction. The first is that there is a need to give workplaces a different context in the post-pandemic era. The balance between working at home and working in the office, the need for additional flexibilities, but cultural encounters that also determine the culture of companies, leads to the outside of buildings being more relevant than just the inside. And that sends us out of the city. Thank God the bank already had a group of premises in Taguspark and a campus area. What we are going to do is to greatly improve that whole structure and find a model to respond to the needs of the 21st century, from 2022/23, to offer better conditions to a type of work that is different, where you need more space, where you need a type of work where the conjunction of in and out is more valid. And, simultaneously, where 'home office' and 'work place to live' are more defined. We think we have all the right conditions to do it. That frees up this building for us. But that is not the reason why we want the campus. The campus is a new concept, more modern, more suitable to this reality. But, on the other hand, your question is a question that is cultural in nature. I think that, on the contrary, giving back to the city centre some of its residential character and some of its people-focused nature, areas that are not just workplaces from 8.00 am or from 8.30 am to 6.00 pm, is positive for life and for the heartbeat of cities.

The profile of investors has been changing. Have banks been able to keep up with this change in real estate growth?

I think they have. We have real estate investment at the moment that develops from some imbalance, almost inevitable, between supply and demand. This is happening for various reasons, which the pandemic has compounded. Firstly, because it brought a significant increase in the savings rate of families. Portuguese savings rate rose to 11.5% at the end of 2021. Then, very low interest rates were maintained and with very low interest rates there were no significant investment alternatives. This brought a huge increase in liquidity. Together with these three purely financial reasons, there was a change in behaviour, in which the 'refuge living' gained in value. In other words, we can see this in people who, for example, have found a place to live outside the major cities. But we have also found people, near the

SABER SAIR É TÃO IMPORTANTE COMO APRENDER A ENTRAR

KNOWING HOW TO LEAVE IS AS IMPORTANT AS LEARNING HOW TO COME IN

refúgio. Verificamos isto nas pessoas que, por exemplo, encontraram fora das grandes cidades o espaço para ficar. Mas encontramos também pessoas, próximo das cidades, a querer condições diferentes para viver, porque sabiam que tinham que trabalhar em casa, que tinham que ter as suas crianças em casa, e que tinham de conjugar essa nova realidade. A conjugação destes dois efeitos trouxe naturalmente uma atração muito significativa sobre a residência. Acho que os portugueses que estavam razoavelmente conciliados com as suas residências começaram a pensar se podiam ou não podiam mudar. E assim como pensaram os portugueses, pensaram os estrangeiros. E naturalmente, os estrangeiros têm valores de referência diferentes dos nossos. Segundo o Instituto Nacional de Estatística de 2021, os estrangeiros compraram em Lisboa a 4.283 euros o metro quadrado, enquanto a média dos portugueses foi de 1.858 euros. Foi mais do dobro o que o estrangeiro pagou em relação ao português, naturalmente nas zonas melhores. Mas este fenómeno é de escala global.

Mas a avaliação dos imóveis, relativamente à venda que é feita, cria um problema para quem é de cá e continua a ter um salário adequado ao país que tem, perdendo as vantagens de ter acesso a um crédito. Isto é um problema que parece não ter fim...

Eu vou ser cauteloso na minha resposta. Julgo que poucas pessoas em Portugal que tenham um emprego estável não encontrem uma solução habitacional à sua disposição. Primeiro, porque o mercado de arrendamento aumentou, não é que o mercado de arrendamento seja barato, mas aumentando alarga o espectro das possibilidades. E numa altura em que as pessoas podem querer menos perda de mobilidade isso pode ser um ponto importante. O segundo ponto é que temos que encontrar o equilíbrio adequado entre aquilo que são as capacidades que as pessoas têm do ponto de vista da sua taxa de esforço e aquilo que devem assumir em relação às suas responsabilidades com a habitação.

cities, wanting different conditions to live in, because they knew that they had to work at home, for a while, that they had to have their children at home, and that they had to deal with this new reality. The combination of these two effects naturally brought a very significant attraction towards where people live. I think that the Portuguese who were reasonably reconciled with their homes began to think about whether or not they could change their homes. And just as the Portuguese were thinking, so were foreigners. And naturally, foreigners have different benchmark values from ours. According to the National Statistics Institute, in 2021, foreigners purchased in Lisbon at €4,283 a square metre, while the average Portuguese was €1,858. Foreigners paid more than double what the Portuguese paid, and naturally in the more exclusive areas. But this phenomenon is on a global scale.

But the valuation of property, in relation to the sale that is made, creates a problem for those who are from here and continue to have a salary that fits the country they have, losing the advantages of having access to a credit. This is a problem that seems to have no end...

I will be cautious in my answer. I think there are few people in Portugal who have a stable job who don't have a housing solution at their disposal. First, because the rental market has increased, it is not that the rental market is cheap, but increasing it widens the spectrum of possibilities. And at a time when people may want less loss of mobility this can be an important point. The second point is that we have to find the right balance between what are the capacities that people have in terms of their effort rate and what they should assume in relation to their housing responsibilities.

V&G Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.com

Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.com

ANTÓNIO REBELO
DE SOUSA
Economista | Economist

DE UM MODELO CONDICIONADO

Depois de um choque do lado da oferta na pandemia, surgiu um outro – por sinal, também do lado da oferta –, com a Guerra da Ucrânia.

Matérias-primas e insumos intermédios escasseiam, cadeias de valor são postas em causa, a inflação atinge valores que já não conhecíamos há trinta anos e ressurgiu uma componente muito forte de incerteza.

Neste quadro, não se apresenta possível implementar um modelo de política económica estável, assente em pressupostos inquestionáveis, que nos permita influenciar positivamente a componente psicológica do investimento.

É sim possível dizer-se que se vai procurar, uma vez mais, conciliar a contenção do défice orçamental com alguns estímulos ao rendimento disponível das famílias, atualizando-se, por exemplo, os escalões do IRS. É, também, possível afirmar-se que se vai procurar introduzir novos mecanismos de incentivo ao investimento nas empresas, baixando-se marginalmente, em certas situações, o IRC.

Será viável criar-se a expectativa de alguma dinamização do investimento em infraestruturas, na saúde e na economia digital, recorrendo-se ao Plano de Recuperação e Resiliência.

Mas, está-se longe de poder garantir uma elevada taxa de crescimento do PIB, um aumento do salário médio, em termos reais, ou até mesmo o acompanhamento da taxa de inflação pelos salários praticados no mercado de trabalho nacional.

E tudo isto se afigura evidente por uma simples razão: não sabemos quanto tempo vai durar o conflito na Ucrânia, nem tão pouco a intensidade que o mesmo virá a assumir, sobretudo se se virá a generalizar.

E, em boa verdade, num contexto de generalização do conflito, os custos daí decorrentes para a economia mundial, em geral, e para a economia europeia, em particular, serão muito elevados.

Vivemos num modelo transitório e condicionado, de acordo com o qual são necessários sacrifícios.

Mas, sacrifícios esses que se justificam quando está em causa a Democracia e a Liberdade.

Nem mais, nem menos...

CONCERNING A CONDITIONED MODEL

After the shock with regard to supply during the pandemic, another has arrived – also concerning supply, by the way –, with the Ukrainian war.

Raw materials and intermediate supplies have become scarce, value chains are being jeopardised, inflation is reaching levels that we have not known for thirty years and a very strong component of uncertainty has raised its head again.

In this context, it is not possible to implement a stable economic policy model, based on unquestionable assumptions, which would allow us to positively influence the psychological component of investment.

We can say, however, that an attempt will be made, once again, to reconcile containing the budget deficit with some stimuli to the disposable income of families, updating, for example, personal income tax brackets. It can also be said that an attempt will be made to introduce new mechanisms to encourage investment in companies, with a marginal reduction, in certain situations, of corporate income tax.

It will be feasible to expect some boost to investment in infrastructure, health and the digital economy, through the Recovery and Resilience Plan.

But we are a long way from being able to guarantee a high GDP growth rate, an increase in the average wage, in real terms, or even wages practised in the national labour market keeping up with the inflation rate.

And all this is clear for one simple reason: we do not know how long the conflict in Ukraine will last, nor how intense it will become, especially if it becomes more widespread.

And, in all honesty, if the conflict becomes more widespread, the resulting costs for the world economy in general and the European economy in particular will be very high.

We live in a transitory and conditioned model, according to which sacrifices must be made.

But these sacrifices are justified when democracy and freedom are at stake.

Nothing more, nothing less...

Decisões e Soluções – Mediação Imobiliária, Lda., titular da Licença AMI n.º 9300 emitida pelo IMPIC, I.P. e Decisões e Soluções – Intermediários de Crédito, Lda., registada no Banco de Portugal, como Intermediário de Crédito Vinculado, sob o n.º 926, verificável em www.bportugal.pt/intermediarios-credito e inscrita junto da ASF (Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões) com a categoria de Agente de Seguros, sob o nº 409311648/3, com autorização para Ramos Vida e 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.

O EXTRAORDINÁRIO CRESCIMENTO DO SETOR IMOBILIÁRIO

Dois anos depois da pandemia baralhar as contas da economia mundial, afetando consequentemente a portuguesa, foram muitas as atividades que sofreram (e ainda se ressentem) dos efeitos nefastos da COVID-19. Mas nessa lista não entra o setor imobiliário, que se mantém imune à crise. Aliás, é certamente o mais resiliente do mercado, mostrando que além de crescer, se soube reinventar, reagindo e modernizando-se, com recurso a novas e mais atrativas tecnologias, capacitando os seus agentes de maior e melhor profissionalismo.

Portugal tem sido catalogado como um destino *premium* para os estrangeiros, os que mais têm apostado no segmento de luxo, comprando casas e imóveis nas zonas mais nobres do país. Uma demanda encabeçada por grupos financeiros e fundos internacionais. Também por isso, a construção nunca parou, o que se traduz no contínuo surgimento de oferta para um mercado que continua com elevada procura. No plano nacional, o facto de os portugueses começarem a refletir nas suas reais necessidades habitacionais fez aumentar as transações. E se o setor imobiliário fervilha, nós também. Este especial, rico em personalidades de várias áreas, que de alguma maneira tocam o setor, e de empresas reconhecidas responsáveis pela agitação deste meio, serve, por isso, para mostrar que o panorama nacional está bem vivo e recomenda-se. E isto ainda é só o começo de uma era prospera.

THE EXTRAORDINARY GROWTH OF THE REAL ESTATE SECTOR

Two years after the pandemic shook the global economy, and consequently affecting the Portuguese economy, many business areas have suffered (and are still suffering) from the harmful effects of COVID-19. But this list does not include the real estate sector, which remains immune to the crisis. In fact, it is quite clearly the most resilient of the market, proving that in addition to growing, it has been able to reinvent itself, reacting and modernising, using new and more attractive technologies, empowering its agents with greater and better professionalism.

Portugal has been classified as a premium destination for foreigners, who have invested more in the luxury segment, buying houses and properties in the most exclusive areas of the country. A demand headed by financial groups and international funds. Also because of this, construction has never stopped, which translates into the ongoing appearance of supply for a market that continues to have high demand. On a national level, the fact that the Portuguese have started to reflect on their real housing needs has led to an increase in transactions. And if the real estate sector is buzzing, so are we. This special, rich in personalities from various areas, involved in the sector in one way or another, and from renowned companies responsible for causing a stir in this environment, serves, therefore, to show that the national scene is alive and well. And this is still only the beginning of a prosperous era.

MIGUEL POISSON

O IMOBILIÁRIO CONTINUA A SER O SETOR REFÚGIO PARA A MAIORIA DOS INVESTIDORES

REAL ESTATE REMAINS THE SECTOR TO FIND REFUGE IN FOR MOST INVESTORS

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ALMENDRA

Portugal está bem posicionado no que toca à capacidade de atrair investidores estrangeiros para o setor imobiliário de luxo. Quem o diz é o CEO da Portugal Sotheby's Realty, uma das empresas com maior portefólio do país dentro do segmento *premium*. Em entrevista à *V&G* explica que a pandemia veio intensificar a procura de casas que sirvam de espaço para trabalho e que ofereçam também uma confortável área de lazer. As segundas habitações também são hoje mais apetecíveis. Tudo com a ajuda do clima, da gastronomia e dos benefícios fiscais. Apesar de se adivinharem aumentos das taxas de juro a curto prazo, o mercado nunca esteve tão animado.

Portugal is well positioned when it comes to being able to attract foreign investors to the luxury real estate sector. At least, that's the conviction of the CEO of Portugal Sotheby's Realty, one of the companies with the country's largest portfolio within the premium segment. In an interview with *V&G* he explains how the pandemic has intensified the demand for homes that serve as work space and that also offer a comfortable leisure area. Second homes are also more appealing today. All with the help of the climate, the food and tax benefits. Although interest rates are expected to rise in the short term, the market has never been so buoyant.

Como justifica que o setor do imobiliário de luxo esteja cada vez mais em alta, apesar da conjuntura mundial ter sofrido bastante nos últimos dois anos?

Portugal está a ganhar «quota de mercado» a outros países no que diz respeito à sua capacidade de atrair estrangeiros que queiram investir e/ou viver em Portugal. O fator segurança continua a ser extremamente importante, para além de todos as outras características que bem conhecemos e que são efetivamente valorizadas por quem investe em Portugal (benefícios fiscais, clima, infraestruturas, gastronomia, etc.). O facto das taxas de juro estarem baixas, mesmo que se adivinhem aumentos no futuro, continua a fazer do imobiliário o setor que melhor remunera o investimento, mantendo níveis de risco controlados. O imobiliário continua a ser o setor refúgio para a maioria dos investidores.

Como caracterizaria atualmente o mercado imobiliário em Portugal e no Mundo?

Há duas grandes ideias a reter. Primeira, a pandemia veio colocar a «casa» ainda mais no centro da vida das pessoas. Há uma procura de mais espaço interior (também para trabalhar melhor a partir de casa) e desejo de mais espaço exterior (para lazer). Há também um aumento da procura de 2.ª habitação, sobretudo de campo ou de praia. A segunda ideia é que: as taxas de juro baixas continuam a convidar os investidores a adquirir imóveis, incluindo grandes fundos de investimento que estão a apostar (em particular no setor habitacional) na compra de imóveis nas principais cidades europeias, porque retiram daí rentabilidades anuais importantes através do arrendamento desses ativos (e mais-valias na revenda porque a trajetória de preços tem sido ascendente e nada indica que isto se inverta a curto-prazo).

> A PANDEMIA VEIO COLOCAR A «CASA» AINDA MAIS NO CENTRO DA VIDA DAS PESSOAS

Portugal está na mira dos investidores estrangeiros. Este mercado pode vir a esgotar-se a curto ou a médio prazo por falta de imóveis de luxo?

Antes pelo contrário. A procura por mais luxo leva a que se façam mais investimentos na construção de imóveis de luxo. Ou seja, uma procura forte atrai investimento que se transforma em mais oferta no mercado. É um processo dinâmico. Vejamos o caso de Lisboa, que tem hoje muito mais empreendimento de luxo do que tinha há 10 anos. E porquê? Porque nestes últimos anos a procura de imóveis de luxo (sobretudo por estrangeiros) levou a que se fizessem investimentos diferenciadores e talhados para uma procura exigente que não era tão comum. Há, por outro lado, uma procura de produtos especiais e com muita história (palácios e casas senhoriais) que atraem uma franja específica de investidores estrangeiros que têm poder financeiro para os reabilitar na íntegra (investimentos avultados) e que tornam o nosso parque imobiliário mais rico e preservado. A Sotheby's Realty, que atua no segmento de luxo, está muito em contacto com esta realidade porque tem provavelmente o maior portefólio do país de imóveis verdadeiramente de luxo.

Qual a grande aposta da Sotheby's Realty Portugal para este ano?

Este ano vamos fazer uma aposta nos empreendimentos e

How do you justify the fact that the luxury real estate sector is booming more and more despite the fact that the world economy has suffered greatly in the last two years?

Portugal is gaining «market share» from other countries with regard to its ability to attract foreigners who want to invest and/or live in Portugal. The security factor is still extremely important, in addition to all the other characteristics that we are well aware of and that are indeed valued by anyone investing in Portugal (tax benefits, climate, infrastructures, food, etc.). The fact that interest rates are low, even though increases are expected in the future, continues to make real estate the sector with the best return on investment, while keeping risk levels under control. Real estate remains the sector to find refuge in for most investors.

How would you characterise the real estate market in Portugal and in the world today?

There are two main ideas to bear in mind. Firstly, the pandemic has made «home» an even more central part of people's lives. There is demand for more indoor space (also to work better from home) and a desire for more outdoor space (for leisure). There is also an increase in demand for 2nd homes, especially country or beach homes. The second idea is that: low interest rates continue to tempt investors into buying property, including large investment funds that are investing (particularly in the housing sector) in the purchase of property in major European cities because they enjoy significant annual returns through the rental of these assets (and capital gains on resale because the price trend has been upwards and nothing indicates that this will be reversed in the short term).

> THE PANDEMIC HAS MADE «HOME» AN EVEN MORE CENTRAL PART OF PEOPLE'S LIVES

Portugal is in the sights of foreign investors. Could this market be exhausted in the short or medium term due to a lack of luxury real estate?

Quite the contrary. The demand for more luxury leads to more investment being made in the construction of luxury real estate. In other words, strong demand attracts investment, which then leads to more supply in the market. It is a dynamic process. Take the case of Lisbon, which today has many more luxury developments than it had 10 years ago. And why is that? Because in the last few years the demand for luxury real estate (especially from foreigners) has led to differentiated investments tailored to an exacting demand being made, which was not so common. There is, on the other hand, a demand for special products with a lot of history (palaces and stately homes), attracting a specific section of foreign investors who have the financial power to fully renovate them (large-scale investments) and which make our real estate stock richer and better preserved. Sotheby's Realty, which operates in the luxury segment, is very much involved with this reality because it probably has the country's largest portfolio of truly luxury properties.

Where is Sotheby's Realty Portugal focusing its efforts this year?

This year we will focus very strongly on developments and we

> ESTAMOS MUITO ATENTOS À QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE QUE PASSOU A SER UM REQUISITO MUITO PRESENTE NA PROCURA

criámos um departamento inovador que irá trabalhar de forma centralizada, e muito próxima, com alguns promotores com quem vamos poder partilhar todas as especificidades da procura que existe a cada momento no mercado. Vamos trabalhar de forma mais integrada para possibilitar a criação de projetos que respondam em pleno às maiores exigências dos clientes. Estamos todos os dias no terreno em contacto com clientes, que têm requisitos de procura muito exigentes e sofisticados, e temos a obrigação de ajudar a formatar a oferta o melhor possível, para que cada empreendimento se distinga dos outros e possa ser vendido mais rapidamente. Estamos a levar oportunidades de negócio a vários promotores (terrenos, edifícios por reabilitar, etc.) e, neste preciso momento, iniciamos uma caminhada em conjunto para criarmos um projeto «comum», que ajudámos a desenvolver e a enriquecer, que conhecemos melhor e que, consequentemente, venderemos melhor. Estamos muito atentos à questão da sustentabilidade que passou a ser um requisito muito presente na procura, tanto de compradores estrangeiros como de portugueses, que começam a olhar para a sustentabilidade, não como uma questão de moda, mas como uma questão basilar nas suas vidas e na vida dos seus filhos.

Numa altura de crescimento do setor e em quando está empenhada em expandir, a responsabilidade social não foi deixada de lado, como se constata na recente adesão a uma plataforma de donativos para a Ucrânia. Quanto dinheiro já conseguiram angariar?

Até ao momento já angariámos 360,325$ [342,53 mil euros].

> WE ARE VERY ATTENTIVE TO THE ISSUE OF SUSTAINABILITY, WHICH HAS BECOME A VERY MUCH PRESENT REQUIREMENT IN DEMAND

have created an innovative department that will work centrally and very closely with some developers with whom we will be able to share all the specifics of the demand that may exist at any given moment in the market. We will work in a more integrated way to enable the creation of projects that fully meet clients' highest demands. We are in the field every day in contact with clients who have very exacting and sophisticated requirements, and we have the obligation to help format the supply as best as possible, so that each development stands out from the others and can be sold more quickly. We are taking business opportunities to various developers (land, buildings to be renovated, etc.) and, at this very moment, we are starting a journey together to create a «joint» project, which we have helped to develop and enrich, which we understand better and which, consequently, we will sell better. We are very attentive to the issue of sustainability, which has become a very much present requirement in demand, both from foreign and Portuguese buyers, who are beginning to look at sustainability, not as a fashion issue, but as a fundamental issue in their lives and in the lives of their children.

At a time of growth in the sector and when you are committed to expanding, social responsibility has not been forgotten, as can be seen by the recent membership to a donation platform for Ukraine. How much money have you managed to raise so far?

So far, we have raised $360,325 [€342,530].

JOSÉ MANUEL FERNANDES
Eurodeputado, Professor e Político Português | Portuguese MEP, Professor and Politician

MAIS EUROPA

A pandemia e a guerra provocada pela Rússia, tornaram – ainda mais – evidente a urgência da autonomia estratégica da União Europeia. A reação da UE à pandemia foi rápida e eficaz, tendo a Comissão Europeia adquirido e distribuído vacinas por todos os Estados-membros. Teria sido um desastre a competição na compra das vacinas. Para além da escalada de preços que teria provocado, os Estados-membros mais ricos seriam os primeiros a vacinar os seus cidadãos. O sucesso da UE aconteceu apesar da saúde ser uma competência nacional. É evidente que a UE precisa de reforçar esta competência para decidir rapidamente e de forma coerente. Temos de reforçar o investimento comum na investigação científica, na produção de medicamentos e de equipamentos de saúde.

Numa decisão histórica, a UE endividou-se para financiar os Estados-membros de forma a que respondessem às consequências económicas negativas resultantes da pandemia. Para além disso, criaram-se soluções comuns para se financiar a proteção do emprego dos cidadãos. A UE reagiu com celeridade, promovendo respostas comuns através de ações concretas e solidárias. A presidente da Comissão Europeia, Ursula von der Leyen, tem-se revelado competente e corajosa, enquanto que o Parlamento Europeu funcionou ininterruptamente e de forma célere e o Conselho conseguiu decisões que exigem unanimidade.

Em relação à guerra provocada pela Rússia na Ucrânia, a reação das instituições europeias tem sido rápida e positiva. Financiamos a ajuda humanitária e o acolhimento dos refugiados. Apoiamos financeiramente a Ucrânia e a compra de armas para se proteger. Aprovamos duras sanções económicas à Rússia. Esta guerra tornou evidente as nossas debilidades como a nossa dependência energética, mostrou a necessidade de reforçarmos os orçamentos nacionais de defesa e de coordenarmos as nossas forças militares. Na Ucrânia, tem sido um privado, Elon Musk, a oferecer os seus satélites para as comunicações que se têm mostrado cruciais. Isto não faz sentido porque a UE tem capacidade para reforçar a sua soberania. O problema é que os nossos governantes olham em demasia para o seu umbigo, não antecipam, nem previnem. Se tivéssemos agido não precisávamos de reagir. Todos sabiam que Putin não era confiável. Mesmo assim, decidiram comprar energia à Rússia, porque era mais barata, ficando dependentes. Hoje, ainda hoje, compramos por dia à Rússia cerca de 1000 milhões de euros em energia. Estamos a financiar as armas do Sr. Putin. Para acabar com a guerra, temos de acabar com as importações de energia da Rússia.

Para mantermos a nossa segurança, qualidade de vida e estado social, precisamos de uma UE forte, autónoma, rápida a decidir e com mais competências.

MORE EUROPE

The pandemic and the war provoked by Russia, has made the urgency of the European Union's strategic autonomy – even more – evident. The EU's reaction to the pandemic was swift and effective, with the European Commission purchasing and distributing vaccines to all member states. Competition in the purchase of vaccines would have proved a disaster. Apart from the price hike it would have caused, the richer member states would have been the first to vaccinate their citizens. The success of the EU took place despite health being a national responsibility. It is clear that the EU needs to strengthen this responsibility in order to decide quickly and coherently. We need to strengthen joint investment in scientific research, in the production of medicines and health equipment.

In a historic decision, the EU went into debt to finance the member states so that they could respond to the negative economic consequences resulting from the pandemic. In addition, common solutions were created to finance protecting the jobs of the citizens. The EU reacted swiftly, promoting joint responses through concrete actions and solidarity. The President of the European Commission, Ursula von der Leyen, has revealed herself to be competent and courageous, while the European Parliament has worked uninterruptedly and swiftly and the Council has reached decisions that require unanimity.

Regarding the war provoked by Russia in Ukraine, the reaction of the European institutions has been swift and positive. We finance humanitarian aid and the reception of refugees. We have supported Ukraine financially and the purchase of arms to protect itself. We have approved tough economic sanctions on Russia. This war has made our weaknesses, such as our energy dependence, evident, it has shown the need to strengthen national defence budgets and to coordinate our military forces. In Ukraine, it has been a private individual, Elon Musk, offering his satellites for communications that have proved crucial. This makes no sense because the EU has the capacity to strengthen its sovereignty. The problem is that our rulers are doing too much navel gazing, not anticipating, not preventing. If we had acted, we would not need to react. Everyone knew that Putin could not be trusted. Even so, they decided to buy energy from Russia, because it was cheaper, and they became dependent. Today, still today, we buy about 1 billion Euros in energy a day from Russia. We are financing Mr Putin's arms. To stop the war, we have to stop energy imports from Russia.

To maintain our safety, quality of life and social status, we need a strong, autonomous EU with fast decision-making and more powers.

SERVIÇO PERSONALIZADO
E EXCLUSIVO, AO NÍVEL
DA COMPRA E VENDA
DE IMÓVEIS DE LUXO!

Mediação Imobiliária
Intermediação de Crédito
Construção de Imóveis

DS PRIVATE

www.dsprivate.com

Decisões e Soluções – Mediação Imobiliária, Lda, titular da Licença AMI n.º 9300 emitida pelo IMPIC, I.P. e Decisões e Soluções - Intermediários de Crédito, Lda, registada no Banco de Portugal, como Intermediário de Crédito Vinculado, sob o n.º 926, verificável em www.bportugal.pt/intermediarios-credito

MARTA ALMEIDA

A CONSULTORIA IMOBILIÁRIA É MAIS DO QUE ANGARIAR E VENDER CASAS
THE REAL ESTATE CONSULTANCY IS MORE THAN LISTING AND SELLING HOUSES

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY ANA ARAÚJO SILVA

Filha de pai advogado e mãe professora, cedo percebeu que a gestão de recursos humanos estava no seu caminho. Aos 44 anos, Marta Almeida tem nas mãos a coordenação nacional da DS Intermediários de Crédito e DS Imobiliária. A sua capacidade de liderança foi posta à prova ao longo dos anos. Passou pela área da formação, trabalhou numa instituição bancária e, em 2006, integrou o Grupo Decisões e Soluções. Inicialmente, como gestora de clientes, meses depois, abrindo uma loja no Peso da Régua (de onde é natural) e, um ano mais tarde, assumindo o papel de coordenadora regional da marca. Este trajeto levou-a, em 2017, a ficar à frente do projeto DS Intermediários de Crédito e, em 2021, fê-la lançar a marca DS Imobiliária. É uma mulher orgulhosa de si e do seu percurso «que prova que as mulheres conseguem ser tão boas no seu trabalho quanto 'eles'». O reconhecimento feminino tem sido um dos seus objetivos. É casada, mãe da Maria e do Pedro, continua a morar na sua terra natal, apoia causas, é empresária e lidera dois projetos da DS, de norte a sul de Portugal.

With a lawyer and teacher for parents, Marta Almeida realised early on that human resource management was the path she would take. At 44, she is responsible for the national coordination of DS Intermediários de Crédito and DS Imobiliária. Her leadership skills have been tested over the years. She has worked in professional training, in a banking institution and in 2006 she joined the Decisões e Soluções Group. Initially as a client manager, months later she opened a branch in Peso da Régua (where she was born) and another year later, she took on the role of the brand's regional coordinator. This path led her to be in charge of the DS Intermediários de Crédito project in 2017 and to launch the DS Imobiliária brand in 2021. She is a woman who is proud of herself and her path «which proves that women can be as good at their jobs as men professionally». Female recognition has been one of her goals. She is married, the mother of Maria and Pedro, continues to live in her hometown, supports causes, is an entrepreneur and leads two DS projects from the north to the south of Portugal.

O VERDADEIRO SEGREDO DA DSI CRÉDITO SÃO AS PESSOAS QUE A COMPÕEM

Assumiu o cargo de Diretora Coordenadora Nacional, em 2017 e, em 2021, o de Coordenadora Nacional da DS Imobiliária. Fale-nos deste caminho e de como têm sido estes anos a coordenar equipas.

O assumir a coordenação nacional da DSI Crédito foi o resultado de uma restruturação do grupo DS, fruto de uma especialização na área do crédito que o mercado procurava. O convite surgiu após estar à frente da coordenação regional da marca-mãe durante vários anos, pelo que decidi aceitar este desafio como uma oportunidade, pois acreditei no conceito de negócio, feito de pessoas para pessoas. Depois de quatro anos a liderar a DSI Crédito, período durante o qual abrimos cerca de 85 lojas por todo o país, quisemos ser arrojados e, em 2021, apresentámos ao mercado um modelo inovador e diferenciador na área da Consultoria Imobiliária em Portugal. Olhar para tudo o que já se construiu deixa-me imensamente grata e com a certeza de que o futuro será brilhante. Estamos rodeados de excelentes profissionais e temos projetos únicos que fazem, realmente, a diferença na vida das pessoas. Na das mais de 700 que estão connosco e na dos nossos clientes.

Estar na coordenação de uma consultora imobiliária e na intermediação de crédito, numa das empresas do setor com maior relevância no país, é um desafio constante?

Para além de ser um desafio quotidiano, passa também por ser um jogo de equilíbrios entre os recursos humanos das marcas e o mercado que queremos alcançar. Para que esta equação se mantenha nivelada, a nossa aposta passa fundamentalmente por três pilares: conhecimento, formação e motivação. Portanto, diria que sim, mas, mais do que ser um desafio constante, é nossa obrigação criar condições para que possamos ter equipas a prestar um serviço de alta qualidade e, simultaneamente, personalizado.

THE REAL SECRET OF DSI CRÉDITO ARE THE PEOPLE THAT MAKE IT UP

You took on the role of National Coordinating Director in 2017 and, in 2021, that of National Coordinator for DS Imobiliária. Tell us about this path and how have these years coordinating teams been?

Taking on the national coordination of DSI Crédito was the result of a restructuring of the DS group, the result of a specialisation in the credit area that the market was looking for. The invitation came after having been at the head of the regional coordination for the mother brand for several years, and thus I decided to accept this challenge as an opportunity and because I believed in the business concept, made of people for people. After four years heading DSI Crédito, a period during which we opened around 85 branches throughout the country, we wanted to be bold and, in 2021, we presented the market with an innovative and distinctive model in the field of Real Estate Consultancy in Portugal. Looking at everything that has already been created makes me feel immensely grateful and certain that the future will be bright. We are surrounded by excellent professionals and we have unique projects that really make a difference to people's lives. The 700+ people with us and the lives of our clients.

Is being in charge of coordinating a real estate consulting firm, and in credit intermediation, in one of the sector's most important companies in the country, a constant challenge?

Apart from being a daily challenge, it is also a balancing act between the human resources of the brands and the market we want to reach. In order for this equation to remain in balance, our approach is fundamentally based on three pillars: knowledge, training and motivation. So, I would say yes, but more than being a constant challenge, it is our obligation to create the conditions so that we can have our teams providing high-quality and, at the same time, personalised service.

A DSI CRÉDITO TEVE UM CRESCIMENTO EXPONENCIAL DURANTE OS ANOS DE PANDEMIA

Quais são os objetivos traçados para este ano 2022 no que concerne à DSI Crédito?

Os objetivos para o ano de 2022 assentam na abertura de mais lojas para que possamos dar continuidade ao trabalho que já é feito um pouco por todo o país, numa lógica de maior proximidade. Com isso vamos estar a criar mais oportunidades de trabalho, ajudando famílias, e a consequência será duplicar o volume de escrituração da rede comparativamente ao ano de 2021.

Apresentam vários serviços ao cliente em áreas como a mediação imobiliária, mediação de obras e construções de imóveis, intermediação de crédito e tecnologias de informação. Havia uma lacuna no mercado e, por isso, esta aposta?

Os estudos de mercado elaborados no processo de criação da marca levaram-nos a concluir que, de facto, existe um distanciamento entre mediadores e clientes. A nossa grande preocupação é atuar em várias áreas para melhor servirmos os nossos clientes, de acordo com as suas reais necessidades e objetivos. Este é um projeto na vanguarda e diferenciador, pois sabemos que, cada vez mais, trabalhar no ramo imobiliário é escolher lidar com pessoas. Sejam elas clientes compradores ou clientes vendedores. As pessoas são únicas, com vontades, desejos e sonhos próprios. Estar hoje na Consultoria Imobiliária tem de ser muito mais do que angariar e vender casas.

Tendo em conta que, apesar da pandemia, que dura há mais de dois anos, o mercado imobiliário não parou de crescer, como foram estes últimos anos para a DSI Crédito?

Ao contrário do expectável, a DSI Crédito teve um crescimento exponencial durante os anos de pandemia. A nossa aposta passou fundamentalmente pelo digital, criando todas as condições para nos mantermos próximos. Este «olhar em frente» fez com que estivéssemos muito próximos das equipas, o que acabou por ajudar a alavancar ainda mais os resultados das lojas e, por consequência, da marca, mas, também ao nível da expansão, conseguimos criar todas as condições necessárias para mantermos o ritmo de apresentação do projeto e assinarmos dezenas de novos contratos.

O que vos difere da concorrência?

Uma das nossas fortes apostas passa por disponibilizar ao nosso cliente proximidade física. Servir toda a população local de norte a sul do país. Apesar de hoje muito se falar do digital, acreditamos que o cliente privilegia as relações profissionais assentes na proximidade, afinal estamos a falar de um serviço financeiro, disponibilizado às famílias. Por outro lado, existe uma forte aposta em formação contínua das equipas, assente essencialmente na componente legislativa, bem como em avaliações do desempenho dos nossos profissionais, utilizando métricas internas que servem de barómetro comportamental. Se queremos disponibilizar ao nosso cliente um serviço diferenciador, temos de ser criativos e inovadores.

DSI CRÉDITO HAS ENJOYED EXPONENTIAL GROWTH DURING THE YEARS OF THE PANDEMIC

What goals has DSI Credito set out for the year 2022?

The goals for the year 2022 are based on the opening of more branches so that we can continue the work that is already being done all over the country, from a perspective of greater proximity. With this, we will be creating more job opportunities, helping families and the consequence will be doubling the network's accounting volume compared to 2021.

You offer various services to the client in areas such as real estate mediation, mediation of building works and construction, credit intermediation and information technologies. Was there a gap in the market and, therefore, this move?

The market studies carried out during the process of creating the brand led us to conclude that, in fact, there is a distance between mediators and clients. Our main concern is to act in several areas to better serve our clients, according to their real needs and goals. This is a cutting-edge, distinctive project, because we know that, increasingly, working in real estate is choosing to deal with people. Whether they are clients who are buying or selling. People are unique, with their own wishes, desires and dreams. Being in Real Estate Consultancy today has to be much more than listing and selling houses.

Considering that, despite the pandemic, which has lasted for more than two years, the real estate market has not stopped growing, how have these past few years for DSI Crédito been?

Contrary to expectations, DSI Crédito has enjoyed exponential growth during the years of the pandemic. Our investment was fundamentally digital, creating all the conditions to keep in touch. This «looking forward» meant that we were very involved with the teams, which ended up helping to even more leverage the results of the branches and consequently the brand, but also in terms of expansion, we managed to create all the conditions necessary to maintain the pace of the presentation of the project and we signed dozens of new contracts.

What makes you different from the competition?

One of our strongest commitments is to provide our customers with physical proximity. Serving the entire local population, from the north to the south of the country. Although there is a lot of talk about digital technology nowadays, we believe that clients prefer professional relationships based on proximity; after all, we are talking about a financial service provided to families. On the other hand, the strong commitment to the ongoing training of the teams, based essentially on the legislative component, as well as assessment of the performance of our professionals, using internal metrics that serve as a behavioural barometer. We want to provide our clients with a distinctive service, so we have to be creative and innovative.

VAMOS TER VÁRIOS INVESTIMENTOS NA ÁREA DA CONSTRUÇÃO A SAIR DO PAPEL E OS PREÇOS DAS CASAS VÃO MANTER-SE ELEVADOS

A nível nacional, como vê o setor do imobiliário, dentro e fora de portas da DS?

Com a DS Imobiliária estamos a trazer inovação, dinâmica e diferenciação. Levar uma consultoria diferente aos clientes. No entanto, e no geral, acredito que a tendência se vai manter: vamos ter vários investimentos na área da construção a sair do papel e os preços das casas vão manter-se elevados. Menos burocracia, maior celeridade. Certamente faria com que a área da construção trouxesse ao mercado mais produto novo. Enquanto não acontece, vamos continuar a ter escassez de produto novo, o que faz com que o preço dos imóveis usados continue a aumentar.

Uma vez que estamos perante uma guerra na Europa, o que a deixa mais preocupada em termos profissionais e pessoais?

O momento atual pelo qual a Europa e o mundo estão a passar se por um lado, não nos pode deixar indiferente a título pessoal, obriga-nos a uma maior atenção a nível profissional. O impacto direto de um acontecimento desta dimensão, como o é a guerra na Ucrânia, tem sobretudo repercussões ao nível social e humanitário, com consequências ainda por determinar e que podem vir a ser cruciais nas políticas que venham a ser implementadas num contexto supranacional, ao qual Portugal não será alheio.

Fora do trabalho, como é a Marta?

Sou uma pessoa muito grata à vida e tento passar esta minha filosofia de vida a todos os que me rodeiam. Considero-me uma pessoa focada nos objetivos, gosto de delinear e pensar nas metas que pretendo alcançar, sendo, por isso, muito metódica e organizada na gestão dos meus tempos. Adoro viajar, estar com a minha família e de partilhar momentos com os meus amigos. Considero-me uma pessoa realizada e feliz. Faço o que amo e vivo uma vida recheada de paixão e muita adrenalina!

WE WILL HAVE SEVERAL INVESTMENTS IN THE CONSTRUCTION AREA GETTING OFF THE GROUND AND HOUSE PRICES WILL REMAIN HIGH

At a national level, what is your view the Real Estate sector, inside and outside of DS?

With DS Imobiliária we are bringing innovation, dynamics and distinction. Bringing a different consultancy to the clients. However, and in general, I believe that the trend will continue: we will have several investments in the construction area getting off the ground and house prices will remain high. Less bureaucracy, greater speed. That would certainly make the construction area bring more new products to the market. While this is not the case, we'll still have a shortage of new products, which will continue to push up the price of second-hand real estate.

Given that we are facing a war in Europe, what worries you most in professional and personal terms?

While the current moment that Europe and the world are going through, cannot leave us indifferent on a personal level, it forces us to be more attentive on a professional level. The direct consequence of an event of such dimension as the war in Ukraine has, above all, repercussions on a social and humanitarian level, with consequences yet to be determined, which may become crucial in the policies to be implemented in a supra-national context, to which Portugal will be no exception.

Outside work, what are you like?

I am very grateful to life and I try to pass on my philosophy of life to everyone around me. I consider myself a goal-oriented person who likes to outline and think about the goals I want to achieve, therefore I am very methodical and organised in my time management. I love travelling, being with my family, and sharing time with my friends. I consider myself a fulfilled and happy person. I do what I love and live a life filled with passion and a lot of adrenaline!

V&G Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.com
Full interview: www.villasegolfe.com

MARGARITA OLTRA

O SEGMENTO PREMIUM MOSTROU TER UMA FORTE RESILIÊNCIA
THE PREMIUM SEGMENT HAS PROVED TO BE HIGHLY RESILIENT

TEXTO TEXT FILOMENA ABREU | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ALMENDRA

O mercado imobiliário de luxo está bem e recomenda-se, mesmo que a pandemia e a guerra na Ucrânia tenham obrigado a redefinir as estratégias. Em entrevista à ***Villas&Golfe***, Magarita Oltra, diretora regional da Engel&Völkers Portugal, uma das principais imobiliárias do país no segmento *premium*, fez um balanço destes últimos anos mais conturbados e versa sobre o que poderá vir a acontecer nos próximos tempos. Do crescimento exponencial de investidores na Comporta, ao aumento do *built-to-rent* em Lisboa e no Porto, passando pelas novas regras para os Vistos Gold, que já começaram a trazer investimento para fora da linha da costa. Há grandes projetos imobiliários em curso, e sente-se no ar o ânimo com as novas oportunidades de oferta.

The luxury real estate market is doing well and is recommended, even if the pandemic and the war in Ukraine have forced a redefinition of strategies. In an interview with *Villas&Golfe*, Magarita Oltra, regional manager of Engel&Völkers Portugal, one of the country's leading real estate companies in the premium segment, makes an assessment of these recent turbulent years and talks about what might happen in the near future. From the exponential growth of investors in Comporta, to the increase in the built-to-rent market in Lisbon and Oporto, and the new Golden Visa rules, which have already started to bring investment beyond the coastline. There are major real estate projects underway, and one can feel the excitement in the air with the new supply opportunities.

Qual as principais zonas de Portugal onde há mais oferta de imóveis por parte da E&V e quais as mais procuradas por investidores, quer nacionais, quer estrangeiros?

A nossa oferta está diretamente alinhada com a nossa estratégia de crescimento em Portugal. A nossa primeira aposta no país foi na região de Lisboa e no Algarve, concentrando a nossa presença nas zonas onde havia uma maior procura internacional que reconhece a nossa marca. Daí termos uma presença tão forte na região do Algarve, com oito agências; na região de Lisboa-Cascais-Estoril e, mais recentemente com um crescimento exponencial nos últimos cinco a seis anos, na Comporta e Porto. As novidades são: a costa a norte de Lisboa, onde há grande aumento da procura por portugueses e clientes do norte da Europa, que são seduzidos por um clima ameno e com sol, mas não tão quente, por ser uma zona mais calma e onde o valor do investimento é menor. Igualmente em Braga, onde a forte cultura empreendedora, através de programas startups, rede de PME e a aposta por parte de grandes empresas estrangeiras torna-se uma mais-valia para o negócio imobiliário. Braga também é interessante para empresas estrangeiras devido à sua localização favorável no norte de Portugal. Do ponto de vista do imobiliário, os preços dos imóveis são comparativamente baixos e a procura, por imóveis de alta qualidade para fins residenciais e turísticos, está a aumentar. Quanto à procura, as nacionalidades que têm comprado mantêm-se sensivelmente as mesmas e, dependendo das zonas, com maior ou menor peso: portugueses, franceses, belgas, alemães, suíços, ingleses, chineses, ao que se juntaram ultimamente os norte-americanos com um aumento de procura.

> PORTUGAL É UM PAÍS COM GRANDE POTENCIAL, UM DOS PRINCIPAIS DESTINOS TURÍSTICOS DA EUROPA

Que propósitos movem os compradores na hora de aquisição de imóveis no país?

Portugal é um país com grande potencial, um dos principais destinos turísticos da Europa, com um clima ameno e que oferece uma excelente qualidade de vida. O país vai continuar a ser um destino privilegiado para os investidores, tanto estrangeiros como nacionais, já que há ainda várias zonas do país onde se pode potencializar o imobiliário de luxo, com maior primazia a habitações mais isoladas, ou ainda zonas em grande desenvolvimento como a Comporta ou por desenvolver, como a Costa Oeste que continua a atrair os investidores.

A pandemia não abalou o mercado do imobiliário de luxo. Parece que nem mesmo a guerra da Ucrânia o está a fazer. Como se justifica isto?

A pandemia trouxe dificuldades, como em quase todos os setores. No início travou a tendência de subida nas transações de compra e venda no mercado de luxo, o que, em consequência, criou um maior dinamismo no mercado de arrendamento. Numa segunda etapa, deu origem a novas oportunidades, uma vez que os critérios de procura dos nossos clientes nacionais e estrangeiros passaram a ser principalmente fora dos centros urbanos e com espaço exterior. Agora a situação de guerra também traz alterações ao mercado

What are the main areas of Portugal where E&V has the greatest choice of real estate and which are the most sought after by investors, both national and foreign?

Our selection is directly aligned with our growth strategy in Portugal. Our first commitment in the country was to the Lisbon region and the Algarve, concentrating our presence in areas where there was greater international demand that recognises our brand. That is why we have such a strong presence in the Algarve region with eight agencies. The Lisbon-Cascais-Estoril region and more recently with exponential growth over the last five to six years, Comporta and Oporto. New areas include: the coast north of Lisbon, where there is a great increase in demand by Portuguese and clients from northern Europe, who are won over by the mild climate and sun, but not so hot, because it is a calmer area and where the value of the investment is lower. Also in Braga, where the strong entrepreneurial culture, through start-up programmes, SME network and the investment by major foreign companies has been a boon for real estate business. Braga is also interesting for foreign companies due to its favourable location in the north of Portugal. From the real estate point of view, property prices are comparatively low and demand, for high quality properties for residential and tourism purposes, is on the rise. As far as demand is concerned, the nationalities that have been buying are more or less the same, depending on the area: Portuguese, French, Belgian, German, Swiss, English, Chinese, and recently, Americans have joined the list, with an increase in demand.

> PORTUGAL IS A COUNTRY WITH GREAT POTENTIAL, ONE OF THE MAIN TOURIST DESTINATIONS IN EUROPE

What are the motives pushing buyers to purchase property in Portugal?

Portugal is a country with great potential, one of the main tourist destinations in Europe, with a mild climate, while offering excellent quality of life. The country will continue to be a favoured destination for investors, both foreign and national, as there are still various areas of the country where luxury real estate can be developed, with greater priority given to more isolated housing, or even areas under great development, such as Comporta, or yet to be developed, such as the Costa Oeste, which continues to attract investors.

The pandemic did not rock the luxury real estate market. It seems that not even the war in Ukraine is. How can this be justified?

The pandemic also brought difficulties, as in almost every sector. At first it put an end to the upward trend in buying and selling transactions in the luxury market, which consequently created greater dynamism in the rental market. In a second stage, it gave rise to new opportunities, as the demand criteria of our domestic and foreign clients moved to primarily outside urban centres and with outdoor space. Now the war situation also brings changes to the real estate market, where deals have become stagnant and there are specific purchasing restrictions, but overall, it has not stopped transactions. On the other hand, it has increased rentals where we have at the

> AS NOVAS REGRAS PARA OS VISTOS GOLD COMEÇARAM JÁ A TRAZER INVESTIMENTO FORA DA LINHA DE COSTA

imobiliário onde os negócios ficaram estagnados e há restrições de compra específicas, mas no geral não travou as transações. Por outro lado, aumentou os arrendamentos onde temos neste momento falta de produto para a oferta. Em resumo, o segmento *premium* mostrou ter uma forte resiliência e capacidade de se adaptar e responder aos novos desafios. Acreditamos que os investidores vão continuar a apostar em Portugal e a comprová-lo estão os preços dos imóveis que não registaram grandes quebras durante a pandemia, ao contrário de outras zonas da Europa. O facto de o setor da construção nunca ter parado e de existirem grandes projetos imobiliários em curso, que chegam agora ao mercado, abre novas oportunidades à nossa oferta.

No caso específico de Portugal, o que torna o país tão atrativo para os investidores estrangeiros?

Os Vistos Gold foram, até ao fim de 2021, um incentivo importante que permitiu aos investidores ter várias vantagens e que potenciou uma maior valorização das propriedades. As novas regras dos Vistos Gold vieram limitar o investimento residencial, mas abriram novas oportunidades na área comercial, onde o investimento já começou a crescer. As novas regras para os Vistos Gold começaram já a trazer investimento fora da linha de costa, como era intenção do Governo, e vai trazer crescimento nas zonas do interior. Por outro lado, o aumento do built-to-rent em Lisboa e no Porto traz animação ao arrendamento, onde antes não havia produto, e dá resposta ao aumento da procura neste segmento. Temos ainda outras medidas como os benefícios fiscais para os Residentes Não Habituais, que atraem investimento estrangeiro, mas não esquecendo as características do país, o facto de ser um dos mais seguros do mundo, a sua excelente localização, o clima e a hospitalidade típica dos portugueses, são também fatores que levam os compradores internacionais a investir aqui.

> THE NEW RULES FOR GOLD VISAS HAVE ALREADY BEGUN TO BRING INVESTMENT BEYOND THE COASTLINE

moment a lack of properties. In summary, the premium segment has proved to be highly resilient and able to adapt and respond to new challenges. We believe that investors will continue to invest in Portugal, as shown by the fact that property prices did not fall during the pandemic, unlike other parts of Europe. The fact that the construction sector has never stopped and that there are major ongoing real estate projects, which are now coming onto the market, opens new opportunities for our property portfolio.

In the specific case of Portugal, what makes the country so attractive to foreign investors?

Golden Visas were, until the end of 2021, an important incentive that allowed investors to enjoy various advantages and which increased the value of properties. The new Golden Visa rules has limited residential investment, but has opened new opportunities in the commercial area, where investment has already started to grow. The new Golden Visa rules have already started to bring investment beyond the coastline, as was the government's intention, and will bring growth in the interior areas. On the other hand, the increase in the built-to-rent market in Lisbon and Oporto brings movement to the rental sector, where before there was no product, and respond to the increase in demand in this segment. We also have other measures such as tax benefits for Non-Habitual Residents, which attract foreign investment, but not forgetting the characteristics of the country, the fact that it is one of the safest in the world, its excellent location, the climate and the typical hospitality of the Portuguese, are also factors that lead international buyers to invest here.

V&G Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.com
Full interview: www.villasegolfe.com

LUÍS REBELO DE ANDRADE

TEMOS DE FAZER AS COISAS COM GRANDE DIGNIDADE E RESPEITO
WE HAVE TO DO THINGS WITH GREAT DIGNITY AND RESPECT

TEXTO TEXT FILOMENA ABREU | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1 PMC; 2 TIAGO REBELO DE ANDRADE; 3 JOÃO GUIMARÃES;4-6 DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED;

Alienado com a mudança do *atelier*, recebeu-nos achando que éramos outras pessoas. Desfeito o engano, ri-se, pede uns minutos, e quando volta senta-se com descontração numa sala que ainda não o é. A mudança do gabinete de arquitetura para uma antiga adega em Carnide segue de vento em pompa e Luís Rebelo de Andrade mostra-se animado. Nem nos demos conta do início da entrevista, que só terminou porque as pessoas com quem fomos confundidos já estavam à espera. Nas linhas que se seguem, encontra-se um arquiteto que inicialmente queria ser escultor. Um defensor da sustentabilidade e do bem-fazer. Que agradece à mulher e a Deus ter sido colocado na esquadria do destino que hoje faz dele um dos melhores arquitetos do seu tempo.

Muddled by the studio's move, he welcomes us thinking we were other people. Once the mistake has been corrected, he laughs, asks for a few minutes, and when he returns, he sits relaxed in a room that has yet to be completed. The move of the architecture firm to an old winery in Carnide goes from strength to strength, and Luís Rebelo de Andrade is excited. We didn't even notice the beginning of the interview, that only ended because the people we were mistaken for were already waiting. In the lines that follow we meet an architect, who initially wanted to be a sculptor. An advocate of sustainability and doing good. Someone who thanks his wife and God for having been placed in the order of destiny that today makes him one of the best architects of his time.

É arquiteto, mas o seu sonho não começa por aí, não era isso que tinha em mente inicialmente fazer da vida...

Não, com 16 anos queria ir para Escultura. Depois, a família achou que não era para mim e fez-me a vida negra, e eu acabei por desistir. E depois de andar aí na coboiada a aproveitar a vida – eu costumo dizer, treinar com a errada antes de descobrir a certa –, pedi a minha mulher em casamento, e ela só aceitava se eu voltasse para Arquitetura. Porque eu tinha estado em Arquitetura antes do 25 de Abril, antes da escola fechar. Ela dizia que não queria estar casada com um 'badameco' qualquer... E fui para Arquitetura e hoje gosto muito da minha profissão. Aprendi e percebi efetivamente o que era a Arquitetura e de que é que se tratava e hoje, com a experiência, estou satisfeito. Portanto, cada vez me sinto mais como peixe na água nesta profissão. Apesar de que agora também já me apetece abrandar um bocadinho e cuidar de um ou outro *hobbie*, porque a minha vida é feita de *hobbies*.

O que gosta de fazer?

Adoro pintar aguarelas. E gosto também de pintar a óleo, mas não o faço porque não tenho espaço em casa. Vou passar a ter aqui, neste novo *atelier*, um espaço que será só para mim. E assim, se calhar, vou poder dedicar-me mais. O meu filho mais velho é arquiteto e vai ser muito melhor do que eu. E também tenho o meu genro que é arquiteto. E agora que estamos a mudar as instalações para aqui [uma antiga adega na Rua Maria Brown, em Lisboa], estou bastante entusiasmado. Isto vai ser mais para passar o testemunho e eu abrandar o meu ritmo, começar a trabalhar com mais calma, porque é a lei natural da vida.

You are an architect, but your dream didn't start there, that was not what you initially had in mind as your plan for life...

No, at the age of 16 I wanted to get into sculpture. Then my family thought it wasn't right for me and gave me a hard time, and I ended up giving in. And after living the high life, and making hay while the sun shone, or as I would say, practicing on the wrong one before discovering the right one, I asked my wife to marry me, and she would only accept if I went back to architecture. Because I had been in architecture before the revolution, before the school closed. She said she didn't want to be married to some 'good-for-nothing'... So, I went back to architecture and today I really like my profession. Sure enough, I learnt and understood what architecture was and what it was all about and today, with experience, I am satisfied. Therefore, I feel more and more like a fish in water in this profession. Although now I also feel like slowing down a little bit and taking care of a hobby or two, because my life is made of hobbies.

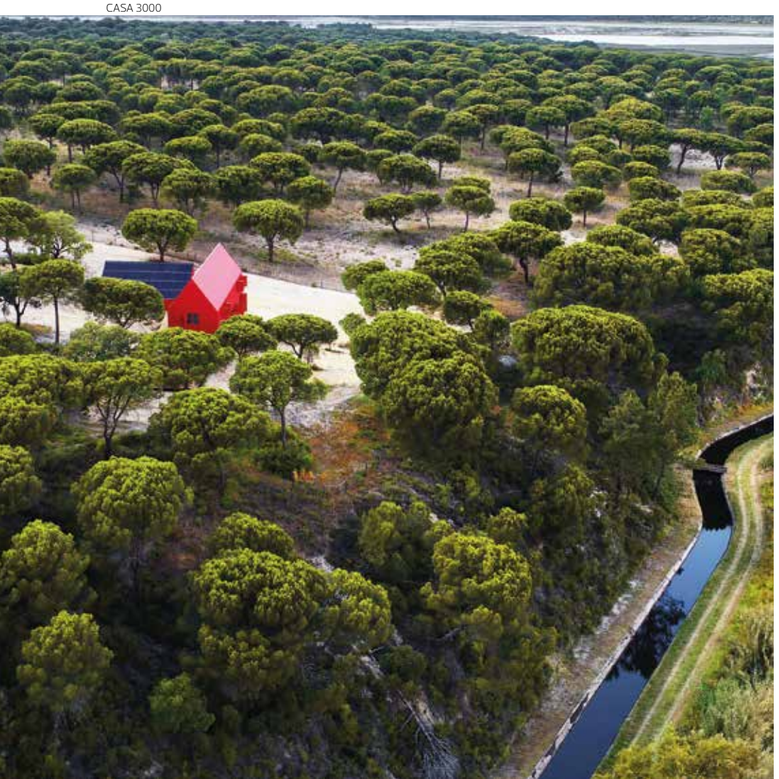
What do you like to do?

I love painting watercolours. And I also like to paint in oil, but I don't do it because I don't have the space at home. I'm going to have here, in this new studio, a space that will be just for me. And so, maybe, I'll be able to dedicate myself to it more. My eldest son is an architect and will be much better than me. And I also have my son-in-law, who is an architect. And now that we're moving the premises here [an old winery in Rua Maria Brown, in Lisbon], I'm very excited. This will be more about passing on the baton and me slowing down my pace, starting to work more calmly, because it's the natural law of life.

> CADA VEZ ME SINTO MAIS COMO PEIXE NA ÁGUA

> I FEEL MORE AND MORE LIKE A FISH IN WATER IN

CASA 3000



FINN LAUGHT

No seu tempo, consegue perceber que o valorizam?

Acho que sim, porque uma das coisas que mais marca isso é a chamada cópia. Quando somos copiados, é preciso perceber se isso é bom ou mau (*risos*), algo significa. Obviamente, quando fizemos o Pedras Salgadas, estivemos a construir em madeira, e isso veio de certa forma trazer a madeira para a construção. Quando fizemos o Patrocínio, veio trazer os jardins verticais para a construção. E acho que as pessoas reconhecem. Mas o reconhecimento que eu gosto é o da equipa. Aqui as ideias são discutidas, há um ambiente muito divertido, há muita graça, acontece muita laracha, e isso é que leva a acontecerem os projetos que temos. O desprendimento. Claro, tenho dois ou três projetos com os quais não vivo muito satisfeito. Imagino que até o próprio Siza, que tem projetos extraordinários, tem alguns feitos com a mão esquerda. Porque, com o volume de trabalho que se tem, não é possível acertar sempre. E eu também os tenho. Mas tenho tido também a sorte – Deus é grande, Deus é muito meu amigo –, de ter vindo a ser chamado para intervir exatamente nesses edifícios e vou ter a oportunidade de emendar a mão (*risos*). A sério! No Douro tenho um que provavelmente vamos mexer porque convenci o meu cliente a tirar um piso, aquilo é uma aberração. O edifício está feio. É mau. Não correu bem.

O arquiteto tem duas grandes características, a sustentabilidade e a preocupação com a envolvente. Quando é que isso começou?

Acho que a paisagem também tem de ser sustentável. Eu vejo isto desde que me formei. Sempre tive essa preocupação. Só que há uns anos a gente falava disso e todos queriam: «vamos ser sustentáveis!» Mas quando viam a conta diziam: «espera, afinal vamos tirar os painéis fotovoltaicos...». A Casa Encarnada, por exemplo, é, diria eu, 95% auto-suficiente. Nós enquanto cidadãos temos essa obrigação. Ponto final, parágrafo. E temos que lutar por isso. Temos de obrigar os nossos clientes. As coisas não são só números, negócios, ganhar milhões. Não, nós temos de fazer as coisas com grande dignidade e respeito, acima de tudo pelos mais fracos, porque são esses

In your time, can you see that they value you?

I think so, because one of the things that strikes you the most is so-called copying. When you're copied, you have to understand whether that's good or bad (*he laughs*), if it means something. Obviously, when we did Pedras Salgadas we were building in wood, and in a way that brought wood into the construction industry. When we did Patrocínio, it brought vertical gardens into the construction industry. And I think people recognise this. But the recognition I like is from the team. Here, ideas are discussed, there's a very fun atmosphere, there's a lot of fun, a lot of joking about, and that's what makes the projects we have happen. The selflessness. Of course, I have two or three projects that I'm not very happy with. I imagine that even Siza himself, who has extraordinary projects, has done some with his left hand. Because, with the amount of work we have, can't always get it right. And I've had them too. But I've also had the good fortune – God is great, God is my friend –, to be asked to work on exactly those buildings and I'll have the opportunity to make amends (*he laughs*). Really! In the Douro I have one that we will probably work on because I convinced my client to remove one floor, it is an aberration. The building is ugly. It's bad. It didn't go well.

You have two great characteristics, sustainability and concern for the surroundings. When does that start, when does it come started?

I think the landscape has to be sustainable too. I have seen this since I graduated. I have always had this concern. It's just that a few years ago people started talking about it and everyone wanted it: «let's be sustainable!» But when they saw the bill they said: «wait, we're going to get rid of the photovoltaic panels after all...» Casa Encarnada, for example, is, I would say, 95% self-sufficient. We as citizens have that obligation. Full stop, period. And we have to fight for it. We have to compel our clients. Things aren't just about numbers, business, making millions. No, we have to do things with great dignity and respect, above all else for the weaker ones,

> TENTAMOS ENCONTRAR O MELHOR EQUILÍBRIO DE TODOS, MAS SABEMOS QUE ESSE EQUILÍBRIO NÃO É PERFEITO

que pagam sempre a fatura, não são os mais fortes. E, portanto, a sustentabilidade é algo que se refere a tudo na nossa vida. Tenho isto desde pequenino. Os meus pais deram-nos a todos formação, mesa, cama, roupa lavada. O meu pai nasceu pobre e morreu pobre, mas conseguiu dar tudo aos 13 filhos. A minha mãe, por exemplo, quando um apanhou sarampo, pôs todos no mesmo quarto, só se chamou o médico uma vez (*risos*). E quando ia a Badajoz, vestia-nos a todos com duas marcas, Levi's, que na altura era um produto de luxo, e Lacoste. Porque essa roupa passava de uns para os outros. E umas calças da Levi's lavavam-se menos vezes, também dava poupança na lavandaria.

Os novos arquitetos estarão preparados para isso?

Não faço ideia, eu faço o meu percurso, sigo o meu caminho. Aqui dentro do *atelier* acreditamos no que acreditamos, fazemos o nosso papel. Nós, e eu, já não estamos em idade para andar a tentar emendar o mundo. A nossa obrigação é que cada um faça o seu papel bem feito, cumpra a sua obrigação.

Reparei que tem uma imagem de Cristo no visor do telemóvel...

Eu adoro o Museu Machado de Castro e adoro o espólio. Este Cristo, que tem um metro e meio de altura, é do século XVI. É um Cristo fantástico. Não falo do plano espiritual, falo da peça, uma coisa extraordinária. Apaixonei-me por esta peça porque sou muito crente. Nós somos tão pequeninos, pequeninos mesmo, até em termos civilizacionais. Veja as guerras que se estão a passar no mundo, como é que é possível? Nós somos mesmo pequenos, mesmo ignorantes, vivemos não sei bem para quê. E eu acho que tem de haver outra dimensão. Nós aqui tentamos encontrar o melhor equilíbrio de todos, mas sabemos que esse equilíbrio não é perfeito. Mas queremos chegar ao equilíbrio, queremos trabalhar para o equilíbrio, mas há sempre qualquer coisinha que falha, que depois não acontece. Enfim. Mas divertimo-nos imenso nesta profissão.

> WE TRY TO FIND THE BEST BALANCE OF IT ALL, BUT WE KNOW THAT THIS BALANCE IS NOT PERFECT

because they are the ones who always pay the bill, not the strongest. And so, sustainability is something that concerns everything in our lives. I have had this since I was a little boy. My parents gave us all an education, a table, a bed, clean clothes. My father was born poor and died poor, but he managed to give everything to his 13 children. My mother, for example, when one got the measles, she put them all in the same room, the doctor was only called once (*he laughs*). And when she went to Badajoz, she dressed us all in two brands: Levi's, which was a luxury product at the time, and Lacoste. Because those clothes were passed from one to the other. And you could wash Levi's trousers less often, which also saved money at the laundrette.

Are new architects prepared for that?

I have no idea, I make my own way, I follow my own path. Here in the studio, we believe in what we believe in, we play our part. We, and I, are no longer at the age where we have to go around trying to fix the world. Our obligation is for each one of us to do our role well, to fulfil our obligation.

I noticed that you have an image of Christ on your mobile phone's display...

I love Machado de Castro Museum and I love the collection. This Christ, which is one and a half metres high, is from the 16th century. It's a fantastic Christ. I'm not talking in spiritual terms, I'm talking about the piece, an extraordinary thing. I fell in love with this piece because I am a great believer. We are so tiny, really tiny, even in terms of civilisation. Look at the wars going on in the world; how is this possible? We are so small, so ignorant; for what purpose are we here? And I think there has to be another dimension. We, here, try to find the best balance of it all, but we know that this balance is not perfect. But we want to reach the balance, we want to work towards the balance, but there is always some little thing that fails, that then doesn't happen. Alas. But we have a lot of fun in this profession.

V&G Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.com
Full interview: www.villasegolfe.com

SNAKE HOUSE

Poupe até 60%

no seu **Seguro de Vida do Crédito Habitação**, sem trabalho ou preocupações,

TRATAMOS DE TUDO POR SI.

CONTE COM O NOSSO ACONSELHAMENTO
E REDUZA OS SEUS ENCARGOS COM SEGUROS.
CONTACTE-NOS!

DS SEGUROS
GRUPO DECISÕES E SOLUÇÕES

www.dsseguros.pt . geral@dsseguros.pt
Facebook: DSSEGUROSPORTUGAL

A DS SEGUROS – Grupo Decisões e Soluções, marca nacional registada sob o n.º 650438, é titulada pela Decisões e Soluções - Intermediários de Crédito, Lda, inscrita junto da ASF (Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões) com a categoria de Agente de Seguros, sob o nº 409311648/3, com autorização para Ramos Vida e 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.

SHOWROOM LISBOA

CASA DO PASSADIÇO

SUCESSO, ELEGÂNCIA E REQUINTE
SUCCESS, ELEGANCE AND REFINEMENT

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL STAFF | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Dirigida por Catarina Rosas e pelas suas filhas, Cláudia e Catarina Soares Pereira, a Casa do Passadiço conta já com mais de 25 anos de uma carreira de sucesso e projeção internacional. Na essência estão as propostas de decoração contemporâneas, com um tom intemporal, onde o conforto, a elegância e a qualidade andam sempre de mãos dadas. Os seus projetos são caracterizados por bases neutras de materiais nobres como mármores, tapeçarias e acabamentos exclusivos que expõem um estilo sofisticado e contemporâneo, atento às tendências, com tonalidades que envolvem e atraem olhares. Os materiais naturais, como as madeiras nobres dos móveis estilizados e os tons subtis dos linhos, sedas e cachemiras, conjugam-se harmoniosamente, resultando em ambientes equilibrados e requintados, simultaneamente depurados e luxuosos.

A qualidade e funcionalidade são elementos fundamentais na seleção criteriosa de tecidos, móveis, carpetes, arte contemporânea, iluminação e acessórios, sempre acompanhando as últimas tendências internacionais que adaptam ao seu próprio estilo. Um estilo cosmopolita, elegante e de linhas atuais, garantindo assim o máximo de conforto e sofisticação, tendo sempre presente que a decoração de interiores de hoje tem como grande mudança as adaptações à realidade e à evolução do modo de vida das famílias contemporâneas.

Ao longo de mais de 25 anos de carreira, estas três mulheres criaram uma marca, com o seu estilo, realizando projetos um pouco por todo o mundo, o que mostra o reconhecimento que vêm obtendo. Dando assim continuidade ao trabalho tão admirado no mercado de alto padrão em que atua a Casa do Passadiço. O prestígio traduz-se nos diversos prémios na área da decoração. Dedicada a projetos públicos ou privados, a Casa do Passadiço já foi nomeada para os prémios *Andrew Martin*

Run by Catarina Rosas and her daughters, Cláudia and Catarina Soares Pereira, Casa do Passadiço can already look back over 25 years of success and international recognition. At its core, contemporary decoration proposals, with a timeless hue, where comfort, elegance and quality always go hand in hand.

Its projects are characterized by neutral bases of premium materials, such as exclusive marbles, upholstery and finishes that expose their sophisticated and contemporary style, attentive to fashion trends, with an engaging and eye-catching palette. Natural materials, such as the fine woods of the stylised furniture and the subtle tones of linen, silks and cashmere, are harmoniously combined, resulting in balanced and refined environments, both refined and luxurious.

Quality and functionality are fundamental elements in the discerning selection of fabrics, furniture, carpets, contemporary art, lighting and accessories, always following the latest international trends that they adapt to their own style. A cosmopolitan style, elegant and of current lines, thus ensuring maximum comfort and sophistication, always bearing in mind that today's interior design has developed to adapt to the reality and evolution of the way of life of contemporary families.

Over a career of more than 25 years, these three women have created a brand with its own style, developing projects all over the world, which shows the recognition it has been enjoying. Continuing, thus, the work so admired in the high-end market in which Casa do Passadiço operates. The prestige translates into several awards in the decoration industry. Dedicated to public or private projects, Casa do Passadiço it has already been nominated for the Andrew Martin Interior Design Review awards, considered the Oscars of interior design at international level. These distinctions reward a career that, apart from major

SHOWROOM LISBOA

SHOWROOM BRAGA

Interior Design Review, considerados os óscares do *design* interior a nível internacional. Distinções que recompensam uma trajetória que, além dos grandes projetos nas cidades do Porto, Lisboa e Algarve – recorde-se que em Portugal já foi uma das responsáveis pela decoração natalícia do Palácio de Belém –, têm realizado obras de grande escala em diferentes pontos do mundo, como Paris, Londres, Florença, Miami, Milão, Moscovo, Dubai, Doha, Macau e Nova Iorque. Desde projetos residenciais privados a espaços públicos, especializando-se no mercado de luxo. Missões atribuídas graças ao prestígio que a Casa do Passadiço tem ganhado através de um trabalho rigoroso, que combina imaginação, personalidade e funcionalidade, sem esquecer aquele toque pessoal que define cada um dos trabalhos em que está envolvida.

A Casa do Passadiço, um dos mais conceituados *ateliers* de *design* de interiores portugueses, abriu recentemente a sua primeira loja e *showroom* em Lisboa, na Avenida da Liberdade, n.º 166, num edifício histórico de 1900. O espaço de 250 m2 reúne objetos, iluminação e mobiliário, desenhados pelo *atelier* e também de marcas conceituadas, bem como um conjunto de peças únicas, antiguidades e obras de arte, selecionadas pelas decoradoras. Mas a história deste império começou em 1992, quando Catarina Rosas abriu o primeiro *showroom* em Braga, numa casa senhorial do século XVIII, fundando, assim, o *atelier* de decoração com o mesmo nome. As suas filhas, Cláudia e Catarina Soares Pereira, juntaram-se em seguida ao projeto e o *atelier* começou a trabalhar na área da decoração e arquitetura de interiores. Hoje, as três orgulham-se de terem edificado uma das casas de decoração mais respeitadas em Portugal e fora dele.

projects in the cities of Oporto or Lisbon, and the Algarve, – it should be noted that in Portugal it was among those responsible for the Christmas decoration of the Palácio de Belém –, has also produced large-scale works in different parts of the world, such as Paris, London, Florence, Miami, Milan, Moscow, Dubai, Doha, Macau and New York. From private residential projects to public spaces, specialising in the luxury market. Missions attributed thanks to the highlights that Casa do Passadiço has earned through painstaking work, which combines imagination, personality and functionality, without forgetting that personal touch that defines each of the works in which they are involved.

Casa do Passadiço, one of the most renowned Portuguese interior design studios, recently opened its first shop and showroom in Lisbon, at 166 Avenida da Liberdade, in a historic building dating from 1900. The 250-sqm space offers a home to objects, lighting and furniture, designed by the studio and also by renowned brands, as well as a collection of unique pieces, antiques and works of art. But the story of this empire began in 1992, when Catarina Rosas opened the first showroom in Braga, in an 18th-century manor house, thus founding the interior design studio of the same name. Her daughters, Cláudia and Catarina Soares Pereira, then joined the project and the studio started working in the area of interior design and architecture. Today, the three are proud to have built one of the most respected interior design houses, in Portugal and also abroad.

PENTHOUSE LISBOA

A CASA DO PASSADIÇO JÁ FOI RESPONSÁVEL PELA DECORAÇÃO NATALÍCIA DO PALÁCIO DE BELÉM

CASA DO PASSADIÇO HAS ALREADY BEEN RESPONSIBLE FOR THE CHRISTMAS DECORATION OF PALÁCIO DE BELÉM

ESPECIAL IMOBILIÁRIO DE LUXO | LUXURY REAL ESTATE SPECIAL

TRAÇADO REGULADOR

QUINTA DO PERU ACOLHE MAIS UM PROJETO DO *ATELIER*
QUINTA DO PERU WELCOMES ANOTHER PROJECT BY THE STUDIO

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Entre a paisagem, o campo, a serra da Arrábida e o golfe destaca-se a entrada de duplo pé-direito daquela que é a sétima moradia de luxo com assinatura do atelier Traçado Regulador, no condomínio residencial privado da Quinta do Peru, em Azeitão, Sesimbra. A casa, situada num lote com 2.284 m², tem de área de construção 673 m², evidencia-se também pelas zonas de lazer exteriores, com piscina em «L», bem como com os espaços ajardinados interiores. Mais uma vez, a equipa de arquitetura mostrou que o desenvolvimento deste projeto de luxo é indiscutivelmente de qualidade ambiental e de grande prestígio. Desde logo porque sobressai pelo uso de materiais

Standing proud in amongst the scenery, the countryside, the Arrábida Mountains and the golf course, the double height entrance of the seventh luxury villa to be designed by the Traçado Regulador studio for the private residential condominium of Quinta do Peru, in Azeitão, Sesimbra. Stood on a plot measuring 2284 sqm, the property has a construction area of 673 sqm, while boasting impressive outdoor leisure areas, with an L-shaped swimming pool, as well as indoor garden spaces. Once again, the architectural team has shown that the development of this luxury project is undeniably of as much environmental quality as of great prestige. Firstly, because it excels

naturais, espaços verdes, pela luminosidade e pelo magnífico pé-direito único na entrada – exterior e *hall*, até ao *rooftop*. Por outro lado, os espaços verdes exteriores, assim como os jardins interiores reforçam a envolvência do local, permitindo que a natureza esteja sempre presente na vida de quem habitar a casa. «Sentimos que este projeto é realmente diferenciado porque é difícil estarmos em alguma zona da casa sem notarmos a agradável presença de uma espacialidade única ou zonas verdes, isto é, uma relação com o exterior da moradia que é cada vez mais procurada pelas pessoas. Depois, quando nos encontramos na zona exterior, contamos com uma entrada de duplo pé-direito singular e uma panóplia de zonas de lazer que trazem a possibilidade de um convívio em segurança que todos desejamos devido à pandemia», realça João de Sousa Rodolfo, arquiteto e CEO da Traçado Regulador. O *atelier*, com mais de 20 anos de experiência, dedica-se ao desenvolvimento de projetos e à consultoria em arquitetura e engenharia. Todas as suas obras são caracterizadas pela eficiência energética, com atribuição da classificação A+, e esta não é exceção.

in the use of natural materials, green spaces, for the abundance of light and for the magnificently unique entrance ceiling height - exterior and hall, right up to the rooftop. On the other hand, the outdoor green spaces, as well as the indoor gardens, reinforce the surroundings, allowing nature to be a constant presence in the lives of those who inhabit the house. «We feel that this project is really different because it is difficult to be in any area of the house without noticing the pleasant presence of a unique spatiality or green areas, that is to say, a relationship with the property's outdoor areas, which is something increasingly sought after by people. Then, in the outside area, we find a unique double height entrance and an array of leisure areas that offer the possibility of a spending time together in safety, something we all desire due to the pandemic,» stresses João de Sousa Rodolfo, architect and CEO of Traçado Regulador. With more than 20 years of experience, the studio is dedicated to the development of projects and consulting in architecture and engineering. All the studio's projects are characterised by their energy efficiency, being awarded A+ classification, and this one is no exception.

INÊS FINO

OS CLIENTES QUEREM AS NOSSAS IDEIAS MAIS EXTRAVAGANTES
CLIENTS WANT OUR MOST EXTRAVAGANT IDEAS

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ALMENDRA

Aprendeu a falar português em casa, com os pais e os avós, sem nunca ter uma aula. Nasceu em Portugal, mas foi na Grã-Bretanha que viu a sua juventude passar. Estudou no colégio interno New Hall School e formou-se em Design de Interiores na Regent Academy, em Inglaterra. Regressou à terra que a viu nascer aos 23 anos. A partir daí a vida fez-se de avanços e recuos. E o sorriso no rosto diz-nos que é feliz. Mas também atravessou os seus tempos incertos. Com a pandemia viu-se obrigada a reduzir os custos do *atelier*, a pensar de forma diferente, a trabalhar mais em *outsourcing*. Mas, felizmente este ano os projetos ressurgiram em força. Inês gosta muito do que faz. Gosta de rabiscos. Gosta de mostrar aos clientes o seu pensamento, para que acompanhem cada momento do processo. Depois passa do desenho, das amostras, para a 'coisa' real. E é aqui que se fascina com os resultados. À ***Villas&Golfe*** falou da sua infância, do início da sua carreira, dos projetos, da COVID e do universo do design de interiores.

She learned to speak Portuguese at home, with her parents and grandparents, without ever taking a class. She was born in Portugal, but she spent her youth in Great Britain. She attended New Hall School in Chelmsford and took Interior Design at Regent Academy, in London. She returned to the land of her birth when she was 23. From then on, her life has been made up of ups and downs. And the smile on her face tells us that she is happy. But she has also gone through uncertain times. With the pandemic she was forced to reduce the costs of the studio, to think differently, to work more in outsourcing. But fortunately, this year, the projects have returned in force. Inês loves what she does. She likes to doodle and sketch. She likes to show her clients her thoughts, so that they can be part of every moment of the process. Then she moves from drawing, from samples, to the real 'thing'. And this is where she wows people with the results. She spoke to ***Villas&Golfe*** about her childhood, the beginning of her career, projects, COVID and the world of interior design.

> GOSTO DE PÔR O ESPÍRITO DO CLIENTE NO PROJETO, NÃO O MEU

> I LIKE TO PUT THE CLIENT'S SPIRIT INTO THE PROJECT, NOT MINE

Quem é a Inês Fino?

Já mudei muito durante a minha vida. Era muito vibrante, muito *outgoing* [extrovertida] mas, com as pancadas da vida, fui mudando. Hoje em dia sou uma pessoa muito mais relaxada. Sou *outgoing*, mas mais até no sentido de ser uma *out of the box thinker* [pensador fora da caixa], levo uma vida mais calma, embora esteja sempre a correr, sempre muito ocupada. Sou muito dada, muito sorridente, às vezes muito séria, porque gosto de ouvir e de apreciar.

Who is Inês Fino?

I have changed a lot during my life. I used to be very vibrant, very outgoing, but with life's blows I've changed. Nowadays I'm a much more relaxed person. I'm outgoing, but more in the sense of being an out-of-the-box thinker, I lead a calmer life, although I'm always running around, very busy. I'm very open, I smile a lot, and I'm sometimes very serious, because I like to listen and consider things.

A mãe, a avó, sempre tiveram o gosto para a decoração. A mãe, pelo que sabemos, foi uma das primeiras a tirar o curso de Design de Interiores. A Inês também tinha de seguir a área dos interiores...

Quando somos pequenos e crescemos com a mãe a mudar as coisas lá de casa, a fazer mudanças, e a perguntar «acha que este móvel fica bem ali, etc.»; que me levava às fábricas com ela, à Viúva Lamego, onde via as prisioneiras a pintarem os azulejos; depois escolhíamos os tecidos que trazíamos de Inglaterra... era inevitável seguir este caminho. E eu divertia-me imenso. Portanto, sou isto [designer de interiores] deste pequenina, com a minha mãe, e, às vezes, com a minha avó. Dos dois lados da família.

Your mother and grandmother always had a taste for decorating. Your mother, as far as I know, was one of the first people to take a course in Interior Design. Was it predestined that you would do interior design too?

When we were small and grew up with mum changing things around the house, making changes, and asking «do you think this piece of furniture looks good over there, etc.»; or when she would take me with her to the factories, to Viúva Lamego, where I saw the prisoners painting the tiles; or then we would choose the fabrics we brought from England... it was only inevitable that I would follow this path. And I had a great time. So, I've been this [an interior designer] since I was a little girl, with my mother, and, sometimes, with my grandmother. On both sides of the family.

No campo profissional, conta com 26 anos de experiência. Que bagagem traz?

Quando acabei o curso em Inglaterra, voltei para Portugal e procurei trabalhar como *designer* de interiores, na altura, havia uma mão cheia de *designers* já reconhecidas, que eu conhecia muito bem, porque ou tinham estudado com a minha mãe – que também estudou Design de Interiores –, ou eram amigas pessoais. Fui ter com todas elas, mas diziam-me: «Inês, não me importo que venhas trabalhar comigo, mas não te consigo pagar, terá de ser tipo um estágio, não remunerado». A verdade é que eu tinha acabado os estudos e queria ganhar dinheiro, nem que fosse o mínimo. Então fui para uma área completamente diferente, para Artes, como professora, no São Domingos de Rana, e fiquei lá um curto período. Entretanto, fui

Professionally speaking, you have 26 years of experience. What baggage do you bring with you?

When I finished my degree in England, I came back to Portugal and tried to work as an interior designer. At the time, there were a handful of well-known designers, who I knew very well because they had either studied with my mother – who also studied Interior Design –, or were personal friends. I went to see all of them, but they would say to me: «Inês, I don't mind you coming to work with me, but I can't pay you, it'll have to be like an internship, unpaid». The truth is I had finished my studies and I wanted to earn some money, even if it wasn't very much. So, I went into a completely different area. I went into the arts, as a teacher, in São Domingos de Rana, and

convidada pela Adelaide Rebelo de Andrade, que precisava de ajuda no *atelier* dela, e acabei por trabalhar em projetos muito giros, desde hotéis, casas de famosos, políticos. Aprendi muito. Tratava de fornecedores, falava com clientes, ouvia as histórias deles, porque são as histórias deles que nós passamos para os interiores. Ainda hoje trabalho com famosos, nomeadamente futebolistas – são mais divertidos, mais 'fora da caixa'.

I stayed there for a short period. In the meantime, I was invited by Adelaide Rebelo de Andrade, who needed help in her studio, and I ended up working on some really cool projects, anything from hotels, to the homes of famous people, politicians. I learnt a lot. I dealt with suppliers, spoke to clients, listened to their stories, because it's their stories that we pass on to the interiors. Even nowadays I still work with famous people, particularly footballers – they are more fun, more 'out of the box'.

> VENHO DE UMA VEIA CLÁSSICA, MAS OBVIAMENTE, HOJE EM DIA, TODA A GENTE QUER O MODERNO

> I COME FROM A CLASSICAL BACKGROUND, BUT OBVIOUSLY, NOWADAYS, EVERYONE WANTS MODERN

Leva muito em consideração o gosto do cliente?

Estive sete anos em Angola e há uma coisa que aprendi: devo pôr de parte o meu gosto. Os clientes têm a sua visão e os seus sonhos. Peço-lhes que tomem nota de tudo o que tem significado pra eles (um passeio, um restaurante, um hotel, uma fotografia...), porque gosto mesmo de pôr o espírito do cliente no projeto, não o meu.

Do you take the client's taste into careful consideration?

I spent seven years in Angola and there is one thing I learnt: I have to put my taste aside. Clients have their own vision and dreams. I ask them to take note of everything that means something to them (a walk, a restaurant, a hotel, a photograph...), because I really like to put the client's spirit into the project, not mine.

Dos anos passados na Grã-Bretanha, o que guarda na memória?

Nasci em Portugal e fui viver para a Grã-Bretanha depois do 25 de Abril. O meu pai foi para lá assegurar uma fábrica da família. E fiquei lá até aos meus 23 anos. Tudo me marcou. Acho que os anos mais intensos na vida de uma pessoa são os mais novos, quando estamos a crescer. Tenho família de amigos lá, crianças com quem eu brincava, sorria, estudava, era tudo muito intenso. Adoro pensar nos passeios que fazíamos. Passeávamos de barco nos canais, visitávamos castelos, vilas, como a de Shakespeare, íamos a feiras de antiguidades. O meu pai adorava antiguidades. E em Inglaterra havia das exposições de antiguidades mais incríveis que possamos imaginar, eram em *manor houses* antigas, por exemplo. Tenho imensas saudades disso.

What do you remember of the years spent in Great Britain?

I was born in Portugal and I went to live in Great Britain after the 25th of April Revolution. My father went there to take care of a factory belonging to the family. And I stayed there until I was 23. Everything left its impression on me. I think the most intense years in a person's life are when they are at their youngest, when you're growing up. I have family friends there, children I played with, had fun with, studied with, it was all very intense. I love thinking about the walks we used to take. We'd go boating on the canals, we'd visit castles, villages and towns, such as Shakespeare's, we'd go to antique fairs. My father loved antiques. And in England there were some of the most amazing antique exhibitions you can imagine, they were in old manor houses, for example. I really miss that.

O facto de ter visitado essas feiras, esses palácios, traz-lhe inspiração?

Tive a sorte de nascer numa família que tinha, até aos meus 15 anos, grandes casas – depois tiveram de as vender –, vivi no Palácio Ratton, que era da minha avó, onde vivi e brinquei por todas aquelas salas. Tinham aquele cheiro a madeira em todo o lado, as pratas muito polidas, as almofadas muito arrumadinhas. Isso cresceu comigo. A casa do Monte da Penha também era a casa de verão dos meus avós. Tinha isto dos dois lados da família, sempre vi a minha avó, a minha tia, a fazerem muita decoração, a envolverem-se em projetos. Cresci com isso. Para mim, é tão natural começar a visionar um cenário para uma pessoa e fazer daquilo algo muito especial, como alguém que sabe escrever muito bem, sabe fazer poemas ou escrever um livro.

Did visiting those fairs, those palaces, provide you with inspiration?

I was lucky enough to be born into a family that had, until I was 15, large houses – then they had to sell them – I lived in the Palácio Ratton, which belonged to my grandmother, where I lived and played in all those rooms. There was that smell of wood everywhere, the highly polished silver, the cushions perfectly in place. That grew up with me. The house at Monte da Penha was also my grandparents' summer house. I had this on both sides of the family, I always saw my grandmother, my aunt, doing a lot of decorating, getting very involved in projects. I grew up with that. For me, it's entirely natural to start envisioning a scenario for a person and do something very special with it, just as someone who can write very well, can do poems or write a book.

Em que altura da sua vida sentiu necessidade de criar a Inês Fino?

Sempre quis criar a Inês Fino, mas a minha educação obrigou-me a ir em busca de experiência. Experiência foi a coisa mais importante para mim. Trabalhar com a *designer* que mencionei em cima foi o suficiente para entender o mercado. Entretanto, senti falta de aprender mais e voltei para Inglaterra, para trabalhar com outros profissionais, e depois acabei por passar sete anos em Angola, onde trabalhei para uma empresa que estava a fazer vários hotéis. Entretanto, o meu namorado na altura aconselhou-me a criar o meu *atelier*. Eu já ia fazendo projetos para amigos, familiares, e em Angola surge a vontade de criar a Inês Fino.

At what point in your life did you feel the need to create Inês Fino?

I always wanted to create Inês Fino, but my education forced me to hunt out experience. Experience was the most important thing for me. Working with the designer I mentioned earlier was enough to understand the market. However, I missed learning more and went back to England to work with other professionals, and then I ended up spending seven years in Angola, where initially I worked for a company that was developing several hotels. Meanwhile, my boyfriend at the time advised me to set up my own studio. I was already doing projects for friends and family, and in Angola the desire arose to create Inês Fino.

BLUE PALACE

PENTHOUSE LISBOA

Quais os projetos que mais a marcaram?

Já fiz muitos projetos com os quais não me identificava pessoalmente, mas lá está, não tenho que me preocupar comigo, tenho que me preocupar com o cliente. O cliente é que vai viver naquela casa. Os mais marcantes foram projetos como a decoração do Palácio de São Bento, na altura em que António Guterres era primeiro-ministro. E mais recentemente o que fiz para um futebolista, que foi muito interessante e divertido.

Which projects have left the greatest impression on you?

I have done many projects with which I did not identify personally, but there you are, I don't have to worry about myself, I have to worry about the client. It's the client who is going to live in that house. The most important ones were projects like the decoration of the São Bento Palace, at the time when António Guterres was Prime Minister. And more recently, the one I did for a footballer, which was very interesting and fun.

Nos últimos dois anos, a propósito do crescimento imobiliário, tem existido maior procura por interessados em projetos de *design* de interiores?

Para mim não. Aliás, tive de reduzir o meu gabinete. Embora hoje continue a trabalhar com o meu pessoal, e até com mais, mas em *outsourcing*, tive de reduzir muito os custos, porque os contratos que eu tinha, nomeadamente na hotelaria, e casas para alugar, esses pararam todos, porque os clientes queriam ver o que ia acontecer ao mercado. Eu fiquei um pouco aflita, nessa altura. De repente, este ano, tem havido um *boom* de estrangeiros a virem para cá e a pedir coisas. Neste momento, não tenho mãos a medir. Estou a fazer uma casa na Quinta da Beloura, para uns clientes de Singapura que vêm viver definitivamente para Portugal. Além disso, tenho um apartamento em Belém, uma casa no Belas Clube de Campo, entre outros. Estou a reabilitar-me.

Over the past two years, with the growth in real estate, has there been more demand for interior design projects?

Not for me. In fact, I had to downsize my studio. Although today I still work with my own staff, and even more, but we outsource, I had to reduce costs a lot, because the contracts that I had, in particular in the hotel business, and rental houses, all stopped, because the clients wanted to see what was going to happen in the market. I was a bit worried at the time. Suddenly, this year, there's been a boom in foreigners coming here and asking for things. Right now, I've got my hands full. I'm doing a house in Quinta da Beloura for some Singaporean clients, who are coming to live in Portugal permanently. In addition to that, I have an apartment in Belém, and a house in Belas Clube de Campo, among others. I'm rehabilitating myself.

V&G Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.com
Full interview: www.villasegolfe.com

ESPECIAL IMOBILIÁRIO DE LUXO | LUXURY REAL ESTATE SPECIAL

OMBRIA RESORT

UM DESTINO ÍMPAR DE *SLOW LIVING*
A UNIQUE DESTINATION FOR SLOW LIVING

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Com a abertura da primeira fase prevista para a primavera de 2023, o Ombria Resort é um novo empreendimento de luxo, com 153 hectares de área total, rodeado por uma paisagem serena e natural de colinas verdes, ribeiras e florestas de árvores exuberantes, localizado no Algarve, a 7 km a norte de Loulé e a 20 km das praias e do aeroporto de Faro.

Este empreendimento tem por objetivo ser pioneiro de uma nova geração de *resorts* de baixa densidade de construção, em que a sustentabilidade, a proteção do meio ambiente e o apoio ao património local são prioridades.

O Ombria está a ser construído respeitando os mais elevados padrões internacionais de *design*, serviço, qualidade e instalações disponíveis. Exemplo disso é a aposta em materiais de construção com características únicas, como a cortiça portuguesa e a cal. Este complexo vai incluir uma unidade hoteleira de 5 estrelas Viceroy at Ombria Resort e Viceroy Residences at Ombria Resort, com *spa*, instalações de saúde e *fitness*, vários restaurantes e bares, centro de conferências e piscinas aquecidas; três fases de imobiliário diferentes com um total de cerca de 380 imóveis, que englobam moradias de luxo, vivendas, moradias geminadas e apartamentos com preços a partir de 600.000€. Um campo de golfe de 18 buracos, desenhado pelo arquiteto Jorge Santana da Silva, com o *clubhouse*; instalações de lazer e entretenimento; uma área de agricultura biológica; instalações de apicultura; observatório astronómico; clube de praia numa das praias próximas; percursos pela natureza para caminhadas e passeios de bicicleta e outras instalações desportivas.

A SUSTENTABILIDADE, A PROTEÇÃO DO MEIO AMBIENTE E O APOIO AO PATRIMÓNIO LOCAL SÃO PRIORIDADES

Neste momento, está pronto o campo de golfe. Tanto o hotel como as Viceroy Residence, que fazem parte da primeira fase deste projeto, estão em fase adiantada. Em construção, desde o final de 2019, tanto as Viceroy Residences como o hotel abrirão na primavera do próximo ano. Devido à crescente procura e ao sucesso de vendas, os preços já aumentaram várias vezes desde o início da comercialização e prevê-se um novo aumento de preços este verão. Alguns apartamentos têm jardins e piscinas privadas e todos têm grandes terraços e vista para o campo de golfe do Ombria Resort, que já está construído e que abrirá ao público ao mesmo tempo que o hotel, na primavera de 2023.

Até ao momento, cerca de 10% dos clientes são clientes portugueses, por consequência, perto de 90% são estrangeiros, dos quais cerca de 40% são do Benelux, 20% britânicos e os restantes 40% de diversas nacionalidades incluindo franceses, alemães, suíços, escandinavos, e também pessoas do Médio Oriente, África e Américas. Sendo que cerca de 20% dos clientes compraram para obter um Visto Gold. No total, prevê-se que este investimento ronde os 300 milhões de euros.

With the opening of the first phase planned for spring 2023, Ombria Resort is a new luxury development, covering a total area of 153 hectares, surrounded by a serene and natural landscape composed of green hills, streams and forests full of lush trees, located in the Algarve, 7 km north of Loulé and 20 km from the beaches and Faro Airport.

This development aims to pioneer a new generation of low density construction resorts in which sustainability, protection of the environment and support for local heritage are high on the list of priorities.

Ombria is being built to the highest international standards of design, service, quality and facilities available. An example of this is the investment in construction materials with unique characteristics, such as Portuguese cork and lime. This complex will include a 5-star hotel Viceroy at Ombria Resort and Viceroy Residences at Ombria Resort, with spa, health and fitness facilities, several restaurants and bars, conference centre and heated swimming pools; three different real estate phases with a total of around 380 properties, which include luxury villas, townhouses, townhouses and apartments, with prices starting at €600,000. An 18-hole golf course, designed by architect Jorge Santana da Silva, with a clubhouse; leisure and entertainment facilities; an organic farming area; beekeeping facilities; an astronomical observatory; a beach club on one of the nearby beaches; nature paths for walking and cycling and other sports facilities.

SUSTAINABILITY, PROTECTION OF THE ENVIRONMENT AND SUPPORT FOR LOCAL HERITAGE ARE HIGH ON THE LIST OF PRIORITIES

At the moment, the golf course is ready. Both the hotel and the Viceroy Residence, which are part of the first phase of this project, are at an advanced stage. Under construction since the end of 2019, both the Viceroy Residences and the hotel will open in spring next year. Due to growing demand and sales success, prices have already increased several times since selling began and a further price increase is expected this summer. Some apartments have private gardens and pools and all have large terraces and views of the Ombria Resort golf course, which is already built and will open to the public at the same time as the hotel in spring 2023.

So far, about 10% of clients are Portuguese, consequently, close to 90% are foreigners, of which about 40% are from Benelux, 20% British and the remaining 40% are made up of various nationalities including French, Germans, Swiss, Scandinavians, and also people from the Middle East, Africa and the Americas. Around 20% of the customers bought in order to obtain a Golden Visa. In total, this investment is expected to be around €300 million.

SHOWROOM LISBOA

JRBOTAS

O LUXO NOS DETALHES
LUXURY IN THE DETAILS

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Em 1995, José Ricardo Botas fundou a JRBotas com o objetivo de colmatar a falta de um serviço de venda, pós-venda e assistência técnica na área dos equipamentos sanitários. Tornou-se um negócio familiar. E mantém, até aos dias de hoje, o mesmo administrador. Não obstante, pela empresa já passaram alguns dos seus filhos, nomeadamente Tiago Botas, diretor comercial, com quem falamos, que procura valorizar a empresa e as pessoas com quem trabalha, dando-lhes autonomia e ferramentas fundamentais às suas funções. Vai pensando de forma estratégica o posicionamento da marca, «preparando-a para os desafios e riscos, ainda que imprevisíveis, e aproveitando as oportunidades que surgem, como o fluxo de estrangeiros que procuram comprar casa em Portugal. Temos assistido a mudanças repentinas de mercado, crises ciclicamente inferiores a nível temporal, como o COVID-19, a guerra, aumentos dos custos de matéria-prima e energia», conta.

In 1995, José Ricardo Botas founded JRBotas with the aim of addressing the lack of a sales, after-sales and technical assistance service in the area of sanitary equipment. It became a family business. And to this day, it has the same managing director. Nevertheless, some of his sons have already passed through the company, and in particular Tiago Botas, commercial director, with whom we spoke, who strives to enhance the company and the people with whom he works, giving them autonomy and the tools essential to their functions. He is thinking strategically about the brand's positioning, «preparing it for challenges and risks, even if they are unpredictable, and making the most of opportunities that arise, such as the flow of foreigners looking to buy homes in Portugal. We have seen sudden changes in the market, cyclical downturns over time, such as COVID-19, the war, increases in the cost of raw materials and energy,» he explains.

VALVERDE HOTEL

A JRBotas começou por ser uma empresa pequena, sediada em Lisboa, e, mais tarde, expandiu e passou a ter armazém, escritório e *showroom* na Alapraia, no Estoril. «O negócio progrediu e abriram um escritório no Monte Estoril; um *showroom* no Príncipe Real, em Lisboa, que mantemos até aos dias de hoje; e no ano passado abrimos um *showroom* no Campo Alegre, no Porto», acrescenta o diretor.

Mais de 25 anos depois da fundação, a JRBotas continua a representar marcas de grande prestígio internacional, no âmbito das casas de banho de luxo. «Ultrapassamos uma crise económica portuguesa, marcas importantes que representávamos acabaram por fechar portas; um incêndio nas nossas instalações que fez com que perdêssemos todo o *stock*, exposição e encomendas, mas orgulhamo-nos de ter conseguido superar todas as adversidades que têm surgido». E orgulham-se também de representar marcas líderes no

JRBotas started out as a small company, based in Lisbon, and, later on expanded to have a warehouse, office and showroom in Alapraia, Estoril. «The business progressed and an office was opened in Monte Estoril; a showroom in Príncipe Real, in Lisbon, which we still have to this day; and last year we opened a showroom in Campo Alegre, in Oporto,» adds the director.

More than 25 years since its foundation, JRBotas continues to represent brands of great international prestige within the scope of luxury bathrooms. «We overcame a Portuguese economic crisis, important brands we represented ended up closing their doors; a fire in our premises that caused us to lose all our stock, showroom pieces and orders, but we are proud to have managed to overcome all the adversities that have arisen.» And they are also proud to represent leading brands in the industry, whether in innovation or design. «The brand that matters most in our company is, without

ONYRIA HOTEL QUINTA DA MARINHA

RESTAURANTE MAMA

JRBOTAS HÁ 25 ANOS A TRABALHAR COM MARCAS DE LUXO NA ÁREA DOS EQUIPAMENTOS SANITÁRIOS

setor, seja em inovação ou no *design*. «A marca que tem mais peso na nossa empresa é, sem dúvida, a Duravit – todos os seus produtos são desenvolvidos com *designers* de renome internacional – e já conta com inúmeros prémios.» Falamos de uma marca «que tem como premissa a preocupação acrescida com o bem-estar do utilizador, a valorização da água e a qualidade dos materiais utilizados, que faz com que aplique em todos os seus produtos, e no próprio processo de fabrico, mecanismos capazes de reduzir o consumo.» Mas também outras marcas se destacam na empresa como a Fantini, que desenvolve produtos com *designers* reconhecidos mundialmente e «se preocupa com a água, todos os produtos respeitam os mais elevados *standards* internacionais de proteção do consumidor.»

A empresa familiar foi-se inovando e hoje, em parcerias com fábricas portuguesas, «a JRBotas já consegue transformar alguns dos seus produtos naquilo que o cliente quiser, até criar mobiliário à medida, permitindo ao cliente ter uma maior liberdade na hora de escolher e de criar peças únicas.» No *showroom* em Lisboa dispõem de uma maior oferta de peças complementares às casas de banho e decoração, como toalhas, sabonetes, difusores, pratos, candeeiros, entre outras.

Num futuro próximo, o objetivo da empresa é ampliar a exposição no Porto e abrir no Algarve. «Pretendemos continuar a trabalhar na promoção de marcas de excelência. O espaço da casa de banho é cada vez mais valorizado e as pessoas procuram e investem mais em espaços de bem-estar.», conclui.

JRBOTAS HAS BEEN WORKING WITH LUXURY BRANDS IN THE AREA OF SANITARY EQUIPMENT FOR 25 YEARS

doubt, Duravit – all its products are developed with internationally renowned designers – and it already has numerous awards.» This is a brand «that at its core has an increased concern for the user's well-being, valuing water and the quality of the materials used, which means it applies, in all its products and in the manufacturing process itself, mechanisms capable of reducing water use.» But other brands also stand out in the company, such as Fantini, which develops products with world-renowned designers and «is concerned about water, all products respect the highest international consumer protection standards.»

The family business focuses on innovation and today, in partnerships with Portuguese factories, «JRBotas can already transform some of its products into whatever the customer requires, even creating bespoke furniture, allowing the customer greater freedom when it comes to choosing and creating unique pieces.» In the showroom in Lisbon they have a wider range of complementary items for bathrooms and decoration, such as towels, soap, diffusers, plates, lamps, and much more.

In the near future, the company's goal is to expand the showroom in Oporto and open in the Algarve. «We intend to continue working in the promotion of excellent brands. Bathrooms as spaces that are increasingly valued and people are looking for and investing more in wellness spaces,» he concludes.

APARTAMENTO BRAAMCAMP

F.REGO

HÁ 40 ANOS NA CORRETAGEM E CONSULTORIA DE SEGUROS
MORE THAN 40 YEARS IN INSURANCE BROKERAGE AND CONSULTANCY

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Desde 1979, a F. REGO, que integra o Grupo Rego, tem vindo a revelar-se um dos maiores corretores de seguros a nível nacional. Apresenta soluções diferenciadoras no mercado *corporate*, especializou-se em riscos empresariais e aposta em redes internacionais de partilha de conhecimento. Ao longo dos anos, tem vindo a crescer de forma sustentável, sempre acompanhada pelas novas tendências e fenómenos mundiais. É constituída por várias sociedades de corretagem e de mediação de seguros, com escritórios no Porto, em Coimbra e Lisboa – adquiriu, recentemente, a WiseBroker –, e o seu modelo de gestão assenta na inovação. No conjunto das participações nacionais e internacionais, conta com mais de 20 mil clientes e 120 colaboradores.

O compromisso da F. REGO passa por assegurar uma Gestão de Risco customizada, tendo por base a preocupação do melhor custo/benefício possível para o cliente. Atendendo aos desafios do setor e às necessidades de cada organização, a F. REGO disponibiliza uma vasta gama de serviços, dotada de profissionais com elevada experiência.

Através de um ponto de contacto único, a corretora assegura todo o processo de acompanhamento e gestão de sinistros e de reclamações em Portugal e além-fronteiras. Desenvolve, igualmente, programas internacionais de seguro, garantindo o cumprimento integral dos requisitos legais e técnicos de cada geografia.

No âmbito dos seguros de crédito e financeiros, a proteção do risco associado às transações comerciais, efetuadas a nível nacional e internacional, é uma área fundamental de atuação da F. REGO. Procurando responder às necessidades do mercado, a empresa conta com equipas especializadas no desenvolvimento de programas de benefícios sociais e empresariais, bem como de Affinities. Não menos relevante é a elevada experiência da F. REGO no acompanhamento de processos de fusão e aquisição, assegurando a proteção de todas as partes perante prejuízos decorrentes de factos não revelados no processo de transação.

Since 1979, F. REGO, part of the Rego Group, has been one of the largest insurance brokers in Portugal. It offers unique solutions in the corporate market, specialising in business risks and investing in international knowledge-sharing networks. Over the years, it has been growing sustainably, always in step with new trends and global phenomena. It is made up of several insurance brokerage and mediation companies, with offices in Oporto, Coimbra and Lisbon – it recently acquired WiseBroker –, and its management model is based on innovation. In its national and international holdings, it has more than 20,000 clients and 120 employees.

F. REGO's commitment involves ensuring customised Risk Management, based on the concern for the best possible cost/benefit for the client. Given the challenges of the sector and the needs of each organisation, F. REGO offers a wide range of services, staffed by highly experienced professionals.

Through a single point of contact, the broker ensures the entire process of monitoring and managing claims in Portugal and abroad. It also develops international insurance programmes, ensuring full compliance with the legal and technical requirements of each location.

Within the scope of credit and financial insurance, risk protection associated with commercial transactions, both national and international, is a fundamental area of activity for F. REGO. Striving to respond to market needs, the company has teams specialised in the development of social and corporate benefit programmes, as well as Affinities. No less important is F. REGO's extensive experience in monitoring merger and acquisition processes, ensuring the protection of all parties against losses arising from facts not disclosed in the transaction process.

In a challenging environment, F. REGO maintains its strategy of sustainable growth, based on consolidating its client portfolio, increasing its market share and maintaining experienced and specialised teams, ensuring an even more distinctive customer service.

SARA REGO, CFO; PEDRO REGO, CEO

Numa conjuntura desafiante, a F. REGO mantém a estratégia de crescimento sustentável, assente na consolidação da carteira de clientes, no aumento da quota do mercado, e na manutenção de equipas experientes e especializadas, assegurando um serviço ao cliente ainda mais diferenciado.

É nesta base que a F. REGO se pretende manter: independente e tendo como único compromisso o respeito pelos interesses dos clientes. O Grupo REGO tem ainda participações em diversas empresas: a corretora espanhola Iberassekuranz, fundada em 2011, com escritórios em Madrid e Barcelona; a corretora brasileira Sanyuu, que pertencia ao Grupo MITSUI, e está no Grupo desde 2016; o operador grossista SEMPER; e a Insur4Credit, constituída em 2018 e dedicada aos seguros de Crédito e Caução.

This is the foundation on which F. REGO intends to remain: independent and with its sole commitment the respect for its clients' interests. The REGO Group also has stakes in several companies: the Spanish broker Iberassekuranz, founded in 2011, with offices in Madrid and Barcelona; the Brazilian broker Sanyuu, which belonged to the MITSUI Group, and has been in the Group since 2016; the wholesale operator SEMPER; and Insur4Credit, incorporated in 2018 and dedicated to Credit and Surety insurance.

BIOLOGICAL DENTISTRY

METAL-FREE DENTISTRY

MERCURY -FREE DENTISTRY

SMART TECHNIQUE

OZONE THERAPY

DENTAL DETOX

IV INFUSIONS

PHOTOBIO- -MODULATION

SLEEP APNEA DENTISTRY

CHELATION

FUNCTIONAL MEDICINE

For over 21 years, our award-winning, world-renowned, technologically advanced clinic and highly experienced multidisciplinary team has been **reshaping the boundaries of biological dentistry**. Our holistic and 360° approach to overall wellness means we don't just treat the mouth and create beautiful smiles, we consider the human body as a whole, because they are truly inseparable. It's a biological balance: **reset oral health** and **boost general health**, naturally regenerating you back to a lifetime of energy and vitality with a natural looking smile.

WELCOME TO WHITE CLINIC.
WELCOME TO THE FUTURE OF DENTISTRY.
RECONNECTING YOU AND HEALTH.

WHITE CLINIC

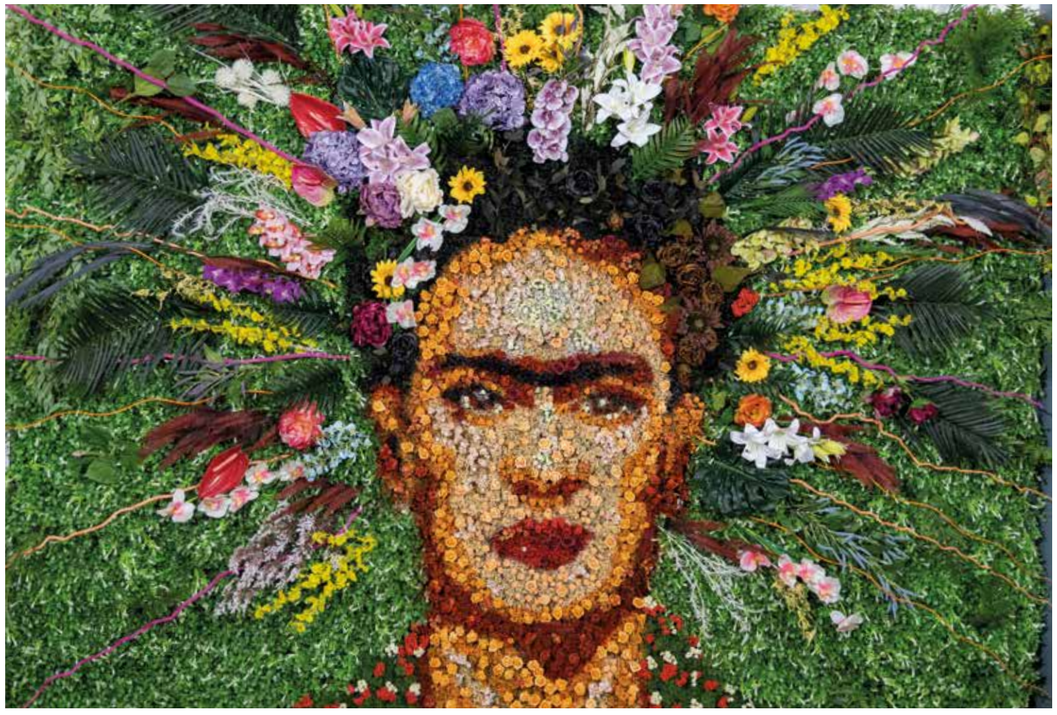
FRIDA KAHLO

UMA VIAGEM À VIDA DA PINTORA MEXICANA
A JOURNEY INTO THE LIFE OF THE MEXICAN PAINTER

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY IMMERSIVUS OCUBO

O percurso entre o talento, as paixões e as adversidades da artista, estão patentes na exposição imersiva *Frida Kahlo, a Vida de Um Ícone*, na Alfândega do Porto, até 30 de junho. Neste espólio cultural é contada a viagem da vida da pintora mexicana (1907-1954). Prepare-se para entrar num mundo onde as flores, muitas, os retratos, as velas e os castiçais, dão as boas-vindas àqueles que apreciam a sua história e a sua arte.

The journey between the artist's talent, passions and difficulties are on display at the immersive exhibition *Frida Kahlo, a Vida de Um Ícone - Frida Kahlo, the Life of an Icon* - at Alfândega do Porto, until June 30. This cultural collection recounts the journey of the Mexican painter's life (1907-1954). Get ready to enter a world where many flowers, portraits, candles and candle holders welcome those who appreciate her story and her art.



FRIDA KAHLO: A VIDA DE UM ÍCONE, NA ALFÂNDEGA DO PORTO, ATÉ 30 DE JUNHO

Frida nasceu em Coyacán, no México. Nesta exposição mergulhamos nas memórias desta que foi, e continuará a ser, um dos ícones das artes. As fotografias, os vídeos originais da vida da artista, a música, e a realidade virtual são parte daquilo que podemos assistir na exibição. É uma experiência imersiva onde nos é dada a possibilidade de descobrir a biografia da artista. Uma obra que versa a travessia em vida da mais talentosa de entre as artistas plásticas mexicanas, e que o público português pode agora ver.

Nesta viagem embarcamos com *Frida Kahlo, a Vida de Um Ícone*, desde logo, através do vasto conjunto de obras, coleções fotográficas históricas, filmes originais, instalações artísticas e música que retratam grandes momentos da vida de Frida Kahlo. Além disto, quem visita a exposição tem ainda a possibilidade de usufruir de uma esfera digital e imersiva que convida à descoberta da história da artista. A experiência demora pouco mais de uma hora e constitui uma mais-valia lúdico-pedagógica a todos que desejarem entrar nesta aventura. O percurso começa na Sala da República, no primeiro piso do edifício da Alfândega do Porto, «e depois é só percorrer as várias instalações artísticas, dotadas de experiências de carácter interativo e participativo, com realidade virtual, animações holográficas e vídeo *mapping* em esculturas». O espetáculo audiovisual a 360°, nas Furnas da Alfândega, é um «banho de imersão digital», que demora meia hora.

A vida desta artista continua a ser uma inspiração para muitas pessoas dos tempos modernos, pelo exemplo de superação das adversidades, graças à sua força e rebeldia e, ao mesmo tempo, pelo talento inato. Ela revelou-se dona de uma personalidade única, sempre à frente do seu tempo. Por isso, esta mostra artística apresenta pinturas que marcaram a sua existência, assim como vários dos elementos cronológicos nos levam para a sua época. Aqui, poderá ver o nível da sua criatividade, a sua capacidade de resistência e resiliência, os caprichos e amores da sua vida, ainda que tal seja apenas uma pequena amostra do tanto que foi Frida.

Faça uma pausa no seu tempo e vá conhecer parte da vida desta mulher incrível, que deixou a sua marca nos nossos dias, das 14:30 horas às 19:30 horas, de quarta a domingo. Os bilhetes individuais para ver a exposição *Frida Kahlo, a Vida de Um Ícone* variam entre 10 e 14€. Já os coletivos custam entre 14 e 19,5€, em regime de *pack* – para entradas nas exposições imersivas patentes na Alfândega. Esta exposição resultou da parceria entre a galeria Ideal Barcelona, onde a exposição teve início em dezembro último, a Frida Kahlo Corporation e o estúdio criativo Layers of Reality. Deixe-se encantar pela história de Frida Kahlo.

FRIDA KAHLO, A VIDA DE UM ÍCONE, AT ALFÂNDEGA DO PORTO, UNTIL JUNE 30

Frida was born in Coyacán, Mexico. In this exhibition we delve into the memories of this woman, who was, and will continue to be, one of the icons of the arts. Photographs, original videos of the artist's life, music, and virtual reality are part of what can been seen in this exhibition. It is an immersive experience that enables us to discover the artist's biography. A work that deals with the passage through life of the most talented of Mexican artists, and the Portuguese public can now see it.

We embark on this journey of *Frida Kahlo, the Life of an Icon*, through the vast series of works, historical photographic collections, original films, art installations and music that portray great moments in Frida Kahlo's life. In addition to this, visitors to the exhibition can also enjoy a digital and immersive sphere that invites you to discover the artist's story. The experience lasts a little over an hour and is a playful and educational bonus for anyone wishing to take part in this adventure. The tour starts at the Sala da República, on the first floor of the Alfândega do Porto building, «and then you just walk through the various artistic installations, equipped with interactive and participatory experiences, with virtual reality, holographic animations and video mapping on sculptures». The 360° audiovisual show in the Furnas da Alfândega is a «digital immersion bath», which lasts half an hour.

VIDA E OBRA DA ARTISTA PLÁSTICA MEXICANA QUE SE TORNOU UM ÍCONE DAS ARTES

LIFE AND WORK OF THE MEXICAN ARTIST WHO BECAME AN ICON OF THE ARTS

The life of this artist continues to be an inspiration for many people in modern times, for her example of overcoming adversities, thanks to her strength and rebelliousness and, at the same time, for her innate talent. She revealed herself as the owner of a unique personality, always ahead of her time. That is why this artistic exhibition presents paintings that marked her existence, as well as several chronological elements that take us back to her time. Here, you can see the level of her creativity, her capacity for resistance and resilience, the whims and loves of her life, even if this is only a small sample of how much Frida was.

Take a break from your time and go to see part of the life of this incredible woman, who left her mark on our world, from 2:30 pm to 7:30 pm, Wednesday to Sunday. Tickets to see *Frida Kahlo, a Vida de Um Ícone* range from €10 to €14. Tickets 'packs' cost between €14 and €19.5 – for entry to the immersive exhibitions at the Alfândega. This exhibition results from a partnership between the Ideal Barcelona gallery, where the exhibition began last December, the Frida Kahlo Corporation and the creative studio Layers of Reality. Let yourself be enchanted by Frida Kahlo's story.

POP AIR

UMA LOUCA E INSUFLÁVEL EXPERIÊNCIA
A CRAZY AND INFLATABLE EXPERIENCE

TEXTO TEXT FILOMENA ABREU | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1, 3 DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED; 2, 4 EDOUARD RICHARD

Lá no meio, uma piscina com um milhão de bolas transparentes, a que deram o nome de Hyper Cosmo. No teto, enormes balões parecem formar nuvens. A um canto, um sofá que se assemelha a um casulo de algodão. Há cogumelos vibrantes num *hall* e uma grande esfera transparente, cravejada de «estacas» de carvão, que pode ser rodada para desenhar rabiscos aleatórios nas paredes brancas de uma sala. À frente, mais bolas coloridas caem suspensas do céu e ficam infinitamente refletidas sobre espelhos. A atmosfera é psicadélica. A música envolvente. A arte pode ser insuflável e neste caso está no centro da imersiva e divertida exposição *Pop Air*, apresentada em mais de 5.000 m², na Grande Halle do Parc de La Villette, em Paris, cuja estrutura nos remete para a cidade do século XIX. As obras de cerca de 15 artistas internacionais oferecem uma «nova forma de socialização através da arte», segundo os organizadores. Prepare-se para um passeio cheio de alegria e gargalhadas em tamanho XXL, adequado a todas as idades.

There in the middle, a pool with a million transparent balls, to which they have given the name Hyper Cosmo. On the ceiling, huge balloons seem to form clouds. In one corner, a sofa that resembles a cotton cocoon. There are vibrant mushrooms in a hall and a large transparent ball, studded with charcoal «spikes», that can be spun to draw random scribbles on the white walls of a room. Ahead, more coloured balls fall suspended from the sky and are endlessly reflected on mirrors. The atmosphere is psychedelic. The music is engaging. Art can be inflatable and in this case it is at the centre of the immersive and entertaining *Pop Air* exhibition, presented over more than 5,000 sqm in the Grande Halle of Parc de La Villette, in Paris, the structure of which takes us back to the city in the 19th century. The works of some 15 international artists offer a «new form of socialising through art», according to the organisers. Get ready for an XXL-scale ride full of joy and laughter, suitable for all ages.

ARTE & CULTURA | ART & CULTURE

Para os adultos é um verdadeiro regresso à infância. Para os mais novos a liberdade total. Esta mostra reúne obras em torno do tema dos balões resultando em criações insufláveis que povoam aquelas salas tanto quanto a nossa imaginação.

Com este novo tipo de exposição divertida e imersiva, o La Villette está mais uma vez a dar as boas-vindas à arte com A maiúsculo para ser apreciada pelo maior público possível. E porque Arte não é apenas pinturas e esculturas académicas, um aspeto inusitado é apresentado neste evento, projetado em parceria com o Museu do Balão de Roma, o primeiro do mundo inteiramente dedicado a estes objetos. A iluminação acompanha a experiência fazendo com que todos se sintam no meio de um conto onírico. E atenção, todos os balões são biodegradáveis.

É bom salientar que a mostra foi idealizada e preparada durante cinco meses, de forma a provocar as melhores sensações em cada um dos visitantes.

Assim, depois de «Beyond the Limits» em 2018, uma exposição monumental do coletivo japonês teamLab, o La Villette torna agora a acolher, até 21 de agosto, um projeto de arte lúdico, de grandes proporções, que convida famílias e amigos a viver um dia extraordinariamente único. Nós sabemos que se vai surpreender. Preparados? Um, dois, três, rebenta a bolha!

For adults it is a return to childhood. For youngsters, total freedom. This exhibition brings together works around the theme of balloons, resulting in inflatable creations that populate those rooms as much as they do our imagination.

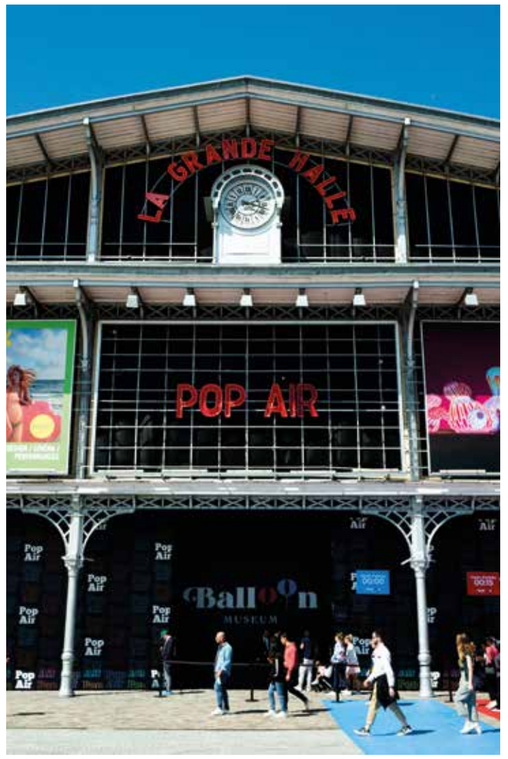
With this new type of fun and immersive exhibition, La Villette is once again welcoming art with a capital A to be appreciated by the largest possible audience. And because Art is not just academic paintings and sculptures, an unusual aspect is presented in this event, designed in partnership with the Rome Balloon Museum, the first in the world entirely dedicated to these objects. The lighting accompanies the experience making everyone feel like they are in the middle of a dreamlike tale. And take note, all the balloons are biodegradable.

It's worth pointing out that the show was being devised and prepared for five months, in order to provoke the best possible sensations in each and every visitor.

Thus, after «Beyond the Limits» in 2018, a monumental exhibition by Japanese collective teamLab, La Villette once again welcomes a playful art project of great proportions, inviting families and friends to experience an extraordinarily unique day, until August the 21st. We know you will be amazed. Are you ready? One, two, three, let the bubble burst!

PARA OS ADULTOS É UM REGRESSO À INFÂNCIA E PARA OS MAIS NOVOS A LIBERDADE TOTAL

FOR ADULTS IT IS A RETURN TO CHILDHOOD AND FOR YOUNGSTERS TOTAL FREEDOM



LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES

NIYAMA PRIVATE ISLAND MALDIVES

UM REFÚGIO NA ILHA DE OLHUVELI
A RETREAT ON OLHUVELI ISLAND

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Praias de areia branca, paisagens esbeltas e um refúgio de pelo menos sete dias no Niyama Private Islands Maldives, na Ilha de Olhuveli, é tudo aquilo de que precisa para esquecer a azáfama dos dias. Viajamos até às Maldivas. Donas de vistas paradisíacas, *resorts* de luxo sobre o mar e onde as águas cristalinas o esperam. Do mesmo modo que o descanso, num dos *bungalows*, no meio do mar, o motivarão a ficar. Já para não falar da merecida massagem com óleos de plantas curativas, com técnicas milenares, que os maldivos muito bem sabem fazer. Está a imaginar-se todo o dia em volta de praia, areia, sol e boa energia? Aqui é um dos lugares de sonho, perfeito para luas-de-mel, viagens em família ou com amigos. Não faltam atrativos nesta ilha.

As Maldivas são um destino de férias de luxo, repleto de lugares únicos para se sentir e viver. Conhecer as suas ilhas é uma experiência extraordinária, pois a sua beleza natural é das mais incríveis do mundo. É um daqueles destinos em que se busca privacidade, e qualquer que seja o cenário a vontade é a de captar cada momento no rolo das nossas câmaras. A vegetação e a vida selvagem são o verdadeiro quadro paisagístico das ilhas.

Recorde-se que as Ilhas Maldivas já foram colónia portuguesa, holandesa e britânica, e conquistaram a independência há pouco mais de 50 anos, tendo sido decretada República, em 1968. É o país menos populoso e o mais pequeno da Ásia. Este arquipélago, espalhado pelo Oceano Índico, é constituído por cerca de 1200 ilhas, mas apenas 203 são habitadas. A altitude máxima acima do mar é 2,3 metros e a capital, onde vivem pouco mais de 100 mil pessoas, fica apenas a 90 centímetros. A economia dominante é a pesca, principalmente para exportação, e depois a indústria do turismo.

As Maldivas estão na lista das viagens de sonho de qualquer pessoa apaixonada por natureza e sossego. Quem nunca sonhou em adormecer num *bungalow* sobre o mar, ouvindo o som das ondas ao longe, com a brisa fresca a aquecer-lhes as noites de céu limpo? É num dos luxuosos quartos, com um inesquecível e romântico cenário, que descansamos profundamente e esperamos acordar todos os dias.

Ficam a poucas horas de avião dos principais destinos do Sudeste Asiático, como Tailândia, Malásia, Singapura, assim como do Médio Oriente, de onde partem voos diretos do Dubai e Doha, no Qatar. Para quem vai de Portugal, em pouco mais de 10 horas está-se lá.

AS MALDIVAS SÃO UM DESTINO DE LUXO, REPLETAS DE LUGARES ÚNICOS PARA SE SENTIR E VIVER

White sandy beaches, stunning landscapes and retreating for at least seven days at Niyama Private Islands Maldives on Olhuveli Island is all you need to forget the hustle and bustle of everyday life. Let's travel to the Maldives, home to idyllic views, luxury resorts over the sea and where crystal clear waters await you. Just as chilling in one of the bungalows, in the middle of the sea, will motivate you to stay. Not to mention the well-deserved massage with healing plant oils, using ancient techniques that the Maldives know how to do so well. Can you imagine yourself all day long surrounded by beach, sand, sun and good energy? This is one of the places of dreams, perfect for honeymoons, family holidays or travels with friends. There is no shortage of attractions on this island.

The Maldives is a luxury holiday destination, full of unique places to feel and enjoy. Getting to know its islands is an extraordinary experience, as its natural beauty is one of the most incredible in the world. It is one of those destinations where you can find a true sense of privacy, and whatever the scenario, you'll want to capture every moment on camera. The vegetation and wildlife paint the island's true landscape.

It should be noted that the Maldives Islands was once a Portuguese, Dutch and British colony that gained its independence just over 50 years ago, having been decreed a Republic in 1968. It is the least populated and smallest country in Asia. This archipelago, spread across the Indian Ocean, consists of about 1200 islands, of which only 203 are inhabited. The maximum altitude above sea level is 2.3 metres and the capital, where just over 100,000 people live, stands at a height of only 90 centimetres. The dominant economy is fishing, mainly for export, and after that the tourism industry.

The Maldives is high on the list of dream trips for anyone with a passion for nature and peace and quiet. Who has never dreamed of falling asleep in a bungalow over the sea, listening to the sound of the waves in the distance, caressed by a cool breeze in the warm clear nights? It is in one of these luxurious rooms, with their unforgettable and romantic setting, that we find deep rest and look forward to waking up in every day.

The Maldives is just a few hours away by plane from the main destinations in Southeast Asia, such as Thailand, Malaysia, Singapore, as well as from the Middle East, where there are direct flights from Dubai and Doha, in Qatar. For anyone travelling from

THE MALDIVES IS A LUXURY DESTINATION, FULL OF UNIQUE PLACES TO FEEL AND EXPERIENCE

O *RESORT* FICA A 45 MINUTOS DO AEROPORTO INTERNACIONAL DE VELANA

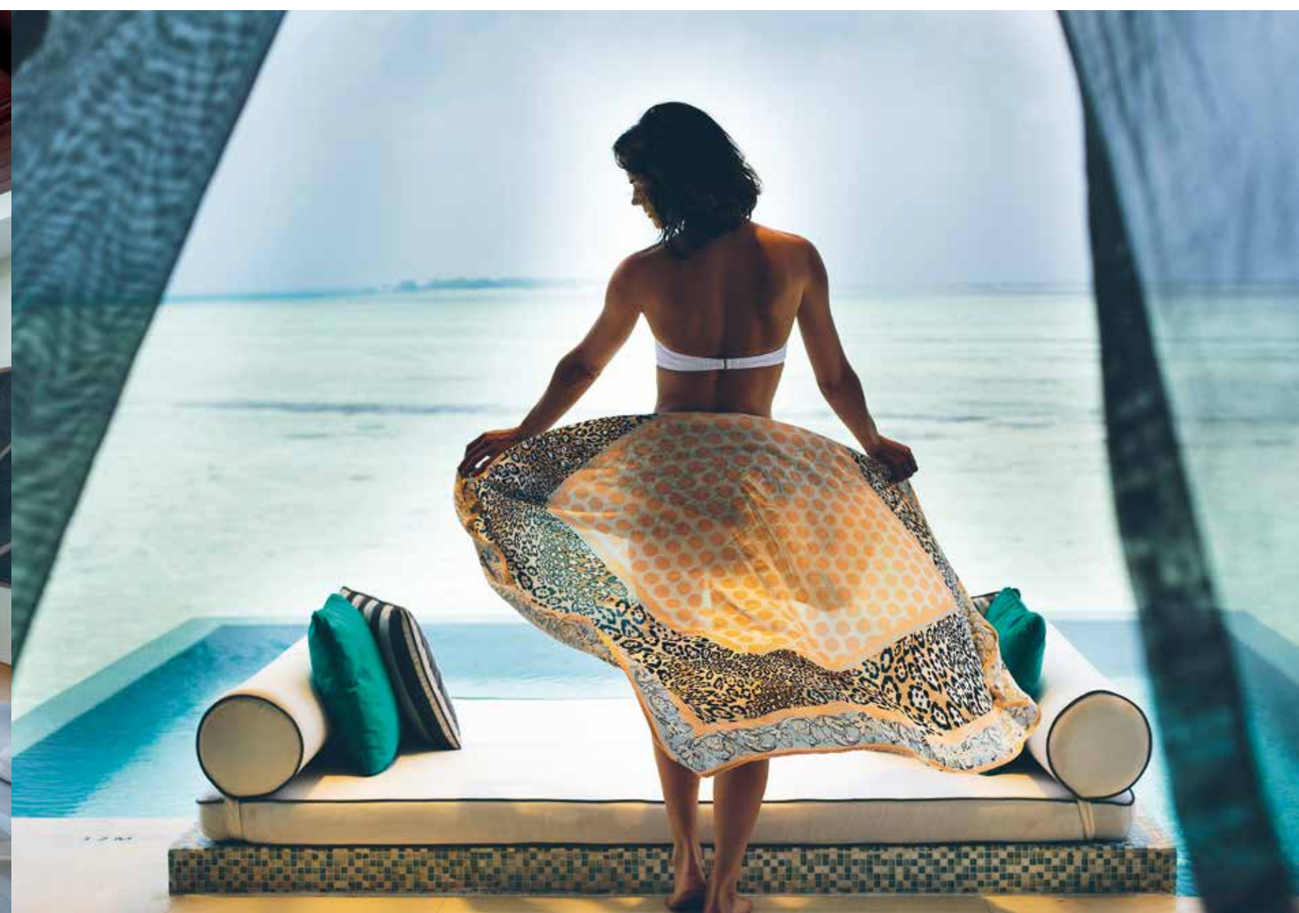
Compensa pelo deslumbramento da chegada. Outra coisa, é possível circular entre ilhas, através de transporte público – o barco. E o clima tropical, com temperaturas que variam entre 26 e 31°C não deixam margem para dúvidas, este é um destino para se visitar em qualquer altura do ano.

O Niyama Private Islands Maldives fica a 45 minutos do Aeroporto Internacional de Velana (em Malé, capital), e o *transfer* panorâmico de hidroavião é a primeira imagem que nos fica gravada. Depois, rendemo-nos ao *resort*, que oferece autênticos momentos de luxo. São mais de 130 villas com telhados de palha, *decks* isolados, chuveiros ao ar livre, mergulhos ao luar, sendo que umas são na praia outras na água. Dispõem ainda de moradias superiores com mais de 340 m², até três quartos, com piscina privada, acesso direto à praia e ao mar. Neste oásis pode-se disfrutar também de experiências gastronómicas sobre o mar ou em terra; um *club* para crianças; trilhos por entre a vegetação; passeios de bicicletas; e do *Drift Spa*, um local divertido e refrescante. São muitas as atividades de lazer, desde vislumbrar espécies à luz de tochas, enquanto mergulha à noite no recife; aproveitar os primeiros raios de sol ao amanhecer e praticar ioga; navegar, enquanto se avistam os golfinhos ao pôr do sol; e surfar as ondas. Fixe o horizonte e deixe que o pôr do sol e a brisa o surpreendam ao ar livre, enquanto encaixa no coração tantas e novas emoções.

THE RESORT IS 45 MINUTES AWAY FROM VELANA INTERNATIONAL AIRPORT

Portugal, it takes just over 10 hours to get there, more than worth it, given the dazzling arrival. Another great thing is that is possible to move between the islands by public transport – on a boat. And the tropical climate, with temperatures varying between 26 and 31°C leaves no room for doubt that this is a destination to visit at any time of the year.

Niyama Private Islands Maldives is 45 minutes away from Velana International Airport (in the capital Malé), and the panoramic seaplane transfer is the first image that stays with us. Then we surrender to the resort, which offers authentic moments of luxury. It is home to over 130 villas with thatched roofs, secluded decks, open-air showers, moonlight dips, some on the beach, others in the water. There are also grander properties with over 340 sqm and up to three bedrooms, private pool, direct access to the beach and sea. You can also enjoy gastronomic experiences by the sea or on land in this oasis; a kids club; trails through the vegetation; bicycle rides; and the *Drift Spa*, a fun and refreshing place. There are many leisure activities, from glimpsing species by torchlight while night diving on the reef; enjoying the first rays of sunlight at dawn and practising yoga; sailing, while spotting dolphins at sunset; and surfing the waves. Stare out across the horizon and let the sunset and the breeze amaze as you soak up open air experiences, while fitting so many new emotions into your heart.



HYATT CENTRIC GRAN VIA MADRID

UM 5 ESTRELAS LUXUOSO E AUTÊNTICO
A LUXURIOUS AND AUTHENTIC 5 STAR

TEXTO TEXT FILOMENA ABREU | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Primeiro ficamos hipnotizados pela beleza do edifício *Art Déco*. Depois pela brancura da mármore que enche o hall e as maravilhosas escadas em caracol. O *designer* Henry Chebaane ficou com a tarefa de supervisionar os interiores e não falhou. Os quartos, equipados com tecnologia discreta, são espaçosos, os pisos são feitos de aconchegante madeira polida, as camas confortáveis como nuvens são adornadas com excêntricos travesseiros de gatinhos. Nada mais cool e urbano. Mas o melhor são as vistas. Uma vez abertas as janelas de uma das *habitaciones* voltadas para a Gran Via, a amada «Broadway» espanhola, o mundo já não volta a ser o mesmo. Lá em baixo, o frenesim de uma das mais belas capitais europeias. Tudo isto faz do Hyatt Centric Gran Via Madrid, uma experiência memorável. Mas o rol de elogios ainda não acabou. O hotel marca pontos por ter profundas preocupações ecológicas, por isso escolheu incluir produtos de higiene pessoal orgânicos da marca Bee Kind, e mesmo a iluminação tem economia de energia.

O hotel de 5 estrelas ocupa um edifício de dez pisos, de 1920, totalmente reformado, com 159 quartos, 16 dos quais suites com impressionantes vistas para a avenida mais movimentada da cidade, decoradas com elementos inspirados na cultura popular madrilena, como guitarras espanholas, o estampado de pata de galo das cortinas e dos tapetes, e obras do pintor Juan Gris. Porém, prepare-se, uma das principais surpresas está no terraço. O bar El Jardín de Diana, na cobertura do hotel, é um miradouro secreto que, além das vistas de cortar a respiração, tem uma seleção energética e magnífica de *cocktails* que casam bem com um belo pôr do sol ou com o final de um jantar, que pode muito bem ter acontecido no primeiro piso do hotel. É lá que

At first, we are mesmerised by the beauty of the *Art Déco* building. Then by the whiteness of the marble that fills the hall and the magnificent spiral staircase. Designer Henry Chebaane was left with the task of overseeing the interior spaces and he did not fail. The rooms, equipped with discreet technology, are spacious, the floors are made of warm polished wood, the beds are comfy like clouds and are adorned with eccentric kitten bolster cushions. The very height of cool and urban. But the best thing are the views. Once you open the windows in one of the *habitaciones* facing the Gran Via, Spain's beloved «Broadway», the world will never be the same again. Down there, the frenzy of one of Europe's most beautiful capitals. All this makes the Hyatt Centric Gran Via Madrid a memorable experience. But the list of accolades is not finished yet. The hotel scores further points for being deeply committed to ecological concerns, choosing to include organic toiletries from the Bee Kind brand, and energy saving lighting.

The 5-star hotel occupies a ten-storey building dating from 1920, which has been fully refurbished. Comprising of 159 rooms, 16 of which are suites with impressive views of the city's busiest avenue, it has been decorated with elements inspired by popular Madrid culture, such as Spanish guitars, the houndstooth print on the curtains and carpets, and works by painter Juan Gris. But be prepared, one of the main surprises can be found on the terrace. The El Jardín de Diana bar, on the hotel's rooftop, is a secret lookout point, which, in addition to its breath-taking views, has an energetic and magnificent selection of cocktails that go well together with a beautiful sunset or the end of a dinner that may well have taken place on

LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES

UMA VEZ ABERTAS AS JANELAS DE UMA DAS *HABITACIONES* VOLTADAS PARA A GRAN VIA, A AMADA «BROADWAY» ESPANHOLA, O MUNDO JÁ NÃO VOLTA A SER O MESMO

ONCE YOU OPEN THE WINDOWS IN ONE OF THE *HABITACIONES* FACING THE GRAN VIA, SPAIN'S BELOVED «BROADWAY», THE WORLD WILL NEVER BE THE SAME AGAIN

se encontra o restaurante Hielo y Carbón, uma insígnia do Hyatt Centric Gran Via Madrid, que renovou recentemente, por completo, a sua oferta gastronómica. As vistas continuam a ser estonteantes, uma maravilha que é preciso dividir com os pratos que misturam o melhor da gastronomia espanhola com paladares de outras latitudes. E a melhor forma de tirar partido da refeição é pedir o menu degustação, que incluiu uma explosão de sabores que não vai esquecer tão cedo. Começando na *burrata*, passando pela beringela *al carbón*, tomate azul e azeitona negra, até às vieiras.

No conjunto, trata-se de viver um (ou vários) momentos *premium* com toque contemporâneo. O que assenta como uma luva na envolvente. E a melhor parte é que não tem artifícios de luxo. O luxo está na experiência em si. De entrar e desfrutar da estadia. De sair para conhecer a cidade – e até nisso há requinte, já que a localização é a ideal, pertíssimo das principais atrações culturais e de lazer –, sabendo que quando

the hotel's first floor. There, you will find the Hielo y Carbón restaurant, a highlight of the Hyatt Centric Gran Via Madrid, which has recently completely revamped its gastronomic line-up. The views are still dizzing, a wonder you have to share with the dishes that mix the best of Spanish cuisine with flavours from other latitudes. And the best way to make the most of the meal is to order the tasting menu, which includes an explosion of flavours you won't forget soon. Starting with the *burrata*, followed by the aubergine *al carbón*, blue tomato and black olive, to the scallops.

All in all, this is about experiencing one (or several) premium moments with a contemporary touch. Which fits like a glove in the surroundings. And the best part is that it has no luxury gimmicks. The luxury is in the experience itself. In arriving and enjoying your stay. In going out to get to know the city – and even in this there is refinement, as the location is ideal, close to the main cultural and leisure attractions –, knowing that

regressar terá uma das melhores noites da sua vida. E no dia seguinte, acordar e quem sabe reviver tudo outra vez. Sem esquecer de tomar o pequeno-almoço, cuja variedade e cor nos faz querer dormir ali todos os dias. E depois de saciados, partir novamente à descoberta da cidade. Passear e fazer compras pela Gran Via e na Plaza Mayor, visitar exposições, comer ostras e beber champagne no mercado San Miguel.

Por fim, o toque humano é o que faz deste Hyatt Centric uma joia à vista de todos, ali mesmo no coração de Madrid. Uma referência do *lifestyle*, na verdadeira aceção da palavra, que não teme apostar na revelação do que é a energia vibrante da cidade, da sua gastronomia, da sua música e atmosfera. Por isso, é tão memorável ficar aqui, porque mais do que um hotel luxuoso, é um hotel autêntico.

A MELHOR PARTE É QUE NÃO TEM ARTIFÍCIOS DE LUXO. O LUXO ESTÁ NA EXPERIÊNCIA EM SI

when you return you will have one of the best nights of your life. And the following day, wake up and who knows relive it all again. Not forgetting to enjoy the breakfast, whose variety and colour make you want to sleep there every day. And once you've had your fill, setting off to discover again the city. Strolling and shopping along the Gran Via and around the Plaza Mayor, visiting exhibitions, eating oysters and drinking champagne in the San Miguel market.

Finally, the human touch is what makes this Hyatt Centric shine bright, right there in the heart of Madrid. A lifestyle highlight, in the true sense of the word, that is not afraid to reveal what the vibrant energy of the city, its gastronomy, its music, and atmosphere is all about. That is why it is so memorable to stay here, because more than a luxurious hotel, it is an authentic hotel.

THE BEST PART IS THAT IT HAS NO LUXURY GIMMICKS. THE LUXURY IS IN THE EXPERIENCE ITSELF

PROCURAMOS AS MELHORES **SOLUÇÕES** PARA OS SEUS **CRÉDITOS**

CONTE COM O **NOSSO SERVIÇO DE ACONSELHAMENTO PERSONALIZADO**

DS INTERMEDIÁRIOS DE CRÉDITO

dsicredito.pt

Decisões e Soluções – Intermediários de Crédito, Lda., registada no Banco de Portugal, como Intermediário de Crédito Vinculado, sob o n.º 926, verificável em www.bportugal.pt/intermediarios-credito

LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES

IRMÃOS CHAVES

LAÇOS DE SANGUE E DE NEGÓCIOS
BLOOD AND BUSINESS TIES

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

A história do Grupo Irmãos Chaves começa na Região Autónoma da Madeira. Jovens e dinâmicos, cedo ingressaram no mercado de trabalho. Iniciaram com uma carrinha, fazendo *transfers* e excursões para agências de viagens regionais. Mais tarde, adquiriram um autocarro de transporte turístico. O negócio no turismo foi expandindo. Em 2003 inauguram a Quinta Mirabela – imóvel classificado como património de interesse histórico ou cultural –, uma quinta tradicional madeirense, que remonta a 1888, situada no Caminho do Monte, Funchal, e que se transformou numa estalagem de cinco estrelas, tendo sido mantida a sua originalidade e riqueza patrimonial. É referência no Turismo da Região Autónoma da Madeira, pelo relevante valor em botânica, e de raridade ambiental. O hotel dispõe de 24 quartos – 10 *standard* e 14 superiores –, todos virados a sul e com vistas sobre a baía e o mar. O Refúgio do Monte é um restaurante tranquilo para um jantar perfeito, onde é possível saborear pratos regionais e outros internacionais. Já o Stephan's Bar – nome em homenagem à família Stephan, antiga proprietária da quinta –, é o lugar ideal para tomar uma bebida ao cair da noite. Ou então, para tomar uma refeição ligeira, com a vista sobre o horizonte, convidamo-lo a sentar-se no Ocean View Terrace. Enquanto isso, junto à zona da piscina, no Tropical Pool Bar servem-se os magníficos *cocktails*. Na quinta Mirabela há ainda lugar para tratar do corpo, quer seja no ginásio, no *jacuzzi*, no banho turco, na sauna ou na sala de massagens, razões não faltarão para relaxar. Para quem procura tranquilidade, nada como parar por aqui.

Mais tarde, chegou a vez do Funchal Design Hotel, em 2008. Um espaço moderno, um hotel de cidade, inserido na zona histórica do Funchal, entre a Rua da Alegria e a Rua da Carreira. Quando restaurado foram mantidas partes das antigas Muralhas da Cidade – um exemplo de preservação histórica –, muralhas estas edificadas no século XVI e que permanecem até hoje preservadas em parte no interior do Hotel. No total, dispõe de 16 quartos com um estilo urbano, sendo oito com *kitchenette*. E é no Restaurante 560, à entrada do hotel, que os pratos tradicionais madeirenses são servidos.

Não obstante, a família Chaves decidiu investir na construção civil

The history of the Irmãos Chaves Group begins in the Autonomous Region of Madeira. Young and dynamic, they entered the job market early on. They started with a van, doing transfers and excursions for regional travel agencies. Later, they purchased a bus for tourist transport. The tourism business was expanded. In 2003, they opened Quinta Mirabela – a property classified as heritage of historical or cultural interest –, a traditional Madeiran farm dating back to 1888, located in Caminho do Monte, Funchal, which was transformed into a five-star hotel, having maintained its original feaTurs and rich heritage. It is a tourism highlight in the Autonomous Region of Madeira, due to its important botanical value and ecological rarity. The hotel contains 24 rooms – 10 standard and 14 superior – all facing south and with views over the bay and the sea. The Refúgio do Monte is a peaceful restaurant for a perfect dinner, where you can enjoy regional as well as international dishes. Stephan's Bar – named after the Stephan family, the former owners of the farm –, is the ideal place to enjoy a drink in the evening. If you fancy a light meal, with a view of the horizon, we invite you to sit on the Ocean View Terrace. Meanwhile, next to the pool area, the Tropical Pool Bar serves magnificent cocktails. At Quinta Mirabela there is also room to treat your body, whether in the gym, jacuzzi, steam bath, sauna or massage room, there is no shortage of reasons to relax. For those looking for tranquillity, there's nothing like a little stopover here.

Later, in 2008, the Funchal Design Hotel came into view. A modern space, a city hotel, stood in the historic part of Funchal, between Rua da Alegria and Rua da Carreira. When it was restored, parts of the old City Walls – an example of historical preservation – were kept. These walls were built in the 16th century and are still partly preserved inside the hotel. In total, it has 16 rooms decorated in an urban style, eight of them with kitchenette. Traditional Madeiran dishes are served in Restaurante 560, at the entrance of the hotel.

Nevertheless, the Chaves family decided to invest in construction in Madeira. Irmãos Chaves Construções develops studies, consultancy, supervision and project management. «The company is

O GRUPO IRMÃOS CHAVES DETÉM NEGÓCIOS COM ALGUMA VERSATILIDADE, DESDE A CONSTRUÇÃO CIVIL AO TURISMO, EM PORTUGAL E EM ANGOLA

THE IRMÃOS CHAVES GROUP OWNS BUSINESSES WITH A LOT OF VERSATILITY, FROM CONSTRUCTION TO TOURISM, IN PORTUGAL AND ANGOLA

da Madeira. A Irmãos Chaves Construções desenvolve estudos, consultoria, fiscalização e gestão de projetos. «A empresa aposta fortemente na vanguarda dos seus serviços, por forma a acompanhar e garantir aos seus clientes a concretização de projetos com elevados níveis de rentabilidade. A nossa equipa de trabalho é constituída por profissionais da área de arquitetura, engenharia, construção e consultoria jurídica, que garantem aos seus clientes que os seus projetos são realizados e licenciados junto das entidades oficiais de forma organizada, rigorosa, competente e a baixo custo», refere Rui Chaves, Administrador do grupo.

Mais tarde em 2007, deu-se a internacionalização da marca para o continente africano, nomeadamente Angola, onde projetaram um dos *Lodges* mais espantosos do país – O Lodge da Fazenda –, que está integrado na Fazenda Irmãos Chaves, um espaço único no meio da natureza.

No núcleo de negócios do Grupo Irmãos Chaves está ainda a gestão e administração de condomínios; um canal de logística e distribuição, em consequência da internacionalização; um vasto número de obras de referência no setor da construção civil, tanto em Portugal como em Angola; empreendimentos imobiliários, desde o projeto de arquitetura à venda do imóvel; e mais recentemente apostou na diversificação da sua atividade económica, com a criação de um laboratório de medicina dentária, um estúdio de fotografia e uma academia de ensino; e também na área da agricultura propriamente dita dedica-se à produção de mandioca, palmeira-de-dendé, legumes, vegetais e fruta, em Angola.

strongly committed to the forefront of its services, in order to monitor and ensure for its customers the realisation of projects with high levels of profitability. Our team is made up of professionals in the areas of architecture, engineering, construction and legal consultancy, who guarantee to their clients that their projects are carried out and licensed by the official entities in an organised, rigorous and competent manner and at a low cost», says Rui Chaves, Group Director.

Later in 2007, the brand went international, on the African continent, namely in Angola, where they created one of the country's most stunning lodges – the Lodge da Fazenda –, which is part of Fazenda Irmãos Chaves, a unique space in the midst of nature.

The core business of the Irmãos Chaves Group also includes the management and administration of condominiums; a logistics and distribution channel, as a result of internationalisation; a vast number of standout works in the construction sector, both in Portugal and Angola; real estate developments, from the architectural project to the sale of the property; and more recently it has been committed to diversifying its economic activity, with the creation of a dental laboratory, a photography studio and a teaching academy; and in the area of agriculture it is dedicated to the production of cassava, oil palm, vegetables and fruit, in Angola.

CATEDRAL DE SANTA MARÍA

DESFILE BANDO DE LA HUERTA

MÚRCIA

SOL, HISTÓRIA E *FIESTA*
SUN, HISTORY AND *FIESTA*

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Uma cadeia de montanhas rodeia a planície em que assenta Múrcia, uma cidade de origem árabe cuja existência está estreitamente ligada à fertilidade do rio Segura. Embora as terras murcianas estejam povoadas há mais de 2000 anos, a fundação da cidade só ocorreu no ano 831, quando o emir de Córdoba, Abderramán II, mandou construir uma cidade amuralhada nas margens do rio e a converteu na capital da província do califado. Hoje em dia, existem diversos resquícios do seu passado árabe.

A praça do Cardenal Belluga concentra duas das joias arquitetónicas da capital: o Palácio Episcopal (séc. XVIII), de fachada rococó e pátio churrigueresco, e a Catedral. Também vale a pena conhecer alguns dos edifícios do séc. XIX mais relevantes da cidade: a Câmara, o Teatro Romea e o Casino, este último com fachada neoclássica e um belo pátio interno de influência árabe. Os bairros de San Pedro, Santa Catalina e os arredores da praça das Flores oferecem alguns dos lugares mais pitorescos da capital murciana.

Múrcia é uma cidade aberta e dinâmica, com uma localização privilegiada dentro do Arco do Mediterrâneo, muito próxima da costa, com um clima invejável durante todo o ano e com uma vasta oferta cultural, de lazer e gastronómica. Bem conectada com o resto da Europa e Espanha, com aeroporto a cerca de 40 minutos, torna-se um destino turístico nacional e internacional de alto nível. Entre os festejos e celebrações populares destaca-se a Semana Santa. Também chamam a atenção nas Festas de Primavera os atos do Enterro da Sardinha, que

A mountain range surrounds the plain on which Murcia sits, a city of Arab origin, the existence of which is closely linked to the fertility of the Segura river. Although Murcia's lands have been populated for more than 2000 years, the founding of the city did not take place until the year 831, when the emir of Cordoba, Abd ar-Rahman II, ordered a walled city to be built on the banks of the river and made it the capital of the province of the caliphate. Today, there are several remnants of its Arab past.

The Cardenal Belluga square boasts two of the capital's architectural gems: the Episcopal Palace (18th century), with its rococo façade and churrigueresque courtyard, and the Cathedral. It is also worth it visiting some of the city's standout 19th-century buildings: the Town Hall, the Teatro Romea and the Casino, the latter with a neoclassical façade and a beautiful inner courtyard of Arab influence. The neighbourhoods of San Pedro and Santa Catalina and the surroundings of the Plaza de las Flores offer some of the most picturesque places in the Murcian capital.

Murcia is an open and dynamic city, with a prime location within the Mediterranean Arc, very close to the coast, with an enviable climate all year round and with a vast cultural, leisure and gastronomic line-up. Well connected with the rest of Europe and Spain, with an airport about 40 minutes away, it has become an important national and international tourist destination. Among the popular festivities and celebrations, the *Semana Santa* (Holy Week) is a highlight. Among the Spring

UMA CIDADE DE ORIGEM ÁRABE CUJA EXISTÊNCIA ESTÁ ESTREITAMENTE LIGADA À FERTILIDADE DO RIO SEGURA

incluem um extravagante desfile de carruagens. Dois eventos declarados de Interesse Turístico Internacional.

A culinária murciana baseia-se nas excelentes frutas, verduras e hortaliças que a sua horta proporciona. Com elas são elaborados guisados e pratos típicos como o *pisto huertano* (com pimentão, cebola e tomate), a sopa de grão-de-bico e acelga e o *zarangollo* (abobrinha, ovo e cebola). Como acompanhamento, peça qualquer um dos vinhos murcianos com Denominação de Origem: Bullas, Yecla e Jumilla.

Um dos principais apelos turísticos de Múrcia é seu litoral, conhecido como a Costa Cálida. Os seus 250 quilómetros dividem-se entre o Mar Menor e o Mediterrâneo, oferecendo uma grande quantidade de praias. Águilas e Mazarrón têm dos melhores fundos marítimos do país, cuja transparência e visibilidade permitem conhecer de perto a flora e a fauna aquáticas, num lugar onde também é frequente ver restos de naufrágios.

A CITY OF ARAB ORIGIN, THE EXISTENCE OF WHICH IS CLOSELY LINKED TO THE FERTILITY OF THE SEGURA RIVER

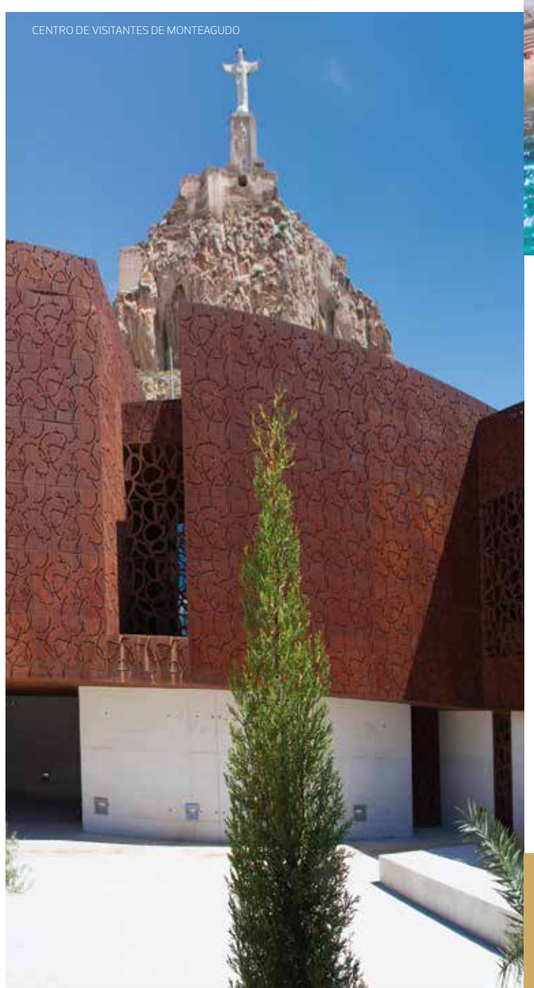
Festivities that deserve attention is the Burial of the Sardine, which includes an extravagant parade of carriages. Two events declared to be of International Tourist Interest.

Murcia's cuisine is based on the excellent fruit, vegetables and greens provided by its fertile land. They are used to make stews and typical dishes such as *pisto huertano* (with peppers, onions and tomatoes), chickpea and chard soup and *zarangollo* (courgette, egg and onions). To wash these down, order any of Murcia's wines with Denomination of Origin: Bullas, Yecla and Jumilla.

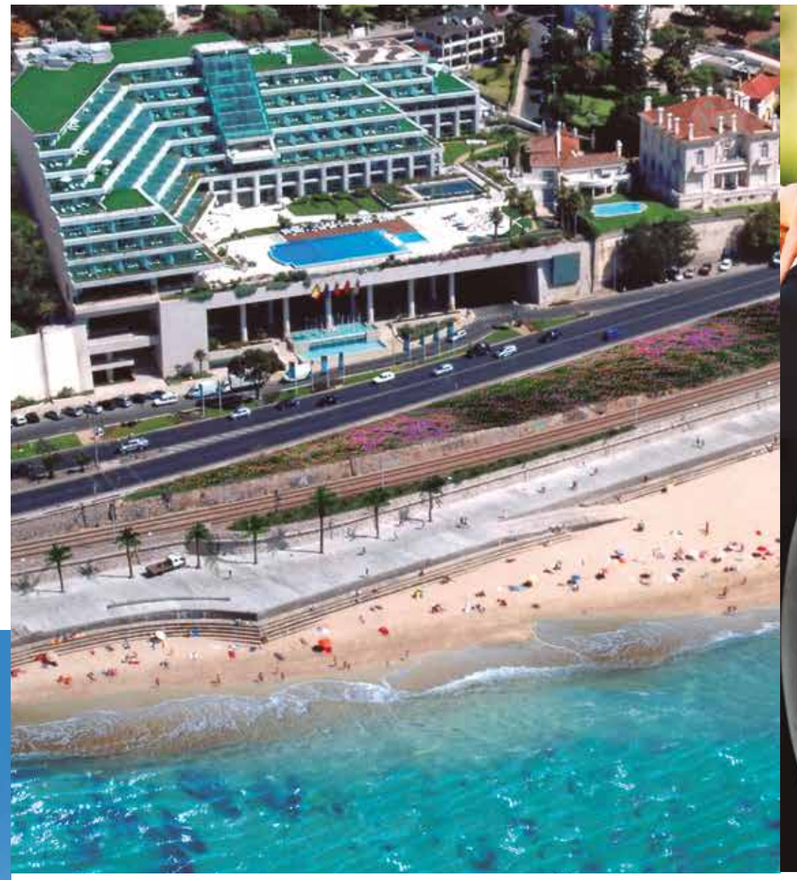
One of Murcia's main tourist attractions is its coastline, known as the Costa Calida. Its 250 kilometres are divided between the Mar Menor and the Mediterranean, offering a large number of beaches. Águilas and Mazarrón have some of the best seabeds in the country, whose transparency and visibility allow you to get to know the aquatic flora and fauna from up close, in a place where you can also often see shipwreck remains.

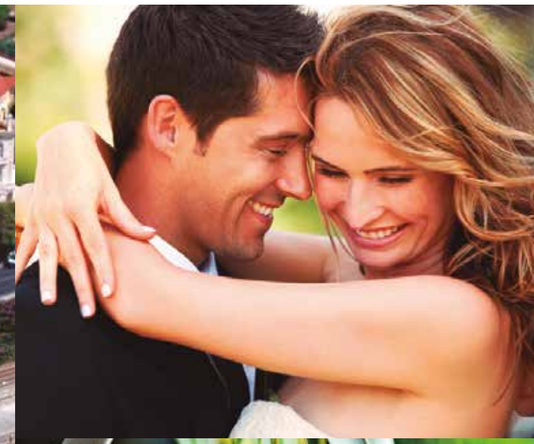
FESTAS DE NATAL

CENTRO DE VISITANTES DE MONTEAGUDO



MOMENTOS ÚNICOS | *UNIQUE MOMENTS*





Ancorado à beira mar,
o Hotel Cascais Miragem parece querer abraçar o Oceano Atlântico.
O Hotel oferece momentos intemporais com o oceano como eterna testemunha de boas memórias e com uma equipa empenhada em fazer da sua estada uma experiência que vai querer repetir.
Numa atmosfera de requinte, com uma vista deslumbrante sobre o Atlântico, é o local perfeito para a sua viagem de férias ou de negócios.
O Hotel Cascais Miragem é um mundo à parte.

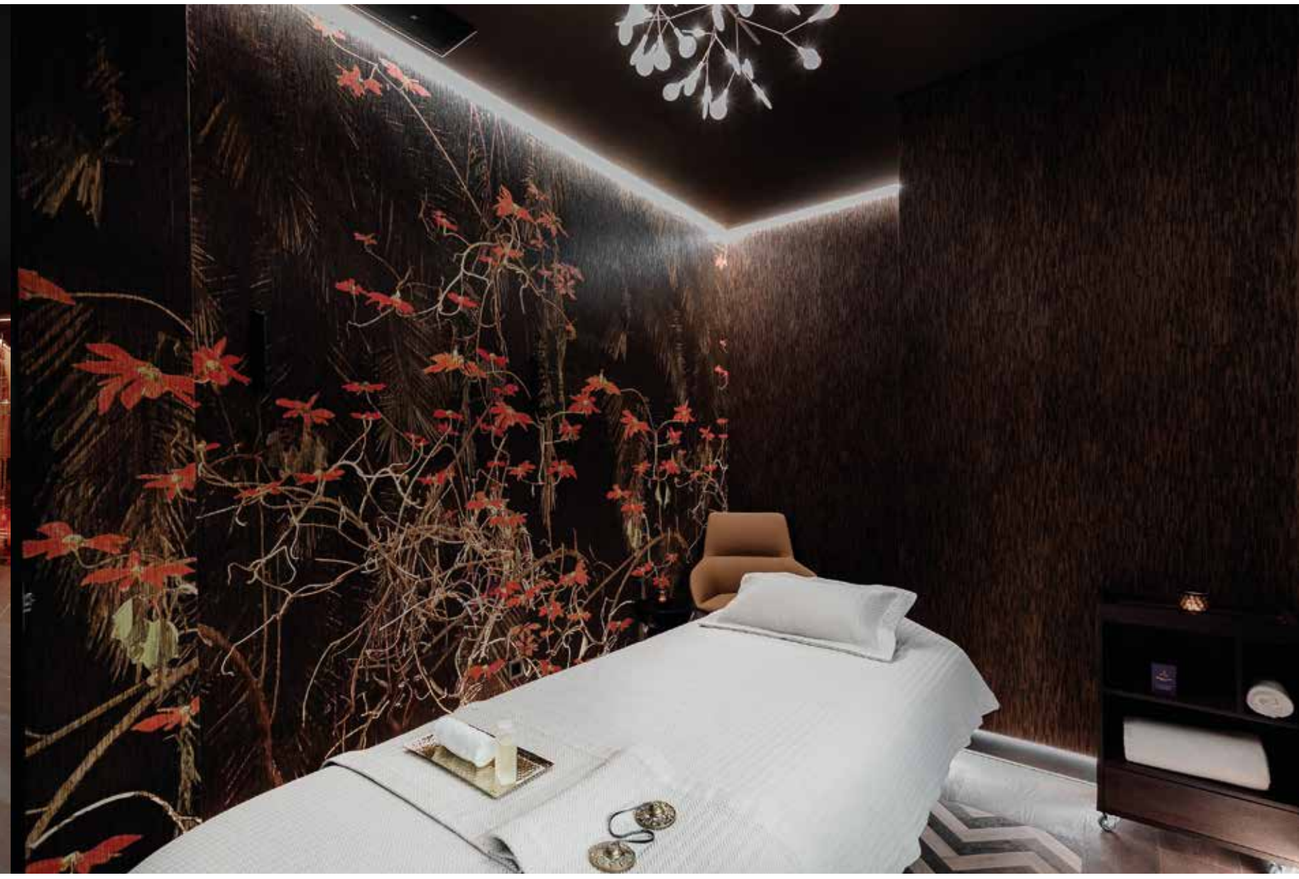
Anchored on the seafront,
Hotel Cascais Miragem seems to want to embrace the Atlantic Ocean. The Hotel offers timeless moments with the ocean as eternal witness of good memories and counts on a team committed to make your stay an experience that you will want to repeat.
In an atmosphere of refinement with a stunning view of the Atlantic, it is the perfect place for your stay either for leisure or business.
Hotel Cascais Miragem is a world apart.

HOTEL CASCAIS MIRAGEM
HEALTH & SPA
★ ★ ★ ★ ★

Av. Marginal nº8554, 2754 - 536 Cascais | Tel. (+351) 210 060 600 | www.cascaismirage.com

GJC HOTELS

SAÚDE & BEM-ESTAR | HEALTH & WELLNESS



SAYANNA WELLNESS&SPA

HÁ UM OÁSIS NO CORAÇÃO DE LISBOA
THERE IS AN OASIS IN THE HEART OF LISBON

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

O elevador fecha-se, desce, abrem-se as portas e, mesmo antes de se colocar um dos pés fora do elevador, o corpo começa a ceder. É uma espécie de abdução característica dos espaços paradisíacos. E esta sensação é só mesmo o início. Porque depois vem a melodia que começa a envolver os sentidos, o cheiro que se espalha pelo ar, o quase sussurro das terapeutas na receção e, por fim, após o maravilhoso «lava-pés», a massagem. O mais recente Epic Sana em Lisboa oferece através do seu Sayanna Wellness & Spa uma das experiências mais reconfortantes e estimulantes para quem precisa abrandar o ritmo. Com três salas de tratamentos privadas, o novo *spa* é um autêntico oásis para descansar do stresse do dia a dia.

The lift doors close, you head down, the doors open and, even before you place one of your feet outside the lift, your body begins to give in. It is a kind of abduction characteristic of idyllic spaces. And this sensation is only the beginning. Because after this comes the melody that begins to engage the senses, the smell that spreads through the air, the almost whispering of the therapists at the reception and, finally, after the wonderful «foot washing», the massage. The latest Epic Sana in Lisbon offers one of the most comforting and stimulating experiences for anyone needing to slow down through its Sayanna Wellness & Spa. With three private treatment rooms, the new spa is a veritable oasis to relax from the stress of day to day life.

Ali, nada foi deixado ao acaso. Em colaboração com duas marcas profissionais de renome internacional, o Sayanna pode hoje propor um cuidado integral e altamente personalizado (corporal e facial), aos clientes. Falamos da Aromatherapy Associates, marca líder mundial em bem-estar *premium*, especializada em óleos essenciais terapêuticos, para tratamentos corporais. E a Natura Bissé, uma marca nobre de luxo para a pele, que oferece experiências de beleza inovadoras de alta eficácia e produ-

Nothing has been left to chance here. In collaboration with two internationally renowned professional brands, Sayanna can now offer its clients a complete and highly personalised treatment programme (body and facial). By brands, we mean Aromatherapy Associates, a world leading brand in premium wellness, specialising in therapeutic essential oils for body treatments. And Natura Bissé, a luxury brand for the skin, offering innovative, highly effective beauty

UMA DAS EXPERIÊNCIAS MAIS RECONFORTANTES E ESTIMULANTES PARA QUEM PRECISA ABRANDAR

ONE OF THE MOST COMFORTING AND STIMULATING EXPERIENCES FOR THOSE WHO NEED TO SLOW DOWN

tos que geram resultados transformadores, para necessidades e preocupações específicas de cada tipo de pele. Ambas deliciosamente aromatizadas. Tudo isto aliado às magníficas profissionais, resultam em tratamentos equilibrados, absolutamente relaxantes e únicos. Ou não fosse o objetivo deste espaço abarcar ambas filosofias e técnicas de cura ancestrais, com a sua abordagem holística, e tecnologias modernas de tratamentos com uma vertente científica, um conceito de «Oriente encontra o Ocidente» que atenderá às expectativas de todos os que ali desejem repousar

Com 700 metros quadrados, este spa é um dos mais fantásticos do centro de Lisboa. O seu ambiente baseia-se num conceito *urban luxury* com alma asiática, através de uma

experiences and products that produce transformative results, for specific needs and concerns of each skin type. Both deliciously scented. All this combined with the magnificent professional staff, results in balanced, absolutely relaxing and unique treatments. The aim of this space is to bring together both ancient philosophies and healing techniques, with its holistic approach, and modern treatment technologies with a scientific component, a 'east meets west' concept that will meet the expectations of anyone wishing to relax here.

Covering 700 square metres, this spa is one of the most fantastic ones to be found in the centre of Lisbon. Its atmosphere is based on an urban luxury concept with an Asian soul, through a relaxing artisanal décor of raw to sophisticated materials,

decoração artesanal relaxante de materiais crus a sofisticados, de mármores e pedras escuras, papéis de parede de estilo oriental e, para suavizar o clima, madeira natural para trazer autenticidade. Usando cores simbólicas como o ouro, a iluminação foi cuidadosamente pensada para refletir a essência de um paraíso relaxante.

E depois da massagem, atreva-se a mergulhar, verdadeiramente, neste oásis urbano de serenidade, entrando na Piscina de Vitalidade, dotada de um *design* absolutamente deslumbrante, que combina água e fogo, de forma a tornar esta zona ainda mais acolhedora. É também aqui que encontra a sauna, o banho turco e os duches sensoriais.

No fim, e se terminar perto do horário de almoço ou jantar, permita-nos a sugestão: uma experiência gastronómica no Allora, onde vai encontrar um espaço inspirado nas *trattorias* italianas.

O hotel de luxo Epic Sana Marquês, situado na Avenida Fontes Pereira de Melo – com 341 quartos e suites –, é uma unidade de cinco estrelas que congrega o melhor de um hotel citadino com o luxo e a atenção ao detalhe de qualquer hotel *premium*. Antes de partir, suba até ao último andar e delicie-se com a piscina e a vista panorâmica. Beba um *cocktail* e durma num dos magníficos quartos. Garantimos que vai valer a pena.

from marbles and dark stones, oriental style wallpapers and, to soften the atmosphere, natural wood to add authenticity. Using symbolic colours such as gold, the lighting has been carefully thought out to reflect the essence of a relaxing paradise.

And after your massage, dare to truly immerse yourself in this urban oasis of serenity by entering the Vitality Pool, endowed with an absolutely stunning design that combines water and fire to make this area even more welcoming. This is also where you will find the sauna, the steam bath and the sensorial showers.

Finally, if you finish near lunch or dinner time, allow us to suggest a gastronomic experience at Allora, a space inspired by Italian trattorias.

The Epic Sana Marquês luxury hotel, located on Avenida Fontes Pereira de Melo – with 341 rooms and suites –, is a five-star hotel combining the best of a city hotel with the luxury and attention to detail of any premium hotel. Before leaving, go up to the top floor and enjoy the pool and panoramic view. Have a cocktail and sleep in one of the magnificent rooms. We guarantee it will be worth it.

O SEU AMBIENTE BASEIA-SE NUM CONCEITO *URBAN LUXURY* COM ALMA ASIÁTICA

ITS ATMOSPHERE IS BASED ON AN URBAN LUXURY CONCEPT WITH AN ASIAN SOUL

PHILLIPPE BY ALMADA

ELIXIR DE JUVENTUDE PARA A PELE
ELIXIR OF YOUTH FOR THE SKIN

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL STAFF | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY PMC

Esta é uma história cheia de acontecimentos improváveis, mas possíveis. E o primeiro deu-se em 2005, quando Filipe Carvalho, um gestor que trabalhava no ramo automóvel, ia num comboio a caminho de Braga. Folheava uma revista e um artigo sobre leite de burra chamou-o à atenção. Falava sobre o ritual de beleza de Cleópatra, no qual a rainha egípcia se banhava no leite de 300 burras. «Eu nem sabia que a burra dava leite», contou Filipe, antes de soltar uma gargalhada. Curioso sobre os benefícios daquele produto no processo de renovação e de rejuvenescimento da pele, foi pesquisar. A investigação traduziu-se num longo e sustentado estudo científico que o levaria a acreditar que aquela era uma aposta segura. Ainda para mais, porque em Portugal não havia produção do género em grande escala. Filipe foi falar com o amigo Miguel, que ficou a pensar no assunto. Umas semanas depois ligou-lhe, queria avançar com o projeto de produção de leite de burra. Foi assim que se tornaram sócios e adquiriam o primeiro animal de raça mirandesa, a Bolacha. Fizeram um protocolo com a Escola Superior Agrária de Coimbra, em 2006. Começaram a produção de cremes em 2016 e em 2017 mudam-se para a Herdade do Monte das Faias (Coruche), onde se encontram hoje.

This is a story full of improbable but possible events. And the first one happened in 2005, when Filipe Carvalho, a manager working in the car industry, went on a train on his way to Braga. He was leafing through a magazine and an article on donkey's milk caught his attention. It was about Cleopatra's beauty ritual, in which the Egyptian queen would bathe in the milk of 300 donkeys. «I didn't even know that donkeys made milk,» Filipe says, before letting out a laugh. Curious about the benefits of this product in the process of skin renewal and rejuvenation, he went to do some research. His research resulted in a long and sustained scientific study which led him to believe that it was a safe bet. All the more so because there was no large-scale production of this type in Portugal. Filipe went to talk to his friend

OS PRODUTOS SÃO INDICADOS PARA TODOS OS TIPOS DE PELE

À Bolacha, juntaram-se, entretanto, outras: a Papoila, a Erva, a Briosa, a Cerveja (que já foi mãe da Imperial), a Alfazema, a Achada, a Bolota... Várias burras felizes e um garanhão sortudo, o Trovisco. Atualmente, vivem cerca de 50 burras nas Faias que ditam os seus rituais. Às 6 da manhã saem para um passeio

THE PRODUCTS ARE SUITABLE FOR ALL SKIN TYPES

Miguel, that thought about it. A few weeks later he called him; he wanted to go ahead with the project to produce donkey milk. This was how they became partners and acquired the first animal, a Mirandesa donkey, Bolacha. They signed a protocol with Escola Superior Agrária de Coimbra college in 2006. They started producing creams in 2016 and in 2017 moved to the Herdade do Monte das Faias (Coruche), where they are today.

In the meantime, others joined Bolacha: Papoila, Erva, Briosa, Cerveja (who in the meantime was the mother of Imperial), Alfazema, Achada, Bolota... Several happy female donkeys and a lucky male, Trovisco. Currently, there are about 50 donkeys living at Faias, who dictate their rituals. At 6 am they go out for a walk through the fields and, at 12.30 pm sharp, the biological

FILIPE CARVALHO

pelos campos e, às 12:30 horas em ponto, o relógio biológico não falha, é a primeira ordenha. Assistimos ao admirável processo. À hora, com naturalidade, as burras encaminham-se para a sala de ordenha e «batem à porta». Depois, cada uma ocupa o seu lugar, sem confusões. Após a ordenha, voltam ao pasto e só regressam àquela sala às 18 horas, para depois se reunirem no campo com as suas crias.

Foram necessários anos de estudo, mas graças à parceria com a Escola Superior Agrária de Coimbra, a Universidade Nova, ao Instituto de Biotecnologia e à Faculdade de Farmácia chegou-se à fórmula mágica. O leite é recolhido, congelado e depois sujeito a um processo único de liofilização que o transforma em pó, permitindo manter inalteradas as suas características iniciais.

clock makes no mistakes, it's the first milking. We witness the admirable process. On time, naturally, the donkeys head for the milking parlour and «knock at the door». Then, each one takes its place, without any confusion. After milking, they return to the pasture and only return to that parlour at 6 pm, to be afterwards reunited with their young in the fields.

It took years of study, but thanks to the partnership with Escola Superior Agrária de Coimbra, the Universidade Nova, the Institute of Biotechnology and the Faculty of Pharmacy, the magic formula was achieved. The milk is collected, frozen and then subjected to a unique freeze-drying process that transforms it into powder, allowing its initial characteristics to be maintained unchanged. This allowed the creation of the first

O que permitiu a criação dos primeiros produtos cujos testes de eficácia foram encomendados a laboratórios independentes com certificação internacional: Phd Trials. Os resultados não poderiam ser mais surpreendentes: 41% de hidratação no sabonete quando o líder de mercado oferecia apenas 25%. E assim nasceu a Phillipe by Almada. Do Monte das Faias para o mundo, produz uma linha de dermocosmética que é um autêntico elixir de juventude para a pele. Depois de experimentarmos, podemos afirmar a eficácia. Os produtos são indicados para todos os tipos de pele. No site estão disponíveis os cremes de rosto, mãos, corpo e o sabonete. A próxima novidade é o sérum.

products, the effectiveness tests of which were commissioned from independent laboratories with international certification: Phd Trials. The results could not have been more surprising: 41% moisturising effect in the soap when the market leader offered only 25%. And thus, Phillipe by Almada was born. From Monte das Faias to the world, it produces a skin cosmetics range that is a genuine elixir of youth for the skin. After trying it out, we can vouch for its effectiveness. The products are suitable for all skin types. Face, hand, and body creams and soap are available on the website. The next new product is a serum.

HÉLÈNE DARROZE

COZINHAR É VIVER E VIVER É COZINHAR
COOKING IS LIVING AND LIVING IS COOKING

TEXTO TEXT FILOMENA ABREU | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1, 7, 8, 9, 10 DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED; 2, 5, 6 JÉRÔME GALLAND; 3, 4 JEAN MARC PALISSE

MARSAN, PARIS

THE CONNAUGHT FOI PREMIADO COM AS TRÊS ESTRELAS FINAIS NO GUIA MICHELIN 2021

Por vezes tentamos fugir do nosso destino, consciente ou inconscientemente, mas a vida tem uma forma curiosa de nos encaminhar exatamente para o sítio onde devemos estar. Hélène Darroze é disso exemplo. Nascida em Mont de Marsan (Les Landes), no sudoeste da França, pertence à quarta geração de uma família de *chefs*. Depois de crescer com uma forte ligação e um profundo respeito à sua própria cultura e aos ingredientes regionais, acabou por absorver os valores da boa gastronomia. Ainda assim, foi o lado operacional da indústria de restaurantes que começou por atrair a jovem, fazendo com que se formasse em administração na L'Ecole Supérieure de Commerce, em Bordeaux. Após a conclusão, mudou-se para o Mónaco para trabalhar nos bastidores com Alain Ducasse, no seu Le Louis XV, com três estrelas Michelin, no famoso Hotel De Paris. No entanto, não demorou muito para que Ducasse percebesse o seu potencial inato e a convencesse, inicialmente a meio tempo, a trabalhar na cozinha.

Mas em 1995, retornou à sua região natal, quando o pai lhe deu as chaves do seu restaurante, afiliado *Relais & Châteaux*, em Villeneuve-de-Marsan. Foi este momento que permitiu a Hélène refinar o seu estilo culinário com o apoio da família, permanecendo ali por quatro anos. Aos 32, no entanto, já fervilhava nela a vontade de construir uma carreira própria e romper com a tradição familiar. É em Paris que abre o seu espaço, o Restaurante Hélène Darroze, no coração de Saint-Germain des Prés. A aclamação internacional foi quase imediata e, em 2001, é agraciada com a primeira estrela Michelin (a segunda aterrou no ano passado).

Com base no sucesso de Paris, abriu em 2010 um restaurante fora da França, num histórico hotel, o The Connaught, no prestigiado Mayfair de Londres. Em seis meses foi premiado com uma estrela Michelin, com a segunda a chegar em 2011. O espaço que passou por uma completa reforma e modernização, reabriu em setembro de 2019. E já foi premiado com as três estrelas finais no Guia Michelin 2021.

A inspiração inicial de usar o melhor dos ingredientes sazonais continua a ser um dos principais segredos da sua afamada cozinha. O inato talento resulta em pratos e cardápios cheios de instinto e emoção, mas sempre fiéis e sensíveis à qualidade

THE CONNAUGHT HAS BEEN AWARDED THE TOP THREE STARS IN THE MICHELIN GUIDE 2021

Sometimes we try to run away from our destiny, consciously or unconsciously, but life has a curious way of guiding us exactly to where we should be. Hélène Darroze is an example of this. Born in Mont de Marsan (Les Landes) in southwest France, she belongs to the fourth generation of a family of *chefs*. After growing up with a strong connection to and a deep respect for her own culture and regional ingredients, she ended up absorbing the values of good gastronomy. Nevertheless, it was the operational side of the restaurant industry that first attracted the young woman, leading to her graduating in administration at L'Ecole Supérieure de Commerce, in Bordeaux. Upon completion, she moved to Monaco to work behind the scenes with Alain Ducasse at his three Michelin-starred Le Louis XV at the famous Hôtel de Paris. However, it wasn't long before chef Ducasse noticed her natural potential and convinced her, initially part-time, to work in the kitchen.

But in 1995, she returned to her native region, when her father gave her the keys to his Relais & Châteaux-affiliated restaurant in Villeneuve-de-Marsan. It was this moment that allowed Hélène to refine her culinary style with the support of her family, remaining there for four years. At 32, however, the desire to build her own career and break with family tradition was already simmering within her. She opened her own restaurant, Hélène Darroze, in Paris, in the heart of Saint-Germain des Prés. International acclaim was almost instantaneous, and in 2001 she is awarded her first Michelin star (the second landed last year).

Building on the success in Paris, she opened a restaurant outside France in 2010 in a historic hotel, The Connaught, in London's prestigious Mayfair. Within six months it was awarded a Michelin star, with the second coming in 2011. The space, which has undergone a complete refurbishment and modernisation, reopened in September 2019. And has already been awarded the top three stars in the Michelin Guide 2021.

The initial inspiration of using the finest seasonal ingredients remains one of the main secrets of its fabled cuisine. The innate talent results in dishes and menus full of instinct and emotion, but always faithful and sensitive to the absolute quality of their main ingredients. In addition to Michelin recognition, she was

THE CONNAUGHT, LONDON

absoluta dos seus ingredientes principais. Além do reconhecimento Michelin, foi galardoada com o Prémio *Veuve Clicquot de Melhor Chef Feminina* 2015, dos 50 Melhores Restaurantes do Mundo. Dividindo o tempo entre Paris e Londres, Hélène dirige as suas equipas e cardápios em ambos os lados do Canal da Mancha. Para ela, a gastronomia continua a ser a oportunidade mais importante para oferecer o que há de melhor em hospitalidade: «Cozinhar é viver e viver é cozinhar», garante a *chef*.

Como mãe de duas meninas, Hélène co-criou a associação «La Bonne Etoile», que ajuda crianças desfavorecidas, e desde 2015 é jurada da série de televisão francesa «Top Chef».

Em setembro de 2018, abriu um novo empreendimento intitulado Jòia by Hélène Darroze, em Le Sentier (2.º *Arrondissement*) em Paris. Sete meses depois, e após uma extensa reforma de quase um ano, relançou o seu principal restaurante na *Rue* D'Assas, no 6.º *Arrondissement*, batizando-o com o nome da capital da sua região natal de Les Landes, Marsan por Hélène Darroze anunciou um retorno às raízes de Hélène com um novo menu empolgante e um interior incrivelmente redesenhado.

Curiosidade e pormenores deliciosos é algo que não falta à vida e à carreira de Hélène Darroze. Por exemplo: sabia que ela foi a inspiração para o personagem Colette no filme Ratatouille de 2007 da Pixar Animation Studios? E que a fabricante de brinquedos americana Mattel a usou como inspiração para a boneca *chef* num novo conceito de 14 modelos femininos diferentes na linha Barbie?

awarded the Veuve Clicquot Award for Best Female Chef 2015, from the World's 50 Best Restaurants. Dividing her time between Paris and London, Hélène manages her teams and menus on both sides of the English Channel. For her, gastronomy remains the most important opportunity to offer the best in hospitality: «Cooking is living and living is cooking,» the *chef* assures us.

As a mother of two girls, Hélène co-created the «La Bonne Etoile» association, which helps disadvantaged children, and since 2015 she has been a jury member on the French television series *Top Chef*.

In September 2018, she opened a new venture entitled Jòia par Hélène Darroze, in Le Sentier (2nd *Arrondissement*) in Paris. Seven months later, and after a renovation of almost a year, she relaunched her flagship restaurant on *Rue* D'Assas in the 6th *Arrondissement*. Named after the capital city in her home region of Les Landes, Marsan par Hélène Darroze herealded a return to Hélène's roots with an exciting new menu and an incredibly redesigned interior.

Hélène Darroze's life and career is never short of curiosity and delicious details. For example: did you know that she was the inspiration for the character Colette in Pixar Animation Studios' 2007 film Ratatouille? And that American toymaker Mattel used her as the inspiration for the *chef* doll in a new concept of 14 different female models in the Barbie range?

HÉLÈNE FOI A INSPIRAÇÃO PARA O PERSONAGEM COLETTE NO FILME RATATOUILLE

HÉLÈNE WAS THE INSPIRATION FOR THE CHARACTER COLETTE IN THE FILM RATATOUILLE

VILA LA COSTE, PROVENCE

CHÁ CAMELIA

CAMELLIA TEA

UMA TRADIÇÃO JAPONESA EM TERRAS DE PORTUGAL

A JAPANESE TRADITION ON PORTUGUESE SOIL

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY PEDRO FONSECA

Uma história com um final feliz. Começou por ser um sonho. Uma ideia, talvez. Posteriormente, um desejo. Não tardou a ser posto em prática. Nina Gruntkowski e Dirk Niepoort, juntos, no amor e no trabalho, criaram, no Litoral de Portugal, em Vila do Conde, a Chá Camélia – um lugar onde o chá é tratado como arte.

Mas tudo começou há 10 anos, quando o casal plantou, num dos vasos da sua casa, no Porto, a primeira espécie de Camélia. Aí perceberam que o sonho se transformaria em realidade. Foi assim que, ao longo de cinco anos, com a ajuda

A story with a happy ending. It began as a dream. An idea, perhaps. Later, a desire. It didn't take long for it to be put into practice. Nina Gruntkowski and Dirk Niepoort, together, in love and work, created Chá Camélia on the coast of Portugal, in Vila do Conde, a place where tea is treated as art.

But it all began 10 years ago, when the couple planted their first species of camellia in one of the pots in their house in Oporto. It was then that they realised their dream would come true. And so, over the course of five years, with the help of a plant

de uma viveirista, foram aumentando a plantação, no terreno que pertencia à família de Dirk, e que hoje tem 12 mil plantas. Um campo repleto de flores Camélias. Tão amarelas e airosas. Uma flor pequena. Mas linda.

Na visita à propriedade sentimos a pureza desta planta. O cheiro. A sua beleza. E os sabores incríveis. Das sementes às estacas, conhecemos o processo de produção dos chás. Aqui trabalha-se com espírito biodinâmico – o Chá Camélia possui certificado biológico –, «no sentido em que no terreno não entram máquinas pesadas, tudo é limpo à mão», revela a mentora do projeto.

Este é um projeto que necessita de muita paciência, dedicação e paixão. Cada planta precisa de cinco anos para crescer e dar a primeira colheita. E o próprio composto é produzido no terreno, a palha e as folhas formam o estrume biológico, que ao fim de um ano é aplicado organicamente nas plantas.

Demos um passeio pela plantação e conhecemos as árvores mais antigas e as mais recentes. Uma beleza intrínseca. E um cheiro incrível. Mas o mais irresistível é quando nos sentamos para provar os chás e nos apercebemos que das folhas da planta se pode preparar chás com cores: branco, amarelo e verde. É aqui que se entende que a produção do chá é bastante mais

producer, they increased the plantation on the land which belonged to Dirk's family and which today has 12,000 plants. A field full of camellia flowers. So yellow and elegant. A small flower. But beautiful.

On our visit to the property we felt the purity of this plant. Its smell. Its beauty. And the incredible flavours. From the seeds to the cuttings, we learnt all about the production process of the teas. The work runs to a biodynamic agenda here – the Camellia Tea is organically certified –, «in the sense that no heavy machinery is used on the land, everything is cleaned by hand», the project's mentor reveals.

This is a project that needs a lot of patience, dedication and passion. Each plant needs five years to grow and produce its first harvest. And the compost itself is produced on the land, the straw and the leaves form the organic manure, which after a year is applied organically to the plants.

We took a walk through the plantation and got to know the oldest and the youngest trees. An intrinsic beauty. And an incredible smell. But the most irresistible experience comes when we sit down to taste the teas and realise that from the leaves of the plant you can prepare teas with colours: white, yellow and green. This is where you understand that tea production is far

CADA PLANTA PRECISA DE CINCO ANOS PARA CRESCER E DAR A PRIMEIRA COLHEITA

EACH PLANT NEEDS FIVE YEARS TO GROW AND PRODUCE ITS FIRST HARVEST

complexa do que possamos imaginar. E foi assim que Nina procurou ajuda, no início, e fez uma parceria com um casal do Sul do Japão, Haruyo e Shigeru Morimoti de Miyazaki, «ajudaram-nos no cultivo e depois aprendemos sobre a produção». Enquanto isso, em casa da Nina e do Dirk mudaram-se as plantas do jardim e passaram a ter 200 pés de Camélias. Coisa pouca! Quando viram que já não havia mais espaço por onde plantar mudaram para um terreno em Vila do Conde, onde o sonho levantou asas e hoje é o núcleo deste projeto.

Estávamos em 2019 quando se deu a primeira colheita. «Folhas de chá na primavera, a colheita iniciou em fins de março, momento em que colhemos o rebento, as primeiras duas folhas muito finas e tenras», assegura Nina. E dessas folhas produziram chá verde, inspirado do Japão. «Trabalhamos com técnicas de produção japonesa, mas mais artesanal do que na maioria das produções no Japão, porque lá é mais mecanizado, aqui é mais manual», concluiu. Mas a inspiração é de lá.

UM DOS OBJETIVOS DE NINA É ABRIR UM ESTÚDIO DE CERÂMICA NO LOCAL, FAZER A PRÓPRIA CERÂMICA E *WORKSHOPS* COM PROFISSIONAIS

more complex than we might imagine. And this is why Nina sought help, in the beginning, and partnered up with Haruyo and Shigeru Morimoti, a couple from Miyazaki in southern Japan, «they helped us with the growing and then we learned about the production». Meanwhile, at Nina and Dirk's house the plants in the garden were changed to 200 camellias. Just a few! When they saw that there was no more space to plant, they moved to a land in Vila do Conde, where the dream took off and today is the core of this project.

It was in 2019 when the first harvest took place. «Tea leaves in the spring, the harvest began at the end of March, the moment when we picked the bud, the first two very fine and tender leaves», Nina recounts. And from those leaves they produced green tea, inspired by Japan. «We work with Japanese production techniques, but more artisanal than in most productions in Japan, because there it's more mechanised, here it's more by hand», she concludes. But the inspiration is from there.

ONE OF NINA'S GOALS IS TO OPEN A POTTERY STUDIO ON SITE, MAKE HER OWN POTTERY AND DO WORKSHOPS WITH PROFESSIONALS

EXPORTAM PARA OS ESTADOS UNIDOS, MACAU, HONG KONG

No mês seguinte, em maio, faz-se uma paragem. «Se chover em maio, o que normalmente acontece, em junho temos uma segunda colheita, a chamada colheita do verão.» A colheita da primavera dá origem ao *Nosso Chá*, a de verão ao *Luso Chá*, uma homenagem aos portugueses que foram os primeiros a trazer chá da Ásia para a Europa, e a colheita de outono, ao *Colheita do Outono*, que ficamos a conhecer na altura em que fomos visitar o local [novembro 2021]. «Apanhamos essas flores à mão e desidratamos, depois isto origina uma tisana, um *hubert tea*». Tudo o que é verdadeiramente chá verde, branco ou preto, «tem origem na folha da *Camellia Sinensis* – a planta do chá. Tudo o que deriva das flores e ervas aromáticas, que não tem cafeína, como é o caso da flor da *Camellia Sinensis*, são consideradas tisanas».

Os mais curiosos notem que, em termos de quantidades, a Chá Cámelia produz cerca de 12 quilos de flores secas, o que é muito se pensarmos que falamos de folhas, leves por sinal. Já no que toca a chás têm vindo a aumentar a quantidade, à medida que as próprias plantas também vão crescendo e dando mais fruto. «Em 2020, ano COVID-19, tivemos a colheita na primeira semana do confinamento, o que foi maravilhoso para aliviar a cabeça, e conseguimos quase 50 Kg de chá e este ano 2021 conseguimos quase 85 Kg.»

Enquanto caminhávamos por entre as ramadas, Nina ia referindo que o objetivo é criar um chá com um perfil único, de boa qualidade. E de facto quando se trata de uma agricultura sã e natural, e respeitando a natureza, o produto revela-se extraordinário. «Os chás que fazemos têm um toquezinho marítimo, uma doçura diferente dos outros chás, e uma frescura do verde». É nesta filosofia que a Nina se baseia. E obviamente espera um aumento na quantidade, talvez um dia chegar, no melhor dos casos, «aos 200 Kg».

THEY EXPORT TO THE UNITED STATES, MACAU, HONG KONG

The following month, in May, there is a halt. «If it rains in May, which it usually does, we have a second harvest in June, the so-called summer harvest.» The spring harvest gives rise to the *Nosso Chá* (Our Tea), the summer one to *Luso Chá* (Luso Tea), a tribute to the Portuguese, who were the first to bring tea from Asia to Europe, and the autumn harvest, to the *Colheita do Outono* (Autumn Harvest), which we found out about at the time of our visit to the site [November 2021]. «We pick those flowers by hand and dry them, then this produces a tisane, a *hubert tea*. Everything that is true green, white or black tea, «originates from the leaf of the *Camellia Sinensis* – the tea plant. Everything that comes from flowers and herbs, which don't contain caffeine, like the flower of the *Camellia Sinensis*, are considered tisanes.»

The more inquisitive note that, in terms of quantities, Chá Cámelia produces around 12 kilos of dried flowers, which is a lot if you consider that we're talking about leaves, light ones at that. When it comes to teas, they have been increasing the quantity as the plants themselves are also growing and bearing more fruit. «In 2020, COVID-19 year, we had the harvest in the first week of the lockdown, which was wonderful to clear the head, and we got almost 50 kg of tea and this year 2021 we got almost 85 kg.»

As we walked in between the branches, Nina explained to us that the aim is to create a tea with a unique profile, of good quality. And indeed when it comes to healthy and natural farming, and respecting nature, the product turns out to be extraordinary. «The teas we make have a little touch of the sea to them, a sweetness different from other teas, and a freshness of the green.» It is this philosophy that Nina has based it all on. And she obviously hopes for an increase in quantity, perhaps one day reaching, in the best case scenario, «200 kg».

NO SITE ESTÃO DISPONÍVEIS MAIS DE 50 VARIEDADES DE CHÁS

Claro que de ano para ano, e em função do clima, as colheitas podem sofrer alterações. E sabem como são feitas estas colheitas? Para as colheitas das folhas não aceitam voluntários (o que habitualmente acontece nas restantes colheitas), por ser um trabalho mais rigoroso, e por ser necessário saber fazê-lo, caso contrário, podem danificar a planta. Só os da 'casa' o sabem fazer. Ao mesmo tempo, Erika Kobayashi do Brasil colabora com a Nina, desde 2019, dando auxílio na colheita e fazendo *workshops* de chá. É através das redes sociais, *newsletter* e email que a Nina comunica as datas e que os voluntários se inscrevem para as colheitas, o que normalmente acontece em outubro e novembro, às sextas-feiras, entre as 10 e as 12 horas, contando sempre que no final há uma degustação de flor de chá, e uma pequena prenda para levarem para casa.

Como é que decorre todo o processo? Simples: primeiro colhem-se as flores, depois estendem-se sobre os tabuleiros, enquanto acontece uma secagem ao ar livre e, por último, vão para o desidratador, durante quatro horas. Ficam secas. Além da flor, da folha, também as sementes são aproveitadas. Por exemplo, vão colocando as sementes em vasos e fazem criação própria da planta, que depois vendem, seja através do *site*, ou diretamente no local. Além disto, também encontram *online* serviço de loiça (bule e taças) com *design* adequado para se servir e sentir o chá.

Mas o mais bonito desta flor fresca, ainda que seca, dá-se quando a colocamos em água quente e ela se abre. Fica tão amarela. Linda. E um aroma paira no ar. Maravilhoso.

OVER 50 VARIETIES OF TEAS ARE AVAILABLE ON THE WEBSITE

Of course harvests can change from year to year and depending on the weather. And do you know how these harvests are done? For the leaf harvest they don't accept volunteers (which usually happens with the other harvests), because it is a more demanding work, and because you need to know how to do it, otherwise you may damage the plant. Only people from the 'house' know how to do it. At the same time, Erika Kobayashi from Brazil has been working with Nina since 2019, assisting in harvesting and doing tea workshops. Using social media, newsletter and email, Nina communicates the dates and volunteers can sign up for the harvests, which usually happen in October and November, on Fridays, between 10 am and 12 pm, always with a tea flower tasting at the end, along with a small gift to take home.

How does the whole process work? Simple: first the flowers are picked, then they are spread out on trays, for them to dry in the open air, and finally they go for four hours into the dehydrator. Then they are dry. Besides the flower and the leaf, the seeds are also used. They put the seeds in pots and create their own plants, for example, which they then sell, either on the website or directly on site. In addition to this, you can also find online crockery (teapot and cups) with a suitable design for serving and enjoying tea.

But the most beautiful thing about this fresh, yet dried flower is when you put it in hot water and it opens up. It is so yellow. Beautiful. And an aroma hangs in the air. Quite wonderful.

HERDADE DO GROUS

PROGRAMA DE SUSTENTABILIDADE DOS VINHOS DO ALENTEJO

ALENTEJO WINERIES SUSTAINABILITY PROGRAMME

COMO A REGIÃO ELEVOU OS SEUS VINHOS
HOW THE REGION HAS ELEVATED ITS WINES

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

HERDADE DO GROUS

HERDADE DO GROUS

As inegáveis mudanças climáticas traduzem-se em igualmente inegáveis impactos nas regiões vinícolas um pouco por todo o mundo. Mas há muito que no Alentejo a produção evolui de forma a atender às necessidades do presente, sem comprometer a vivência e o trabalho das gerações futuras. A este pensamento, que felizmente se traduz hoje em múltiplas ações, chama-se sustentabilidade. Portugal, o quarto maior país na produção mundial de uvas e nono na produção de vinho, enfrentou no passado incêndios florestais catastróficos e já vive meses com secas extremas. Torna-se por isso urgente minimizar os impactos que o futuro certamente trará. Também a pensar nisso, a Comissão Vitivinícola Regional Alentejana, organismo que controla, protege e certifica os vinhos da região, uma das maiores produtoras de vinho em Portugal, criou em 2015 o Programa (pioneiro) de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo (PSVA). Hoje, quase metade das vinícolas já se encontram ao abrigo destas boas práticas, cujo grande desafio é atingir uma vantagem competitiva sustentável garantindo o equilíbrio entre um sector economicamente viável e um desempenho ambiental que tenha um impacto positivo na sociedade. E este programa já é exemplo para todo o país.

A ***Villas&Golfe*** foi conhecer três produtores que há muito trilham um caminho rumo às práticas sustentáveis. Entre os critérios exigidos para obter a distinção, a comissão destaca a implementação de práticas agrícolas que potenciam a proteção dos solos, a promoção da biodiversidade, o uso eficiente de energia e de água, o recurso a energias renováveis, assim como materiais mais sustentáveis nas embalagens utilizadas na expedição do néctar mais antigo (e famoso) do mundo. Práticas rígidas que não permitem o uso de pesticidas, respeitam recursos naturais, a biodiversidade e o ritmo da natureza. Estas iniciativas requerem também responsabilidade social, que envolvem não só os colaboradores, mas também a comunidade local. A certificação é opcional, já que tem custos. Mas dá retorno, com os países estrangeiros a notarem um acréscimo entre os 5 e os 10% nas vendas. O novo selo de certificação de Produção Sustentável da Comissão Vitivinícola Regional Alentejana (CVRA) também veio ajudar a melhorar as práticas utilizadas nas vinhas e nas adegas.

A nossa visita começou pela Herdade do Grous, em Albernoa, muito próximo de Beja, precisamente porque este foi o primeiro produtor a obter a garantia de produção sustentável da CVRA. Connosco, à mesa, e num passeio pela adega e pela vinha, acompanhou-nos o engenheiro Luís Duarte, nome incontornável da enologia em Portugal, eleito três vezes o melhor enólogo de Portugal, gerente e enólogo da Herdade dos Grous. Descontraído, começou por referir que há muito que é claro para os produtores da região «que as alterações climáticas teriam um efeito devastador se nada fosse feito». E ele, um forte impulsionador da prática sustentável, vestiu a camisola. «A nossa missão consiste em privilegiar o ambiente e o bem-estar dos nossos colaboradores, porque tudo isso se vai refletir no presente e futuro da comunidade local.»

No Grous, a adesão ao programa foi quase imediata. Começaram em 2015 e durante cinco anos trabalharam para conseguir corresponder a todos os parâmetros. «É um programa muito exigente», confessa Luís Duarte. Nesta herdade, que desde 1996 pertence a família alemã Pohl (donos do afamado Vila Vita Parc Resort & Spa, no Algarve), a agricultura biológica implica ações integradas bastante curiosas. Na adega, por exemplo, o enólogo conta-nos que a preocupação essencial foi fazer algo pragmático. «Não precisamos namorar com a adega. A adega serve para fazer vinho. Não precisa ser bonita, precisa de ser eficaz, funcional. Por exemplo, aqui não há desperdício de água, com menos água lava-se mais e melhor.» Na vinha, as preocupações acabam por ser as mesmas.

A manutenção e reflorestamento do montado, as sementeiras de pastagens permanentes biodiversas e a promoção de bancos de *habitats* para polinizadores servem para potenciar o aumento do sequestro de carbono. Por isso, desengane-se quem achar que a erva por entre as vinhas é sinónimo de desleixo. Aqui, tudo foi estudado. Se elas ali estão é porque ajudam a proteger as vinhas, retendo mais água no solo, por exemplo. Os abrigos para morcegos e abelhas também não estão ali por acaso. O chamado «suporte aéreo» serve para combater as pragas. O uso de painéis solares e de albufeiras geram poupança de energia e de recursos. No final da visita ficam-nos na memória os 1.100 hectares, dos quais 133 estão repletos de vinha, 140 de olival, misturadas com pasto, uma fascinante barragem, belas árvores de fruto e pântanos. Também não faltam cabras, porcos pretos, cavalos, ovelhas. Tudo integrado com hotelaria, pensado para contribuir para um ecossistema sustentável.

Undeniable climate change has had an equally undeniable impact on winegrowing regions all over the world. However, in the Alentejo, production has long evolved to meet the needs of the present without compromising the lives and work of future generations. This thinking, which fortunately translates today into multiple actions, is called sustainability. Portugal, the fourth largest country in world grape production and ninth in wine production, has had to face catastrophic forest fires in the past and is already experiencing months of extreme drought. It is therefore becoming urgent to minimise the impacts that the future will certainly bring. Also, with this in mind, the Alentejo Regional Wine Commission, the body that controls, protects and certifies the wines of the region, one of the largest wine producers in Portugal, created the (pioneering) Alentejo Wineries Sustainability Programme (PSVA) in 2015. Today, almost half of the wineries are already operating to these good practices, the great challenge of which is to achieve a sustainable competitive advantage by ensuring a balance between an economically viable sector and an environmental performance that has a positive impact on society. And this programme is already an example for the whole country.

Villas&Golfe went to meet three producers who have long been treading a path towards sustainable practices. Among the criteria required to obtain the distinction, the commission highlights the implementation of farming practices that enhance soil protection, the promotion of biodiversity, the efficient use of energy and water, the use of renewable energy, as well as more sustainable materials in the packaging used in shipping the oldest (and most famous) wine in the world. Strict practices that do not allow the use of pesticides, respect natural resources, biodiversity and the rhythm of nature. These initiatives also require social responsibility, involving not only employees, but also the local community. Certification is optional, as it involves costs. But there's a palpable return of such investment, with foreign countries noticing an increase of between 5 and 10% in sales. The new Sustainable Production certification seal of the Alentejo Regional Winegrowing Commission (CVRA) has also helped to improve the practices used in the vineyards and wineries.

Our visit begins at Herdade do Grous, in Albernoa, very close to Beja, precisely because this was the first producer to obtain the CVRA's sustainable production guarantee. With us, around the table, and on a tour of the winery and vineyard, we were joined by engineer Luís Duarte, an unmistakable name in oenology in Portugal, elected the best oenologist in Portugal three times, manager and oenologist of Herdade dos Grous. In a relaxed tone Luís began by saying that it has long been clear to the region's producers «that climate change would have a devastating effect if nothing was done». And he, a strong proponent of sustainable practice, took up the cudgels. «Our mission involves prioritising the environment and the well-being of our employees, because all of this will be reflected in the present and future of the local community.»

At Grous, joining the programme was almost immediate. They started in 2015 and for five years worked towards being able to meet all the parameters. «It's a very demanding programme,» confesses Luís Duarte. On this estate, owned by the German Pohl family since 1996 (owners of the famous Vila Vita Parc Resort & Spa, in the Algarve), organic farming involves some very curious integrated actions. In the winery, for example, the winemaker tells us that the essential concern was to do something pragmatic. «We don't need to flirt with the winery. The winery is for making wine. It doesn't need to be pretty; it needs to be efficient, functional. For example, there's no water wastage here, with less water you wash more and better.» In the vineyard, the concerns turn out to be the same.

The maintenance and reforestation of the *montado*, the sowing of biodiverse permanent pastures and the promotion of habitat banks for pollinators all serve to increase the carbon sequestration. So, anyone thinking that the grass between the vines means we're neglecting them, is mistaken. Everything has been studied here. If they're there, it's because they help protect the vines, retaining more water in the soil, for example. Nor are the shelters for bats and bees there by chance. The so-called «aerial support» serves to fight pests. The use of solar panels and reservoirs generates savings in energy and resources. At the end of the visit, we are left with fond memories of the 1,100 hectares, 133 of which are full of vines, 140 of olive groves, mixed with pasture, a fascinating dam, beautiful fruit trees and marshes. There are plenty of goats, black pigs, horses, and sheep, too. All integrated with a hotel business, designed to contribute to this sustainable ecosystem.

QUINTA DO QUETZAL

QUINTA DO QUETZAL

HOJE, QUASE METADE DAS VINÍCOLAS JÁ SE ENCONTRAM AO ABRIGO DESTAS BOAS PRÁTICAS

Desde que foi criado, em 2015, o Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo (PSVA) tem dado largos passos para tornar o Alentejo na primeira região sustentável do país. O programa acompanha e aconselha os produtores associados ao longo de todo o ciclo da produção do vinho. Seguindo um sistema de melhoria contínua que se destina a três setores distintos – Viticultura; Adega; Viticultura & Adega – e trabalha a sustentabilidade em três eixos, ambiental, social e económico, já que tem como objetivo produzir uvas e vinho de qualidade e de forma economicamente viável, ao mesmo tempo que pretende proteger o meio ambiente e melhorar as relações com os colaboradores e vizinhos. Ao todo, o Programa de Sustentabilidade tem 171 requisitos que os associados devem seguir. Utilizar o pasto das ovelhas para fertilizar os solos e controlar o crescimento das ervas, fazer a gestão adequada da água, apostar na eficiência energética, reduzir o uso de pesticidas, reduzir a produção de resíduos e proteger a biodiversidade são algumas dessas medidas.

Reto Frank Jörg (um holandês-suíço que por estar há 35 anos em Portugal também já é português) gere a bela Quinta do Quetzal, na encosta da Vidigueira, perto da mais antiga adega romana de que há registro na Península Ibérica. É o clima da região e as características únicas do solo, rico em xisto, que resultam nas uvas diferenciadas, sempre em quantidades limitadas. «Quase todo o terreno é uma reserva ecológica», contou-nos o gerente. Mas as mudanças de clima obrigaram a que, com o tempo, fossem mudando as castas plantadas. Começou com Aragonês e Tinta Beira. Hoje tem muito menos dessas, e mais de outras que se adaptam melhor nesta altura, e para os próximos 15 a 20 anos. A orientação das vinhas também é diferente, dependendo das castas. «Porque é que adaptamos o plano de sustentabilidade? Porque é importante, não é só porque a palavra está moda», refere Reto, «a vitivinicultura sustentável não é apenas uma tendência, é a sobrevivência de uma região onde a água é escassa», aponta Reto, que há muito percebeu que só assim se protege o rico solo e o bom vinho.

Aqui também é prática o enrelvamento da vinha, que causa menos erosão, «protegemos a qualidade da terra», que mais não é do que o garante do futuro desta quinta, que hoje produz 200 mil garrafas, nos seus esplêndidos 50 hectares de vinha, onde até há música. Tudo aqui está envolvido em arte. Por isso a uva escuta música desde a terra, até ao estágio. Uma vez na adega podemos constatar que, apesar de moderna, foi construída de forma a evitar desperdícios, nomeadamente de água, mas preservando as antigas tradições e técnicas de produção romanas e alentejanas.

TODAY, ALMOST HALF OF THE WINERIES ARE ALREADY OPERATING TO THESE GOOD PRACTICES

Since it was created in 2015, the Alentejo Wine Sustainability Programme (PSVA) has made great strides towards making the Alentejo the country's first sustainable region. The programme supervises and advises the producer members throughout the entire wine production cycle. Following a system of continuous improvement that is aimed at three distinct sectors – Viticulture; Winery; Viticulture & Winery – and develops sustainability along three axes, environmental, social and economic, as it aims to produce quality grapes and wine in an economically viable manner, while at the same time seeking to protect the environment and improve relations with employees and neighbours. In all, the Sustainability Programme has 171 requirements that the members must adhere to. Using sheep grazing to fertilise the soil and control weed growth, proper water management, energy efficiency, reducing pesticide use, reducing waste production and protecting biodiversity are some of these measures.

Reto Frank Jörg (a Dutch-Swiss who, because he's been in Portugal for 35 years, is also Portuguese) manages the beautiful Quinta do Quetzal, on the slopes near Vidigueira, close to the oldest Roman winery on record in the Iberian Peninsula. It is the region's climate and the unique characteristics of the soil, rich in schist, that result in the distinctive grapes, always in limited quantities. «Almost all the land is an ecological reserve,» the manager tells us. But changes in climate have meant that, over time, the grape varieties planted have changed. It began with Aragonês and Tinta Beira. Today, there are far fewer of these, and more of others that adapt better to this current moment, and to the next 15 to 20 years. The orientation of the vines is also different, depending on the grape varieties. «Why do we adapt to the sustainability plan? Because it's important, not just because the word is fashionable,» says Reto, «sustainable winegrowing is not just a trend, it's the survival of a region where water is scarce,» adds Reto, who long ago realised that this is the only way to protect the rich soil and good wine.

Here, vineyard swarding is also a practice, which causes less erosion, «protecting the quality of the land», which is no more than the guarantee of the future of this estate, which today produces 200,000 bottles in its splendid 50 hectares of vineyards, where there is even music. Everything here has to do with art. That is why the grapes listen to music from the land to the ageing process. Once in the winery we can see that, although modern, it has been built in order to avoid waste, namely of water, but preserving the old Roman and Alentejo traditions and production techniques.

Por fim, visitamos a Herdade da Malhadinha, onde 80 hectares de vinha brotam por entre suaves encostas de um solo xistoso e drenado, num *terroir* que respeita e integra o ecossistema e a biodiversidade existente. Na visita à magnífica herdade ficamos a saber que as cinco barragens espalhadas pela propriedade servem para acumulação de água das chuvas, que as estacões meteorológicas permitem monitorizar o correto crescimento das plantas e que as sondas de humidade ajudam a gerir o nível de stress hídrico por forma a maximizar a qualidade das vinhas. Os corredores biológicos, estrategicamente plantados, permitem atrair uma maior diversidade de fauna que permite o combate aos inimigos da vinha, evitando o recurso a tratamentos artificiais, como pesticidas.

A Herdade da Malhadinha Nova, – que mantém vivas as tradições alentejanas, no que toca à produção de azeite, mel e produtos hortícolas, nas suas hortas biológicas e estufas, criando raças autóctones em perfeita harmonia com a envolvente natural – também faz parte do Programa de Sustentabilidade dos Vinhos do Alentejo, e é um dos primeiros produtores do país a receber este selo. Aliás, aqui, o respeito pelo é a linha orientadora de atuação desde a primeira hora. Algo extensível ao domínio social e económico, está na génese de toda a plantação e ocupa o topo das propriedades do projeto agrícola. Com a ação do homem reduzida ao mínimo, pratica-se uma agricultura biológica, saudável e extensiva.

Vamos a exemplos concretos. Nestas terras, por entre a vinha e o olival, encontramos cobertos vegetais, mais rasteiros, espontâneos, autóctones, que retêm a humidade nos solos. Mas também há espécies mais florísticas para atrair insetos amigos da natureza e das produções. Outra tendência são as sebes multinacionais, medronheiros, alecrins, alfazemas, giestas, que ao ficarem em flor atraem auxiliares; as sebes também ajudam a limitar as pragas, preservam e protegem ninhos de aves e morcegos que durante a noite conseguem ingerir metade do seu peso em insetos (comem bons, mas também comem os maus, que no caso é o que mais importa), conseguem atrair aves de rapina que afugentam os estorninhos (uma praga terrível, comem as uvas todas); etc.

De resto, a apologia é sempre a de tratar o mínimo indispensável e o máximo que seja necessário. Rita Soares, uma das proprietárias da Herdade da Malhadinha Nova, frisa a importância

Finally, we visit Herdade da Malhadinha, where 80 hectares of vineyards emerge between gentle slopes of schistous and drained soil, in a terroir that respects and integrates the existing ecosystem and biodiversity. On our visit to this magnificent estate, we learn that the five dams dotted around the property are used to accumulate rainwater, that the meteorological stations allow them to monitor the correct growth of the plants and that the humidity probes help to manage the level of water stress in order to maximise the quality of the vines. The biological corridors, strategically planted, allow the attraction of a greater diversity of fauna, helping in the fight against the vines' enemies, avoiding the use of artificial treatments, such as pesticides.

Herdade da Malhadinha Nova, which keeps alive Alentejo traditions of olive oil, honey and vegetable production in its organic vegetable gardens and greenhouses, breeding native breeds in perfect harmony with the natural surroundings, is also part of the Alentejo Wine Sustainability Programme and is one of the first producers in the country to receive this seal. In fact, here, respect for the environment has been the guiding principle from the outset. Something that extends to the social and economic domain, it is at the heart of all the planting and is top dog in the agricultural project's priorities. With human action reduced to a minimum, the estate practices organic, healthy and extensive agriculture.

Let's look at some concrete examples. In these lands, among the vines and olive groves, we find plant covering, lower, more creeping, spontaneous, native, which retain the soil's humidity. But there are also flowering species, to attract nature – and production-friendly insects. Another trend is hedges, strawberry trees, rosemary, lavender, broom, which, when in flower, attract helpers; the hedges also help limit pests, preserve and protect the nests of birds and bats, which during the night can eat half their weight in insects (they eat the good ones, but they also eat the bad ones, which in this case matters more), they manage to attract birds of prey that scare away starlings (a terrible plague, they eat all the grapes); etc.

For the rest, the rule of thumb is always to treat the indispensable minimum and the necessary maximum. Rita Soares, one of the owners of Herdade da Malhadinha Nova, stresses the importance of the Sustainability Programme, which helps document the important steps being taken at the moment.

HERDADE DA MALHADINHA NOVA

SABORES SUPREMOS | SUPREME FLAVOURS

ALÉM DA QUALIDADE DOS VINHOS, JÁ SE NOTAM POUPANÇAS SIGNIFICATIVAS NOS GASTOS DE ÁGUA E ELETRICIDADE

IN ADDITION TO THE QUALITY OF THE WINES, SIGNIFICANT SAVINGS HAVE ALREADY BEEN NOTED IN WATER AND ELECTRICITY COSTS

HERDADE DA MALHADINHA NOVA

HERDADE DA MALHADINHA NOVA

do Programa de Sustentabilidade, que vem ajudar a documentar os passos importantes que se estão a dar neste momento. «Sem organização nada se faz.» Ao seu lado, o engenheiro José Luís Marmelo falou apaixonadamente do projeto que esta equipa trata com todo o afinco e carinho. «Tem sido desafiante para nós e para as plantas. Aqui trata-se casta por casta, zona por zona. Ajustamos tudo com precisão, com sensibilidade. A melhoria contínua é determinante, cada ano é um novo desafio.» A Herdade da Malhadinha Nova encontra-se, desde 2017, em modo de exploração totalmente biológico. O melhor é que, além da qualidade dos vinhos, já se notam poupanças significativas nos gastos de água e eletricidade. Todas as estações de tratamento de águas sanitárias na Malhadinha são reaproveitadas para rega depois de terem sido tratadas em ETARES biológicas, através de plantas específicas aquáticas, as hidrófitas.

Atualmente, 40% da energia utilizada na Malhadinha Nova é gerada na herdade, em boa parte pela utilização de energia solar em todas as unidades de alojamento da propriedade, pelas caldeiras de aquecimento a lenha proveniente da poda das azinheiras seculares existentes na propriedade, pela recuperação e construção de todos os edifícios com técnicas tradicionais e materiais de elevada eficiência energética.

O PSVA já conta com 510 membros e 11036 hectares de área abrangida e representa mais de 48% da área de vinha do Alentejo. São responsáveis pela produção de quase 80 milhões de litros de vinho de Denominação de Origem e Indicação Geográfica. Desses membros, apenas dez estão certificarmos pelo Programa de Sustentabilidade. Mas essa a certificação não é estanque, ou seja, os produtores são certificados por um período de cinco anos, com auditorias internas anuais, portanto é do interesse da CVRA garantir que os produtores mantêm a bitola. E é do interesse dos produtores manterem essa certificação porque fizeram um elevado investimento.

«Without organisation, nothing gets done.» Next to her, engineer José Luís Marmelo speaks passionately about the project that this team develops with every diligence and affection. «It has been challenging for us and for the plants. Here we treat grape variety by grape variety, area by area. We adjust everything with precision, with sensitivity. Continuous improvement is determinant, each year is a new challenge.» Herdade da Malhadinha Nova has been in fully organic farming mode since 2017. The best thing is that, in addition to the quality of the wines, significant savings can already be seen in water and electricity costs. All the wastewater treatment plants at Malhadinha Nova are reused for irrigation after organic treatment, through specific aquatic plants, the hydrophytes.

Currently, 40% of the energy used at Malhadinha Nova is generated on the estate, in good part by the use of solar energy in all the accommodation units on the property, by the wood-fired back boilers coming from the pruning of the age-old holm oaks existing on the property, by the renovation and construction of all the buildings, using traditional techniques and high energy efficiency materials.

The PSVA already has 510 members and 11036 hectares of area covered and represents more than 48% of the vineyard area of the Alentejo. They are responsible for the production of almost 80 million litres of Denomination of Origin and Geographical Indication wines. Of these members, only ten are certified by the Sustainability Programme. But this certification is not watertight. That is to say, the producers are certified for a period of five years, with annual internal audits, so it is in the CVRA's interest to ensure that the producers keep to the standard. And it is in the producers' interest to keep that certification because they have made a major investment.

O PROGRAMA ACOMPANHA E ACONSELHA OS PRODUTORES ASSOCIADOS AO LONGO DE TODO O CICLO DA PRODUÇÃO DO VINHO

THE PROGRAMME SUPERVISES AND ADVISES THE PRODUCER MEMBERS THROUGHOUT THE ENTIRE WINE PRODUCTION CYCLE

HERDADE DA MALHADINHA NOVA

IRMÃOS CHAVES GRUPO

QUINTA MIRABELA
*****

Hotel Quinta Mirabela
Email: bo@quinta-mirabela.com
Site: www.quinta-mirabela.com
Telef: 291 780 210
Morada: Caminho do Monte N.º 105-107,
9000-288 Funchal

HOTEL FUNCHAL DESIGN

Hotel Funchal Design
Email: bofxdesignhotel@quinta-mirabela.com
Site: www.funchaldesignhotel.pt
Telef: 291 201 800
Morada: Rua da Alegria N.º 4,
9000-040 Funchal

SABORES SUPREMOS | SUPREME FLAVOURS

ADEGA CARTUXA

OS NOVOS VINHOS DE TALHA DO ALENTEJO
THE NEW *VINHO DE TALHA* FROM THE ALENTEJO

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

A Adega Cartuxa conta com mais dois néctares de excelência, qualidade e individualidade, características estas que definem os vinhos da Fundação Eugénio de Almeida. A aposta nos dois produtos singulares, seculares e tradicionais, da cultura alentejana são provenientes dos talhões de vinha da Quinta de Valbom, em Évora, local onde a vinha é conduzida em modo de produção biológica há 15 anos.

A vontade de fazer vinho de talha era um dos desejos antigos na Fundação. E, apesar de não ter sido fácil encontrar talhas antigas, de grande dimensão e em excelente estado de conservação, a oportunidade surgiu em 2017, quando foi possível adquirir 29 talhas centenárias de 1875. Após o término dos processos de recuperação e de *pezgar* as talhas (o que significa colocar o pez no seu interior, garantindo que estas mantêm a porosidade necessária para haver micro-oxigenação), iniciou-se o processo de produção de vinho como (por norma) se fazia há cerca de 2000 anos no Alentejo.

Em 2017, a Adega Cartuxa retoma esta tradicional produção de vinho da região: vindima manual, pisa a pé, colocação das massas, onde permanecem até ao dia de São Martinho, altura em que se faz a sangria das talhas. O vinho regressa novamente às talhas onde estagiam seis meses até ser feito o lote final. Segue-se o engarrafamento, o estágio em garrafa e, por último, está pronto para ser consumido. As novas referências da Adega Cartuxa são o *Cartuxa Tinto 2017, Vinho de Talha, biológico*, 100% Alicante Bouschet, constituído por um lote único, resultante de um blend de todas as talhas; e o *Cartuxa Tinto 2018*, *Vinho de Talha*, *biológico*, uma vez que a colheita de 2017 esgotou.

Adega Cartuxa has two more wines revealing excellence, quality and individuality, characteristics which define the wines of Fundação Eugénio de Almeida. The investment in the two singular, secular, and traditional products of the Alentejo's culture come from the vineyards of Quinta de Valbom, in Évora, where the vineyard has been produced according to organic guidelines for 15 years.

The desire to make *vinho de talha* or wine made in large clay amphora was one of the old wishes of the Fundação. And, although it was not easy to find old clay pots, that were large enough and in excellent condition, the opportunity arose in 2017, when they were able to acquire 29 old amphorae dating from 1875. After completion of the process of restoring and *pezgar* the amphorae (which means heating them and coating the inside with pitch, ensuring that they maintain the porosity necessary for micro-oxygenation), the wine production process began, as has been done for around 2,000 years in the Alentejo.

In 2017, Adega Cartuxa resumed this traditional wine production of the region: harvesting grapes by hand, foot treading, adding of the crushed grape and bunch remains, where they remain until St. Martin's Day, when the 'bleeding' of the amphorae takes place. The wine returns again to the amphorae where it ages for six months until the final batch is made. It is then bottled, aged in bottles and, finally, ready to be drunk. The new wines from Adega Cartuxa are the *Cartuxa Tinto 2017* (red), *Vinho de Talha* organic wine, 100% Alicante Bouschet, consisting of a single batch, resulting from a blend of all the amphorae; and the *Cartuxa Tinto 2018*, *Vinho de Talha* organic wine, seeing as the 2017 harvest has sold out.

CAROLINA HERRERA

Fun in the Sun é uma campanha dedicada à coleção de óculos primavera/verão 2022, captada pelo fotógrafo de moda Dario Catellani. Nela, a modelo Mica Argañaraz é retratada à beira de uma piscina na *Côte d'Azur*, de forma sofisticada, mas também numa atmosfera lúdica. O conceito expressa a personalidade aperfeiçoada da feminilidade da marca Carolina Herrera, refletindo a estética alegre desta casa, num equilíbrio perfeito entre a elegância clássica e contemporânea. A nova coleção de óculos foi projetada, produzida e distribuída em parceria com a Safilo, líder mundial no *design*, fabricação e distribuição de óculos de sol.

Fun in the Sun is a campaign dedicated to the spring/summer 2022 eyewear collection, captured by fashion photographer Dario Catellani. Model Mica Argañaraz is sophisticatedly portrayed by a swimming pool in the Côte d'Azur, yet in a playful atmosphere. The concept expresses the perfected personality of the Carolina Herrera brand's femininity, reflecting the joyful aesthetic of this house, in a perfect balance between classic and contemporary elegance. The new eyewear collection has been designed, produced and distributed in partnership with Safilo, a world leader in the design, manufacture and distribution of sunglasses.

COACH

O novo perfume *Coach Wild Rose* inspira-se na beleza natural de um campo colorido de flores silvestres. Uma fragrância delicada e ousada, que inicia com uma nota vibrante de bergamota para iluminar as notas suculentas de groselha. No seu coração, um *bouquet* de rosas selvagens e jasmim árabe. Tudo idealizado para criar uma assinatura sedutora e envolvente com acordos amadeirados de musgo cristalino e *ambroxan*. Ou não fosse o ponto de partida da perfumista Marie Salamagne uma tentativa de capturar a sensação de alegria e antecipação das noites românticas de verão.

The new *Coach Wild Rose* perfume is inspired by the natural beauty of a colourful field of wild flowers. A delicate and bold fragrance, which begins with a vibrant note of bergamot to illuminate the juicy notes of redcurrant. At its heart, a *bouquet* of wild roses and Arabian jasmine. All designed to create an alluring and engaging signature with woody accords of crystalline moss and ambroxan, respecting perfumer Marie Salamagne's starting point of attempting to capture the feeling of joy and anticipation of romantic summer nights.

CHOPARD

As *Precious Lace Rubies* fazem uma entrada majestosa na coleção de joias criativas da Chopard, reconhecidas instantaneamente pela assinatura icónica do estilo desta casa. Esta linha é alimentada por um espírito leve e descontraído. Lírico e extremamente feminino por natureza, expressando toda a *expertise* em joalheria cultivada nos ateliês da *maison*, através de uma rica gama de pingentes, brincos, anéis e pulseiras. Inspirada na leveza da renda, a coleção joga com a luz e o espaço, tecendo rubis, diamantes e ouro rosa ético num trabalho aberto, fluido e intrincado. O resultado é um diálogo fascinante entre força e fragilidade, entre o brilho eterno das pedras preciosas e de quem as usa.

Precious Lace Rubies make a majestic entry into Chopard's collection of creative jewellery, instantly recognisable by the iconic style signature of this house. This range is fuelled by a light and relaxed spirit. Lyrical and extremely feminine by nature, expressing all the jewellery making expertise cultivated in the maison's ateliers through a rich range of pendants, earrings, rings and bracelets. Inspired by the lightness of lace, the collection plays with light and space, weaving rubies, diamonds and ethical rose gold into an open, fluid and intricate work. The result is a fascinating dialogue between strength and fragility, between the eternal sparkle of precious stones and those who wear them.

LONGCHAMP

A coleção Longchamp & André, em colaboração como artista parisiense André Saraiva, cuja personagem, Mr. A, criada pelo próprio – com um grande sorriso e a piscar o olho –, espalha humor e alegria por onde passa, quer seja nos muros da capital francesa ou em inúmeras outras cidades pelo mundo, é a mais recente novidade da marca. Uma edição limitada de 200 sacos pequenos *Le Pliage* em rosa e azul, personalizados diretamente pelo próprio artista. A pedido de André, a Longchamp criou uma versão em couro para que pudesse levar nas suas viagens pelo mundo.

Brand new from the brand, the Longchamp & André collection, in collaboration with Parisian artist André Saraiva, whose character, Mr. A, created by himself – with a big smile and a wink –, spreads humour and joy wherever he goes, whether on the walls of the French capital or in countless other cities around the world. A limited edition of 200 small *Le Pliage* bags in pink and blue, customised directly by the artist himself. At André's request, Longchamp created a leather version so he could take it on his travels around the world.

ELISABETTA FRANCHI

Encontrar o casaco ideal para enfrentar as indecisões climáticas ao longo destes dias pode ser um verdadeiro desafio. «Vai chover? Será que vou ter calor? Vai estar frio de manhã?» Dúvidas que se refletem diretamente no armário de uma mulher. A pensar nisso, a marca italiana Elisabetta Franchi apresenta opções mais sofisticadas que prometem ser o *must-have* em qualquer armário para solucionar este drama. Um conjunto de sugestões elegantes, ideais para dar resposta a todo o tipo de *outfits*. Do clássico blazer, capaz de conferir sofisticação a qualquer *look*, às modernas trench coats que nunca passam de moda.

Finding the ideal coat to cope with the unpredictable weather conditions these days can be a real challenge. «Is it going to rain? Will I be hot? Is it going to be cold in the morning?» These are the doubts that are directly reflected in a woman's wardrobe. With that in mind, Italian brand Elisabetta Franchi presents more sophisticated options that promise to be the must-have items in any wardrobe to solve this drama. A set of elegant suggestions, ideal to respond to all kinds of outfits. From the classic blazer, able to add sophistication to any look, to the modern trench coats that never go out of fashion.

COLLISTAR

A Collistar Clean Research® apresentou, recentemente, a sua nova linha antirrugas *Rigenera* e podemos atestar que se trata da combinação perfeita entre a investigação e a expertise italiana. Com uma essência fresca, o *Smoothing Anti-Wrinkle Cream Face and Neck*, que vê na imagem, é de fácil absorção, reduz visivelmente as rugas e refina a textura da pele, tornando-a de imediato mais lisa e aveludada, tonificada e saudável. O segredo parece estar nas Células Merismáticas Rosa Mosqueta que, além de lhe garantirem uma agradável e suave fragância, possuem uma notável ação antioxidante que revitaliza a pele em profundidade.

Collistar Clean Research® recently unveiled *Rigenera*, its new anti-wrinkle range, and we can tell you that it is the perfect combination of research and Italian expertise. With a fresh essence, the *Smoothing Anti-Wrinkle Cream Face and Neck*, as shown in the picture, is easily absorbed, visibly reduces wrinkles and refines skin texture, immediately making it smoother and velvety, toned and healthy. The secret seems to be in the Musk Rose Meristematic Cells, which, besides ensuring a pleasant and soft fragrance, boast a remarkable antioxidant action that revitalizes the skin deep down.

MOSCHINO

Com um caleidoscópio de tons que abrangem toda a paleta de cores, elementos que lembram dias mais felizes da infância e uma pitada de estilo sutilmente coquete, a coleção SS22 da Moschino reflete o verão o máximo possível. Com as silhuetas clássicas de Franco Moschino, o diretor criativo Jeremy Scott quer transportar-nos para uma época que foi definida por rimas infantis com a coleção *Ladies Who Lunch*. Conjuntos e acessórios carregados de estampas de animais ilustradas que se misturam sutilmente aos detalhes da fauna. Personagens como ursos empinando pipas, girafas puxando carrinhos de flores, poodles com coroas de flores e focas felizes equilibrando bolas de praia – entre muitos outros –, marcaram a coleção inesquecível.

With a kaleidoscope of shades spanning the entire colour palette, elements reminiscent of happier childhood days and a dash of subtly coquettish style, Moschino's SS22 collection reflects summer as much as possible. With Franco Moschino's classic silhouettes, creative director Jeremy Scott strives to transport us to a time that was defined by nursery rhymes with the *Ladies Who Lunch* collection. Ensembles and accessories loaded with illustrated animal prints that subtly blend in with wildlife details. Characters such as bears flying kites, giraffes pulling flower carts, poodles with flower crowns and happy seals balancing beach balls – among many others –, stand out in this unforgettable collection.

QUINTESSENCE

MONTBLANC

A coleção *Meisterstück* da Montblanc foi elevada com formas redondas contemporâneas, novos apontamentos de *design* e uma pele luxuosa para alcançar um toque mais suave e um tom mais profundo de preto, com acabamento brilhante distintivo. A construção elaborada de malas e pequenos acessórios é a expressão da mestria artesanal desta casa. O emblema da Montblanc foi revisitado para a coleção com duas interpretações significativamente maiores em malas inspiradas na coleção de instrumentos de escrita *Heritage da maison*. Para preservar a elegância das linhas e formas de cada peça, os compartimentos de organização e arrumação ficam todos escondidos sem comprometer a funcionalidade de cada peça.

Montblanc's *Meisterstück* collection has been upgraded with contemporary round shapes, new design notes and luxurious leather to achieve a softer feel and a deeper shade of black, with a distinctive glossy finish. The elaborate construction of bags and small accessories is an expression of the expert craftsmanship of this house. The Montblanc emblem has been revisited for the collection with two significantly larger interpretations of bags inspired by the maison's *Heritage* collection of writing instruments. In order to preserve the elegance of the lines and shapes of each piece, the organisation and storage compartments are all hidden without compromising the functionality of each piece.

PRADA

Há peças que dão jeito todo o ano. Protegem e aconchegam, sem serem demasiado quentes. Esta jaqueta da Prada é um desses exemplos. Caracteriza-se por ter um *design* desportivo, é feita de *re-nylon*, um fio regenerado fabricado a partir de materiais plásticos reciclados e purificados, recolhidos no oceano. O modelo valoriza a silhueta, e é definido por detalhes técnicos, como o cordão elástico na barra. O logo da Prada, bordado na frente, completa a peça de um amarelo que não deixa margem para dúvida: quem a usa tem uma personalidade forte. Disponível também nas cores menta e preto.

There are pieces that come in handy all year round. They protect and are cosy without being too hot. This jacket by Prada is one of those examples. Characterised by its sporty design, it is made of re-nylon, a regenerated yarn made from recycled and purified plastic materials collected from the ocean. The model enhances the silhouette, and is defined by technical details, such as the elastic drawstring on the bar. The Prada logo, embroidered on the front, completes the piece in a yellow that leaves no room for doubt: the wearer has a strong personality. Also available in mint and black.

FREDERIQUE CONSTANT

Apresentado em 2012, o *Classics Worldtimer Manufacture* tornou-se uma das peças mais vendidas da Frederique Constant, sendo amplamente aclamado pela comunidade relojoeira. Este ano, o relógio de sucesso celebra o seu 10º aniversário com duas edições exclusivas e limitadas: a primeira em ouro rosa de 18 quilates, de apenas 88 relógios, e a segunda em aço de 1.888 unidades. Dedicados à arte de viajar e explorar o mundo, os novos modelos ilustram na perfeição a história internacional da marca, da Holanda à Suíça, passando por Hong Kong. Uma criação especial, ligada à história da Frederique Constant, que atravessa continentes e transcende fronteiras.

Introduced in 2012, the *Classics Worldtimer Manufacture* has become one of Frederique Constant's best-selling pieces and is widely acclaimed by the watchmaking community. This year, the successful watch celebrates its 10th anniversary with two exclusive and limited editions: the first in 18-carat rose gold, with just 88 watches, and the second in steel limited to 1,888 units. Dedicated to the art of travelling and exploring the world, the new models perfectly illustrate the brand's international history, from the Netherlands to Switzerland, to Hong Kong. A special creation, linked to the history of Frederique Constant, which crosses continents and transcends borders.

LORO PIANA

Para aqueles que prestam atenção aos detalhes, há um item de guarda-roupa particular que que pode fazer toda a diferença no *look* de um homem de sucesso: o chamado boné de beisebol. Tudo depende da cor, do tecido e da maneira como conjugado. Inspirações não faltam. Este que aqui apresentamos é da marca de luxo italiana Loro Piana. Tem seis segmentos em microfibra *wind*, tratada com *Storm System*® para um acabamento impermeável e resistente ao vento. Forrado em algodão xadrez. É um desportivo ideal para o proteger em dias de sol, mas também em horas de chuva, e combina tanto com um estilo mais formal, como informal. A cor deixa-nos a suspirar pelo verão.

For anyone who pays attention to detail, there is one particular wardrobe item that can make all the difference in a successful man's look: the so-called baseball cap. It all depends on the colour, the fabric and the way it is put together. There's no lack of inspiration out there. The one we are presenting here is from Italian luxury brand Loro Piana. It has six segments in *wind* microfibre, treated with *Storm System*® for a waterproof and wind-resistant finish. Lined in chequered cotton, it is an ideal sportswear item to protect you on sunny days, but also when it's raining, and matches both a more formal and informal style. The colour makes you sigh for summer.

HERMÈS

Um clássico do *design*, as alpercatas para homem enchem o armário de verão com estilo, ainda para mais porque ficam bem com qualquer *look* e em qualquer ocasião. Principalmente se estivermos a falar de momentos de lazer, como é o caso das férias que, para a maioria, já se aproximam. Este modelo da Hermès, tem a tradicional sola em corda e o típico «H» às riscas. Oferece um estilo renovado e fresco, para passear pela cidade ou à beira-mar e aproveitar os dias de sol que já chamam por nós.

A design classic, men's espadrilles fill your summer wardrobe with style, all the more so because they go well with any look and on any occasion. Especially if you're talking about leisure time, as is the case of holidays, which are approaching for most. This Hermès model has the traditional rope sole and the typical striped «H». It offers a renewed and fresh style, to walk around town or by the sea and enjoy the sunny days that are already calling out to us.

MONTEGRAPPA

Os membros e conhecedores da escrita admiram as canetas Montegrappa pela sua precisão, qualidade e verve italiana irreprimível. Agora, uma coleção de acessórios magnânimos, de nova geração, leva esses princípios mais além. Se a roupa deve contar a história de um homem, permita que a Montegrappa forneça a pontuação dessa narrativa. É aqui que entram os botões de punho. Fusões metalúrgicas arrojadas que definem uma coleção de silhuetas modernas e masculinas, com *design* virtuoso, em aço inoxidável, que traduzem força e sinalizam a capacidade de se destacar nos seus próprios termos. Sendo o monograma um pilar da tradição da alfaiataria italiana, personalize os seus botões de punho para todo o sempre.

Members and writing connoisseurs admire Montegrappa pens for their precision, quality and irrepressible Italian verve. Now, a new-generation collection of magnanimous accessories takes those principles one step further. If clothing should tell a man's story, allow Montegrappa to provide the punctuation for that narrative. This is where the cufflinks come in. Bold metallurgical fusions that define a collection of modern, masculine silhouettes with virtuoso design in stainless steel that translate strength and signal the ability to stand out on your own terms. With the monogram being a pillar of Italian tailoring tradition, personalise your cufflinks for all time.

MONCLER

Agora que o calor já se começa a fazer sentir, eis o *Moncler Pour Homme* que vai ajudar a refrescar os seus dias. Uma fragrância aromática amadeirada, criada pelos perfumistas Antoine Maisondieu e Christophe Raynaud, que captura a beleza natural e vibrante de uma floresta alpina. Iniciando com a frescura energizante da sálvia-esclareia, eleva a fragrância através de uma extensão de pinheiros de montanha. Ganhando envolvência através da intensa madeira de cedro, formando uma nota envolvente e sensual quando associado ao magnetismo do vetiver. Tudo embrulhado num *design* inigualável, com um frasco em forma de cantil, e um ecrã LED com um painel iluminado e uma mensagem personalizável através de uma APP.

Now that the heat is on, *Moncler Pour Homme* will help refresh your days. A woody aromatic fragrance, created by perfumers Antoine Maisondieu and Christophe Raynaud, which captures the natural and vibrant beauty of an alpine forest. Beginning with the energizing freshness of clary sage, the fragrance is elevated through an expanse of mountain pines. Increasingly engaging through intense cedarwood, forming an appealing and sensual note when coupled with the magnetism of vetiver. All wrapped up in an unparalleled design, with a canteen-shaped bottle, and an LED screen with an illuminated panel and a customisable message via an app.

LUXO & ESTILO | LUXURY & STYLE

BMW i7 BERLINA

UM LUXO 100% ELÉTRICO | 100% ELECTRIC LUXURY

TEXTO TEXT REDAÇÃO EDITORIAL TEAM | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

O MODELO ESTARÁ DISPONÍVEL NO MERCADO NACIONAL EM DEZEMBRO

O lançamento da nova geração BMW *Série 7* abre caminhos inovadores no prazer da condução, com um conforto ímpar em longas distâncias e uma experiência digital de última geração. Tudo isto sem descurar a aposta sustentável da marca.

O *design* frontal do novo BMW *Série 7* tem como referência características típicas da marca, mas foi atualizado de forma a garantir uma distinção clara entre o novo modelo de luxo e os antecessores BMW *Série 7*. Equipamentos exclusivos, como o BMW Theater Screen, um ecrã touch de 31,3 polegadas e resolução 8K, bem como a experiência multissensorial do veículo BMW iDrive com BMW Curved Display e a assistência em manobras realçam a força inovadora deste novo veículo.

Entre os pontos fortes do *design* imponente dos novos modelos, destaca-se a dianteira vertical e a nova interpretação dos faróis duplos circulares e da grelha da BMW. Elementos exclusivos da BMW que trazem uma presença poderosa e distinta ao visual.

Central nesta reinterpretação da mobilidade pessoal de luxo está o BMW *i7*. Este Berlina, totalmente elétrico, integra a família de modelos *Série 7*, com um foco total numa mentalidade *premium* liderada pela sustentabilidade.

O prazer da condução 100% livre de emissões vai chegar às estradas com mais de 600 km de autonomia. Para os clientes do BMW *i7*, há ainda um extra de luxo: a experiência sonora no interior do veículo foi desenvolvida como parte da colaboração entre o BMW Group e o reputado compositor Hans Zimmer. É um detalhe que garantirá uma experiência de som excecional para a variante do modelo totalmente elétrico.

Na Europa, o novo BMW *i7* será lançado exclusivamente com a motorização xDrive60. O modelo estará disponível no mercado nacional em dezembro. Posteriormente, serão disponibilizadas motorizações a *diesel* (740d) e motorizações híbridas *plug-in* a gasolina. Não haverá nenhuma motorização exclusivamente a gasolina, apenas gasolina PHEV.

THE MODEL WILL BE AVAILABLE ON THE DOMESTIC MARKET IN DECEMBER

The launch of the new-generation BMW *7 Series* breaks new ground in driving pleasure, with unrivalled comfort over long distances and a state-of-the-art digital experience. All without ignoring the brand's focus on sustainability.

The front design of the new BMW *7 Series* boasts features typical to the brand, but has been updated to ensure a clear distinction between the new luxury model and the BMW *7 Series* predecessors. Exclusive equipment, such as the BMW Theatre Screen, a 31.3-inch touchscreen with 8K resolution, as well as the multi-sensory BMW iDrive vehicle experience with BMW Curved Display and manoeuvring assistance highlight the innovative strength of this new vehicle.

Highlights of the new models' impressive design include the vertical front end and the new interpretation of the circular twin headlights and the BMW grille. Unique BMW elements that bring a powerful and distinctive presence to the look.

Central to this reinterpretation of personal luxury mobility is the BMW *i7*. This all-electric saloon joins the *7 Series* family of models, with a total focus on a premium mindset driven by sustainability.

The pleasure of 100% emission-free driving will hit the roads with a range of more than 600 km. For BMW *i7* owners, there is also a luxury extra: the sound experience inside the vehicle has been developed as part of the collaboration between BMW Group and renowned composer Hans Zimmer. This is a detail that will guarantee an exceptional sound experience for the all-electric version of the model.

In Europe, the new BMW *i7* will be launched exclusively with the xDrive60 motor. The model will be available on the domestic market in December. Diesel engines (740d) and petrol plug-in hybrid engines will be available at a later date. There will be no petrol-only engine, only the petrol PHEV.

CREATIVE® LEMONS
FILMS AND DESIGN

Há 10 anos a criar raízes na comunicação!

Video Motion Design
Web Fotografia 360º

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

INVICTUS CRUISES

NAVEGAR O DOURO COM LUXO
CRUISING THE DOURO WITH LUXURY

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Os passeios de luxo privados sobre o Rio Douro, por entre as margens da cidade Invicta, o Cais de Gaia e o Douro Vinhateiro, são já uma forte aposta no turismo náutico da região. Prova disso é o trabalho desenvolvido pela Invictus Cruises, a promotora *premium* do setor, que leva rio acima e rio abaixo os mais curiosos e amantes deste tipo de viagens. Seja para um programa a dois ou em grupo o resultado é só um: uma experiência monumental e paisagística.

E recentemente, para se juntar ao modelo Invictus *GT370* chegou uma nova aquisição: o *TT460* – que tivemos a oportunidade de conhecer –, um investimento conjunto de 1,5 milhões de euros da Ondastar e do Grupo Colorstar na empresa fomentadora destes programas de luxo – a Invictus Cruises –, que agora passou a ter duas luxuosas embarcações para passeios incrivelmente irresistíveis.

Em todo o mundo só foram vendidas 22 unidades do *TT460* da Invictus Yacht, marca de luxo italiana, e uma delas está em Portugal e cruza as águas do Douro. Este modelo fascina-nos desde logo pelas suas linhas simples e formas únicas, uma silhueta bem definida. Tratam-se de 14 metros de comprimento, por 4,43 de largura, com lotação até 12 passageiros. Além disto, o novo modelo é composto por uma cabine interior com wc;

Private luxury cruises on the River Douro, between the banks of the city of Oporto, the Gaia Quays and the Douro Wine Region, are already a winning formula in nautical tourism in the region. Proof of this is the work done by Invictus Cruises, the sector's premium operator, taking curious passengers and fans of this type of travel up and down the river. Whether for a programme for two or in a group, the result is only one: a monumental and scenic experience.

And recently, joining the Invictus *GT370* model, a new acquisition has arrived: the *TT460* – which we had the opportunity to see up close –, a joint investment of 1.5 million Euros by Ondastar and Colorstar Group in the company that promotes these luxury programmes – Invictus Cruises –, which now has two luxurious boats for incredibly irresistible trips.

In the whole world, only 22 units of the *TT460* from Invictus Yacht, an Italian luxury brand, have been sold, and one of them is in Portugal, cruising the waters of the Douro. This model fascinates us from the outset with its simple lines and unique shapes, a well-defined silhouette. It is 14 metres long by 4.43 wide, with room for up to 12 passengers. Besides this, the new model is composed of an interior cabin with WC; hydraulic bathing platform with shower; two beds; sofas; refrigerator in the cockpit;

1,5 MILHÕES DE EUROS INVESTIDOS NUMA EMBARCAÇÃO DE LUXO

plataforma de banhos hidráulica com duche; duas camas; sofás; frigorífico no *cockpit*; solário à proa e na popa para banhos de sol e um sistema de som que completa o cenário, tornando o ambiente a bordo deste iate ainda mais exclusivo. Marcando com antecedência, é ainda possível programar a viagem e ter a bordo o serviço de *catering*, provas de vinho, pequenos-almoços, refeições de negócio, etc.

Segundo Patrícia Carvalho, gestora da Invictus Cruises, a ideia passa por «projetar internacionalmente a marca Porto e Douro no mercado de luxo, tanto para o turista estrangeiro como para o nacional.» Estes passeios podem ser requisitados através da plataforma *online* da marca, em agências, hotéis e operadores turísticos. Para além dos programas predefinidos existentes, como o passeio de duas horas, ou o dia inteiro, com valores que rondam entre os 480€ e os 980€, também é possível organizar e personalizar outro tipo de programa, ao gosto do cliente.

A empresa de turismo náutico, sediada na Douro Marina, em Vila Nova de Gaia, foi fundada em 2021, em plena pandemia, e a equipa está confiante. E o propósito é continuar a crescer. Quem sabe... novidades para breve. Uma coisa é certa, este é o passeio ideal para celebrar bons momentos entre amigos e família, ou simplesmente celebrar a vida. Deste modo, estão aptos para embarcar no magnífico e sumptuoso *TT460* e ir à descoberta das águas pacíficas do Rio Douro? Façam boa viagem!

1.5 MILLION EUROS INVESTIN IN A LUXURY VESSEL

solarium at the bow and stern for sunbathing and a sound system that completes the scenario, making the atmosphere on board this yacht even more exclusive. By booking in advance, you can also plan your trip and have on board a catering service, wine tastings, breakfasts, business meals, etc.

According to Patrícia Carvalho, manager of Invictus Cruises, the idea is to «promote the Oporto and Douro brand internationally in the luxury market, both for foreign and national tourists». These cruises can be requested using the brand's online platform, at agencies, hotels and tour operators. In addition to the existing pre-defined programmes, such as a two-hour or full-day cruise, which cost between €480 and €980, it is also possible to organise and customise another type of programme, according to the client's requirements.

The nautical tourism company, based in the Douro Marina, in Vila Nova de Gaia, was founded in 2021, in the middle of the pandemic, and the team is confident for its future, in which the goal is to keep growing. And who knows, more news may be revealed soon. One thing is certain though, this is the ideal trip to celebrate good times among friends and family, or simply to celebrate life. So, are you ready to board the magnificent and sumptuous *TT460* and head off in discovery of the peaceful waters of the River Douro River? *Bon voyage*!

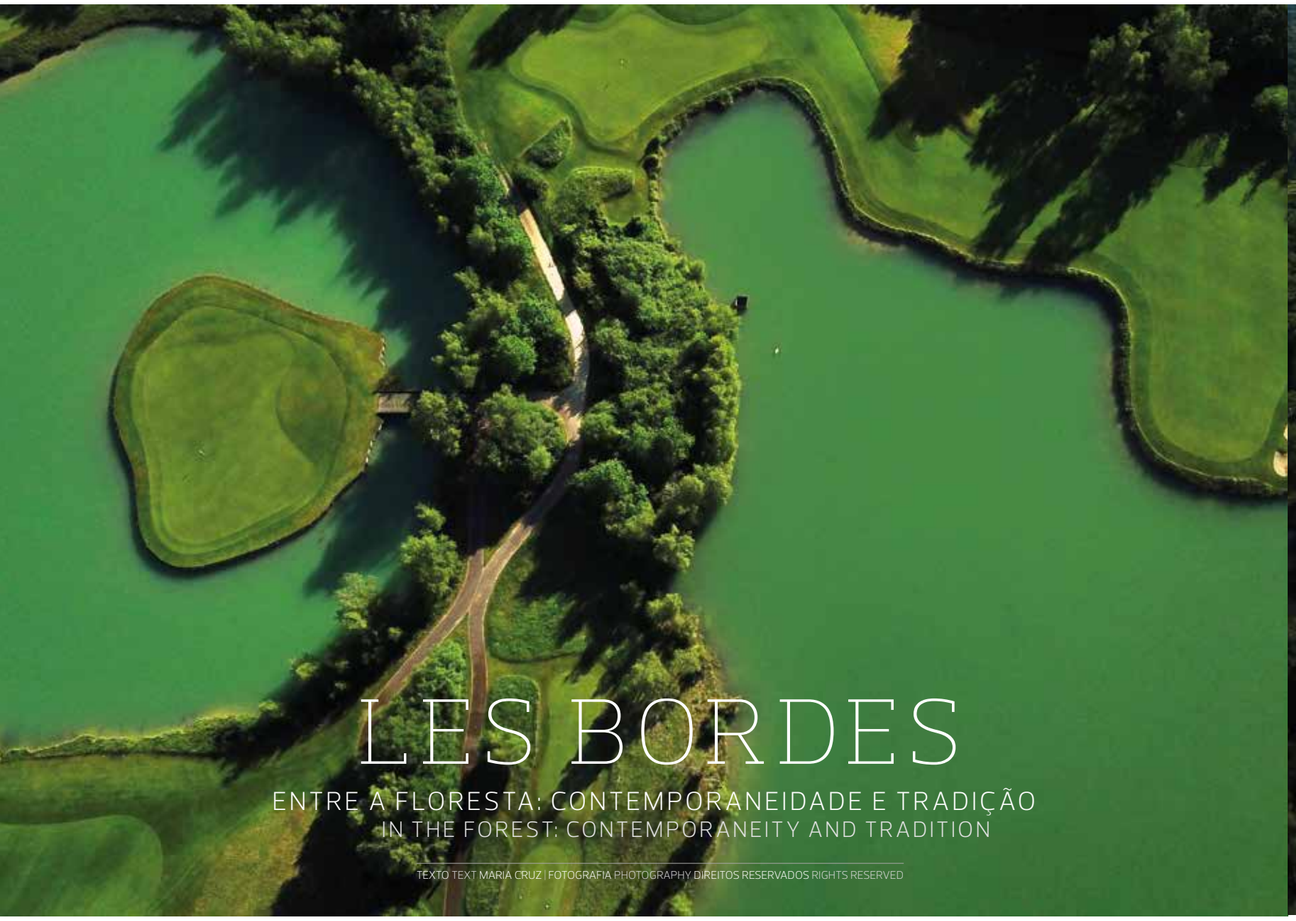
V&G
www.villasegolfe.com

Assine a *Villas&Golfe*
Valor assinatura anual
20€ x 6 edições = 120€

Subscribe to *Villas&Golfe*
Annual subscription cost
20€ x 6 editions = 120€

Envie mail para // Send email to: villasegolfe@villasegolfe.com
Siga-nos em // Follow us on: @villasegolfe Villas&Golfe

DESPORTOS PREMIUM | PREMIUM SPORTS



LES BORDES

ENTRE A FLORESTA: CONTEMPORANEIDADE E TRADIÇÃO
IN THE FOREST: CONTEMPORANEITY AND TRADITION

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

A pouco mais de 140 km de distância de Paris, a 15 minutos do Chateau de Chambord e perto da vila de Beaugency, achamos o famoso Les Bordes – ao longo de 1400 hectares no soberbo Vale do Loire e na Floresta Sologne. Está situado na região que é Património Mundial da UNESCO, conhecida por castelos históricos, cidades medievais, vinhas e paisagens deslumbrantes. A propriedade, fundada em 1987 pelo Barão Marcel Bich, oferece momentos de lazer e desporto num cenário idílico, abençoado por lagos encantadores e *habitats* naturais únicos.

Se procura uma fuga, aqui é o lugar ideal para se refugiar. Entre a tranquilidade e as comodidades *premium*, há lugar para uma paz de espírito, enquanto as horas do dia passam.

A little over 140 km from Paris, 15 minutes from the Chateau de Chambord and near the town of Beaugency, we find the famous Les Bordes – spread over 1400 hectares in the stunning Loire Valley and Sologne Forest. Les Bordes lies in the UNESCO World Heritage region, known for historic castles, medieval towns, vineyards and stunning scenery. The property, founded in 1987 by Baron Marcel Bich, offers leisure and sporting moments in an idyllic setting, blessed with enchanting lakes and unique natural habitats.

If you are looking to get away from it all, this is the ideal place to hide. Between the tranquillity and premium amenities, there is room for spiritual equilibrium as the hours of

Já para os membros do Les Bordes Golf Club, exclusivamente privado, e amantes de golfe, é no magnífico campo de 46 buracos, incluindo o novo *layout* de 18 buracos do New Course, que o tempo não arrisca passar. «A chave para trazer personalidade a um projeto de renovação é o equilíbrio, o nosso objetivo era criar espaços contemporâneos e cheios de luz, mantendo o maior número possível de características originais», revela Michael Sanders, arquiteto.

O objetivo é fazer os hóspedes sentissem-se conectados com o ambiente, daí que a vista para os jardins, a natureza e a luz são os fatores essenciais desta renovação. Michaelis Boyd Associates arquitetou três partes: o bar, o restaurante e a

the day pass. For members of the exclusively private Les Bordes Golf Club, meanwhile, and golf lovers, the magnificent 46-hole course, including the new 18-hole layout of the New Course, is where time stands still. «The key to bringing personality to a renovation project is balance, our goal was to create contemporary, light-filled spaces while retaining as many original features as possible», reveals Michael Sanders, architect.

The aim is to make guests feel connected with their surroundings; hence garden views, nature and light are the key factors in this renovation. Michaelis Boyd Associates designed three parts: the bar, the restaurant and the private dining area. A highlight of the bar, which

área de jantar privada. No bar, que se estende até ao terraço, chamam-nos a atenção as portas envidraçadas, que proporcionam uma vista ampla sobre o primeiro *tee* e os lagos. O efeito industrial do metal com o vidro, sobre a pedra desgastada e as telhas de barro, revela uma harmonia entre o antigo e o novo. Assim como o piso de pedra calcária e a lareira de pedra mantêm a tradição. No interior, as paredes em azul-petróleo, a mármore e a nogueira, os ambientes são confortáveis. No restaurante, o chão em calcário claro, as aberturas das portas com detalhes em pedra e a madeira resultam numa sensação charmosa monástica do espaço de jantar. Por outro lado, a sala de jantar privada do clube, inspirada no convento histórico e nos edifícios agrícolas da propriedade, é o espaço mais relaxante, levemente iluminado na parede, com espelhos, um local perfeito para compartilhar refeições saudáveis e conversas vagarosas com os amigos.

Existem ainda 48 residências espalhadas pela propriedade, que se traduzem em casas de dois a seis quartos, sempre em conexão com a extensa área de floresta envolvente. Também o bem-estar e o estilo de vida saudável são visíveis neste lugar, assim como a preocupação com a sustentabilidade, quando olhamos respeitosamente a paisagem intocada. Neste lugar há lagos naturais de pesca, trilhos para caminhadas e ciclismo, animais, clube equestre, entre outros.

Fará parte também deste projeto a presença do estilo Six Senses, uma parceria já anunciada, com a regeneração do Chateau Bel Air do século 19, que dará lugar a um hotel *boutique* e *spa*. Além disto, também fará parte a criação de uma praça da aldeia comunitária com restaurantes, lojas, um mercado de agricultores e anfiteatro ao ar livre.

Considerada uma das melhores renovações de clubes privados, o Les Bordes Golf Club, em Saint-Laurent-Nouan, França, caracteriza-se pelos detalhes nos espaços internos e externos, que permite o desfrutar da majestosa floresta e da paisagem nativa envolvente. «Esta honra é profundamente apreciada pelo trabalho meticuloso que foi feito», manifesta Jack Laws, diretor de golfe do Les Bordes.

extends out to the terrace, are the glass doors, which provide a wide view over the first tee and the lakes. The industrial effect of metal with glass, on weathered stone and clay tiles, reveals a harmony between old and new. Just as the limestone floor and the stone fireplace uphold a feel of tradition. Inside, the walls in teal, marble and walnut, the environments are comfortable. In the restaurant, the light limestone floor, the door openings with stone detailing and the wood result in a charming monastic feel to the dining space. On the other hand, the club's private dining room, inspired by the historic convent and farm buildings on the property, is the most relaxing space, gently lightened on the wall, with mirrors, a perfect place to share healthy meals and meandering conversations with friends.

There are also 48 residences scattered around the property, including two- to six-bedroom homes, always in connection with the extensive surrounding forest area. Wellness and a healthy lifestyle are also clear to see in this place, as well as a concern for sustainability, when respectfully looking at the untouched landscape. In this place there are natural fishing lakes, hiking and cycling trails, animals, a riding club, among much more.

The presence of Six Senses style will also be part of this project, a partnership already announced, with the restoration of the 19th-century Chateau Bel Air, which will give way to a *boutique* hotel and spa. In addition to this, the creation of a community village square with restaurants, shops, a farmers' market and open-air amphitheatre will also be part of the project.

Considered one of the best private club renovations, Les Bordes Golf Club in Saint-Laurent-Nouan, France, is characterised by details in indoor and outdoor spaces, which enables the enjoyment of the majestic forest and surrounding native landscape. «This honour is deeply appreciated for the meticulous work that has been done,» says Jack Laws, golf director at Les Bordes.

ARCHITECTURE
www.tracado.pt

HYLINE®

DETAILS MAKE PERFECTION

Helping you to see clearly.

PORTUGAL - FRANCE - MOROCCO - BELGIUM - NETHERLANDS - LUXEMBOURG - SPAIN - GERMANY
ENGLAND - BRAZIL - PERU - PARAGUAY - USA - CANADA - DUBAI - MONACO - ISRAEL - INDIA

www.hyline-bsi.com

Product HY30 and HY40 **Architect** Raul no Silva **Photo** João Morgado