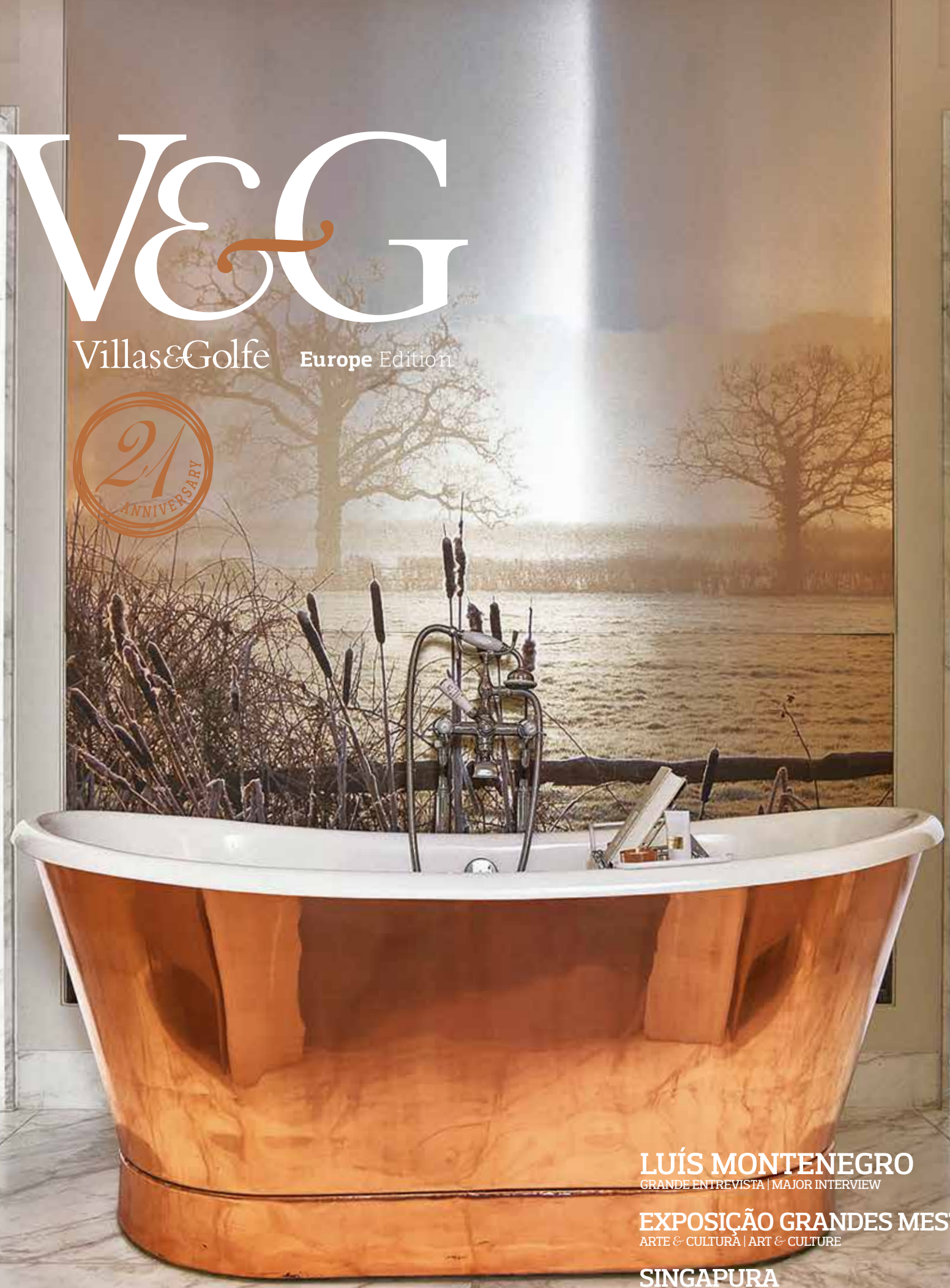
V&G

Villas&Golfe **Europe** Edition

2 ANNIVERSARY



LUÍS MONTENEGRO
GRANDE ENTREVISTA | MAJOR INTERVIEW

EXPOSIÇÃO GRANDES MESTRES
ARTE & CULTURA | ART & CULTURE

SINGAPURA
LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES

CHEF RUI PAULA
SABORES SUPREMOS | SUPREME FLAVOURS

FÁTIMA LOPES
LUXO & ESTILO | LUXURY & STYLE

V&G INTERNATIONAL CUP
EVENTOS | EVENTS

CAPA | COVER HOTEL COWORTH PARK

Nº 117 | ANO 21 | 20€

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

NOVO BMW i7, 100% ELÉTRICO.

ENTRE A BORDO E CELEBRE CONNOSCO O 21.º ANIVERSÁRIO DA VILLAS&GOLFE.

BMW i7 xDrive60*: Consumo de energia elétrica em kWh/100 km (combinado, WLTP): 18,4–19,6. Autonomia elétrica em km (WLTP): 590–625. *Valores provisórios.

CONFIGURE O SEU NOVO BMW i7.

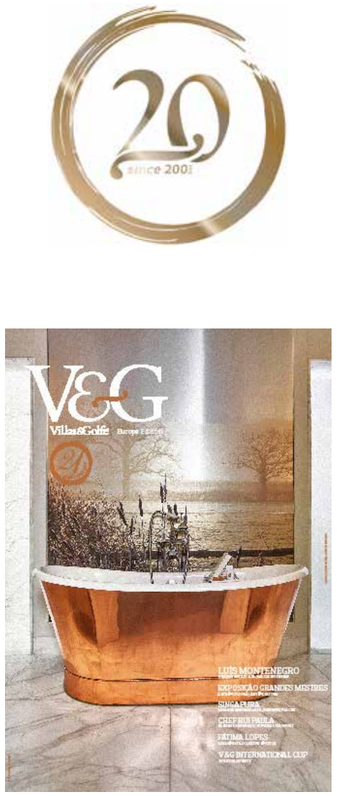
#bornelectric

mcm

WE ARE
STONE TAILORS

mcmstonetailors.com

21 primaveras — um brinde à *V&G*



O sol espreita entre os dias de chuva e estimula-nos a sair de casa. Hoje, saímos para celebrar o nosso 21.º aniversário. Metemos pé ao caminho e percorremos lugares incríveis. Passamos por Singapura, um dos países mais ricos do mundo, no Sudoeste Asiático; demos um salto até Utrecht, na Holanda, onde pedalar de bicicleta sem destino nos leva aos mais diversos recantos da cidade; relaxamos no The Spa at Pebble Beach, nos Estados Unidos da América, e recuperamos o equilíbrio. Mas, para aqueles que pretendem aproveitar as maravilhas de Portugal, temos também boas sugestões: convidamo-lo a viver a experiência gastronómica, tradicional e mediterrânica, no restaurante Romando, um espaço com requinte, que conta com mais de 30 anos de história. Ou, então, a deixarem-se encantar pelo conforto das novas *villas* no Six Senses Douro Valley e a descansarem plenamente entre a natureza e o luxo.
Por fim, e porque estamos em época de festejos, nesta edição, mostramos as diferentes formas de celebrar o Natal, no mundo, e os pratos mais aguardados para a noite de 24 de dezembro, pelas mãos dos *chefs* José Avillez, Kiko Martins e Marc Lorés, assim como lhe revelamos algumas dicas para as vestes da passagem de ano, *looks* estes com a visão dos estilistas Diogo Miranda, Micaela Oliveira e Nuno Gama. Conte, ainda, com as conversas sérias com: Luís Montenegro, presidente do PSD; Sean Moriarty, CEO da Quinta do Lago; Fátima Lopes, estilista; Sofia Andrez, decoradora de interiores; *chef* Rui Paula; entre outros. Nesta edição, celebramos o nosso aniversário e o Natal que está prestes a chegar. Sinta a boa energia que lhe passamos com mais este número da ***V&G*** e celebre a vida.
Boas leituras!

21 springs — a toast to *V&G*

The sun puts on its hat in between the rainy days and encourages us to get out of the house. Today we went out to celebrate our 21st birthday. We set off and travelled through some incredible places. We stopped off in Singapore, one of the richest countries in the world, in South East Asia; we made a flying visit to Utrecht, in the Netherlands, where cycling aimlessly takes us to the most diverse corners of the city; we relaxed at The Spa at Pebble Beach, in the United States of America, and recentred our balance. However, for those who want to enjoy the wonders of Portugal, we also have good suggestions: we invite you to experience traditional and Mediterranean gastronomy at Romando restaurant, a sophisticated setting with more than 30 years of history. Or, allow yourself to be enchanted by the comfort of the new villas at Six Senses Douro Valley and relax in full surrounded by nature and luxury.
Finally, and because it's the festive season, in this issue, we show you different ways of celebrating Christmas, around the world, and the most eagerly awaited dishes on Christmas tables, suggestions from *chefs* José Avillez, Kiko Martins and Marc Lorés, as well as giving you some tips for New Year's Eve outfits, with looks by fashion designers Diogo Miranda, Micaela Oliveira and Nuno Gama. You can also count on some serious conversations with: Luís Montenegro, president of the PSD party; Sean Moriarty, CEO of Quinta do Lago; Fátima Lopes, fashion designer; Sofia Andrez, interior decorator; *chef* Rui Paula; among others. In this issue, we celebrate our birthday and Christmas just around the corner. Feel the positive energy that we pass on to you with this issue of ***V&G*** and celebrate life.
Happy reading!

MARIA CRUZ

10
NOTÍCIAS | NEWS

16
GRANDE ENTREVISTA | MAJOR INTERVIEW
Luís Montenegro

26
ECONOMIA & NEGÓCIOS | ECONOMY & BUSINESS
Sean Moriarty

42
ARTE & CULTURA | ART & CULTURE
Diferentes formas de celebrar o Natal

54
LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES
Singapura

80
SABORES SUPREMOS | SUPREME FLAVOURS
Chef Rui Paula

94
ARQUITETURA & DESIGN | ARCHITECTURE & DESIGN
Sofia Andrez

114
LUXO & ESTILO | LUXURY & STYLE
Fátima Lopes

122
LUXO & ESTILO | LUXURY & STYLE
Rolls-Royce Cars

140
EVENTOS | EVENTS
V&G International Cup 2022

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 António Nobre, 23, Fração B 4450-618, Matosinhos, Porto, Portugal | T: +351 252 299 010 | Presidente ADM ADM Chairman: Paulo Martins | paulomartins@pmmediacorporate.com | Diretor Director: José Lopes | Editor (a) Editor: Maria Cruz | mariacruz@pmmediacorporate.com | Redação Editorial Team: Filomena Abreu; Joana Rebelo; Maria Cruz | Revisão Proofreading: Ana Monteiro | Tradução Translation: Algarvemedia | Fotografia de Capa Cover Photo: Direitos Reservados Rights Reserved | Produção Graphic Production: Marta Teixeira; 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.º123930 Registration ERC Number | Estatuto Editorial Editorial Status: www.villasegolfe.com/pt/estatuto-editorial/ | N.º 117 out./dez.

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

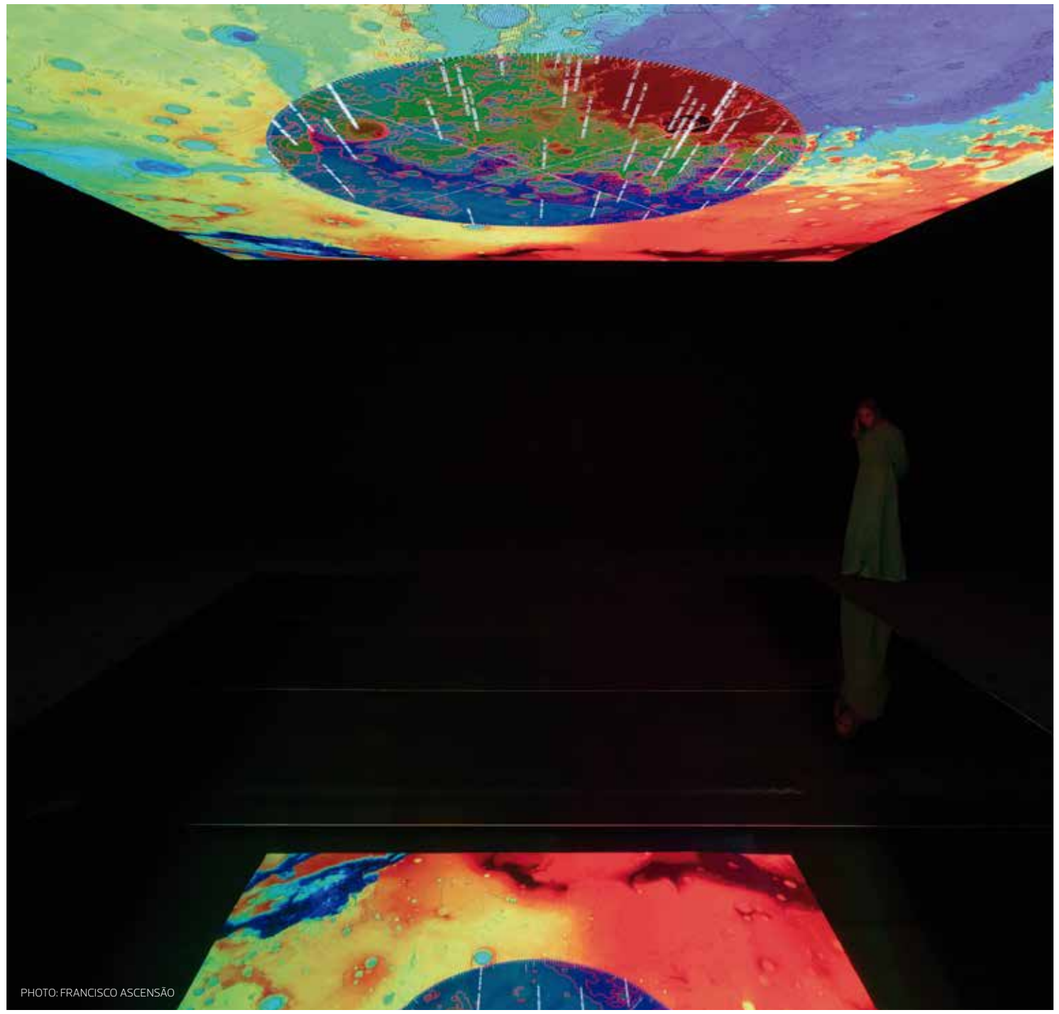


PHOTO: FRANCISCO ASCENSÃO

EXPERIÊNCIA IMERSIVA EM **SERRALVES**

Abriu recentemente uma experiência imersiva, no Museu de Serralves, com a assinatura do japonês Ryoji Ikeda e do arquiteto Nuno Costa. Trata-se de uma experiência que garante arquitetura, imagem, luz e música. O pavilhão funciona como cenário, onde há, no teto, um ecrã e, no chão, um espelho, não podendo entrar sem se descalçar primeiro. O espaço conjuga tons pretos e formas retangulares, expondo uma visualização de dados extraídos de fontes como a NASA e física quântica. É, ainda, envolvido por uma atmosfera de luzes, cores monocromáticas, caracteres e sons, com sessões a acontecerem a cada meia hora e a durarem 11 minutos. O objetivo é fugir ao convencional, a partir das formas minimalistas e do preto e branco que levam o espectador a outra realidade, com vista a proporcionar um momento de abstração física e mental. Poderá embarcar nesta viagem do tempo até novembro de 2023, com a certeza de que sairá de lá uma pessoa nova.

IMMERSIVE EXPERIENCE IN **SERRALVES**

An immersive experience has recently opened at Serralves Museum, created by Japanese Ryoji Ikeda and the architect Nuno Costa. This is an experience that guarantees architecture, image, light and music. The pavilion operates as a scenario, where there is a screen on the ceiling and a mirror on the floor, where you cannot enter without first taking off your shoes. The space combines black shades and rectangular shapes, revealing a visualisation of data extracted from sources, such as NASA and quantum physics. It is also surrounded by an atmosphere of lights, monochrome colours, characters and sounds. Sessions take place every half hour and last 11 minutes. The aim is to escape the conventional, starting from minimalist forms and black and white that take the spectator to another reality, with a view to providing a moment of physical and mental abstraction. You can embark on this journey through time until November 2023, with the certainty that you will come out of it a new person.

Novo Grecale Trofeo
Torne cada dia excecional

DESCUBRA O NOVO MASERATI GRECALE TROFEO.
O GRECALE MAIS RÁPIDO DE TODOS COM UM MOTOR DE 530 CV E VELOCIDADE MÁXIMA DE 285 KM/H.

MASERATI C. SANTOS VP

Lisboa
Estrada da Ribeira, Armazém 3 C,
2645-575 Alcabideche
Telf.-910 057 649

Porto
R. Manuel Pinto de Azevedo 585
4149-010 Porto
Telf.-910 357 163

Maserati

C. SANTOS VP

Grecale Trofeo Gasolina V6 3.0 l (530CV/395Kw). Emissões de CO2 (g/km): ciclo combinado de 254. Consumo de combustível (l/100km): ciclo combinado de 11,2. Valores WLTP.

SEGURANÇA REDOBRADA COM A **GUERNICA DE PICASSO**

Tem-se assinalado um crescente movimento de ações de vandalização em torno de obras de arte. Em novembro, houve um ataque à pintura *Os Girassóis*, de Van Gogh, por parte de um grupo denominado Just Stop Oil. Por outros museus da Europa, nos últimos meses, registaram-se casos idênticos. Em resposta a esta vaga de ativismo ambiental, o Museu Nacional de Arte Rainha Sofia, em Madrid, decidiu reforçar a segurança da obra mais conhecida de Pablo Picasso, *Guernica*. A aposta recai sobre o serviço de polícias à paisana, uma vez que o quadro não está protegia por vidro, sendo um alvo mais fácil a atingir. Numa altura em que o próprio Ministério da Cultura de Espanha aconselha medidas de segurança extremas, também o Museu Nacional Thyssen-Bornemisza segue as mesmas pisadas. Relembre-se que a obra de Picasso é uma pintura a óleo, que existe desde 1937, sendo considerada um símbolo de paz e uma das pinturas mais famosas do artista espanhol.

SECURITY STEPPED UP FOR **PICASSO'S GUERNICA**

There has been a growing movement of acts of vandalism to works of art. In November there was an attack on Van Gogh's painting *The Sunflowers* at London's National Gallery by a group called Just Stop Oil. Similar cases have been reported in other museums in Europe in recent months. In response to this wave of environmental activism, the Reina Sofía National Art Museum in Madrid has decided to reinforce security for Pablo Picasso's best-known work, *Guernica*. The focus is on plainclothes policemen, since the painting is not protected by glass and is therefore an easier target to hit. At a time when the Spanish Ministry of Culture is advising extreme security measures, the Thyssen-Bornemisza National Museum is following suit. It should be noted that Picasso's work is an oil painting, created in 1937, and is considered to be a symbol of peace and one of the most famous paintings by the Spanish artist.

100% elétricos.
Entre outras coisas fantásticas.

O futuro é uma atitude.

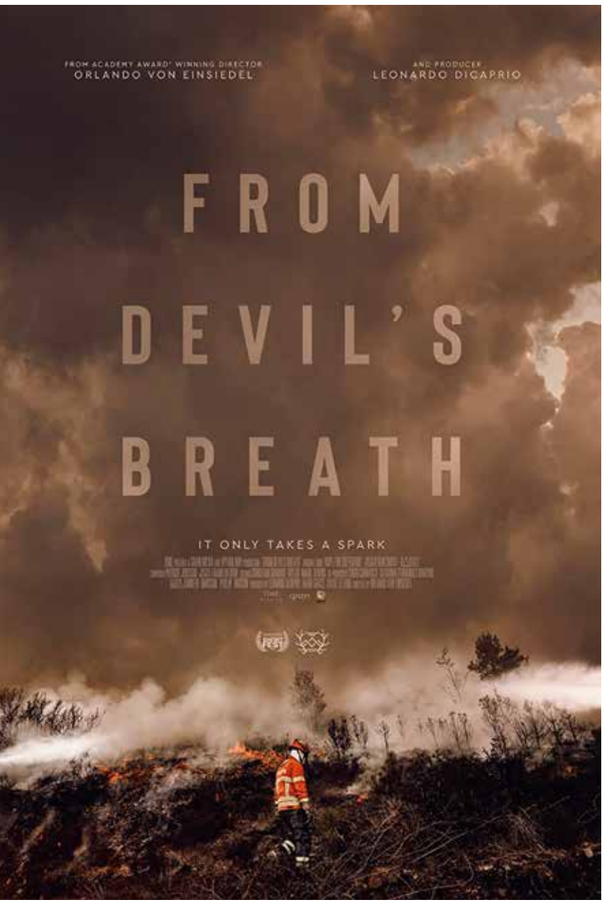
O automóvel apresentado à esquerda é um protótipo que não se encontra disponível como automóvel de produção.
RS e-tron GT - Consumo de energia combinado kWh/100 km: 21 a 22,6 (WLTP). Emissões combinadas de CO_2, em g/km: 0.
Os valores de consumo elétrico indicados podem variar em função do equipamento selecionado. Imagem não contratual.

JARDIM SENSORIAL

O Museu Nacional de História Natural e da Ciência inaugura um local que estimula os sentidos e promove o bem-estar, localizado dentro do Jardim Botânico, no coração de Lisboa. O objetivo centra-se em proporcionar uma forte conexão com a natureza e, por isso, é permitido entrar descalço, para que sinta o solo típico da floresta. É um espaço de inclusão, onde pode encontrar biodiversidade nativa, quer de plantas como de insetos, e até ouvir o som das aves.

SENSORY GARDEN

The National Museum of Natural History and Science has opened a place that stimulates the senses and promotes well-being, located within the Botanical Garden in the heart of Lisbon. The goal is to provide a powerful communion with nature and, therefore, visitors can enter barefoot, so that they can feel the typical forest floor. It is a space of inclusion, where you can find native biodiversity, both plants and insects, and even hear the sound of birds.



FROM DEVIL'S BREATH

Cinco anos se passaram desde aquele fatídico dia 17 de junho, em que Pedrógão Grande ficou resumido a cinzas. O incêndio tirou 66 vidas, somando-se as casas e os sonhos destruídos. Esta tragédia ultrapassou as fronteiras do país e prova disso é o documentário produzido por Leonardo DiCaprio, que conta a história da comunidade de sobreviventes de Pedrógão e a luta para garantir que o que viveram nunca mais se repete. *From Devil's Breath* (*O Sopro do Diabo*) trata-se de uma curta-metragem documental, com duração de 40 minutos, que estará disponível na plataforma de *streaming* Peacock e, durante alguns dias, nos cinemas NOS, num total de 24 sessões. Parte do valor dos bilhetes será revertido para um projeto de reflorestação. O documentário já foi apresentado no *Festival de Cinema de Palm Springs* e, inclusive, na *Conferência das Nações Unidas*, no contexto das mudanças climáticas.

FROM DEVIL'S BREATH

Five years have passed since that fateful day on June 17, when Pedrógão Grande was reduced to ashes. The fire took 66 lives, joining the many destroyed homes and dashed dreams. This tragedy has gone beyond the country's borders and proof of this is the documentary produced by Leonardo DiCaprio, which tells the story of the community of survivors of Pedrógão and the struggle to ensure that what they experienced is never repeated. *From Devil's Breath* is a short documentary film, lasting 40 minutes, which will be available on the streaming platform Peacock and, for a few days, in NOS cinemas, in a total of 24 screenings. Part of the ticket price will go to a reforestation project. The documentary has already been presented at the *Palm Springs Film Festival* and even at the *United Nations Conference*, in the context of climate change.

LUÍS MONTENEGRO

O PS ESTÁ A CONFUNDIR O PARTIDO COM O ESTADO. O PS ESTÁ A FALHAR AO PAÍS

THE PS IS CONFUSING THE PARTY WITH THE STATE. THE PS IS FAILING THE COUNTRY

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Os dias da semana são passados a correr, e todo o tempo tem sido contado, ainda assim, no meio de toda a azáfama, conseguiu algum espaço para responder às nossas questões, nesta que é a edição do 21.º aniversário da revista. Luís Montenegro, presidente do PSD, falou-nos da beleza da vida humana que, na sua perspetiva, tem sempre «muitas emoções novas a juntar às boas e menos boas que já acumulamos no passado». Disse ainda querer cumprir a missão de liderar a oposição, «com o objetivo de constituir uma alternativa sólida e mobilizadora de Governo, e de ganhar as próximas eleições». Sobre o orçamento de Estado fez referência à carga fiscal imposta às empresas e atesta que «vivemos um ciclo de empobrecimento». Mencionou a capacidade e o conhecimento que Pedro Passos Coelho tem para «servir Portugal ou a Europa ao mais alto nível» e fez referência à importância que o Brasil tem no «contexto económico e ecológico mundial». Como líder do PSD, quer tornar-se «uma alternativa ganhadora, credível e maioritária que traga uma nova esperança a Portugal». Tem vivido, ainda, uma das mais incríveis experiências com o programa «Sentir Portugal», que o leva a «sentir e conhecer tanta gente espalhada em todo o território». Luís é pai e sobre esse papel diz procurar transmitir aos filhos «os valores do trabalho, da honestidade, da tolerância e da solidariedade», e concluiu que «o amor de um pai não se consegue descrever, sente-se.»

The days of the week are spent in a whirl of activity, with every moment accounted for, yet even so, in the midst of all the hustle and bustle, he managed to find some time to answer our questions, in this 21st anniversary issue of the magazine. Luís Montenegro, president of the PSD, spoke to us about the beauty of human life, which, in his eyes, always has «many new emotions to add to the good and not so good emotions that we have already accumulated in the past». He also said that he wanted to accomplish the mission of leading the opposition, «with the aim of establishing a solid and mobilising government alternative, and of winning the next elections». With regard to the state budget he made mention to the tax burden imposed on companies and stated that «we are going through a cycle of impoverishment». He spoke of the capacity and knowledge that Pedro Passos Coelho has to «serve Portugal or Europe at the highest level» and referred to the importance that Brazil has in the «world economic and ecological context». As leader of the PSD, he wants to become «a winning, credible and majority alternative that brings new hope to Portugal». He has also had one of the most incredible experiences with the «Feel Portugal». programme, which takes him to «feel and meet so many people from all over the country». Luís is a father and in this role, he says he tries to pass on to his children «the values of work, honesty, tolerance and solidarity», and he concludes that «a father's love cannot be described, it is felt.»

A HISTÓRIA ESTÁ A REVELAR QUE A GERINGONÇA FOI UM ATRASO DE VIDA, PARA NÃO DIZER MESMO UMA TRAGÉDIA ECONÓMICA E SOCIAL PARA PORTUGAL

Já não falta muito para completar 50 anos. Nestes anos, o que mais o marcou pessoalmente e que desejos tem para os próximos 50?

São quase 50 anos a aprender coisas novas todos os dias. A maior beleza da vida humana, na minha perspetiva, é que há sempre muitas emoções novas a juntar às boas e menos boas que já acumulamos no passado. Essa riqueza de experiências e vivências, a procura de felicidade que almejamos para nós e que devemos ajudar a propiciar aos outros é o meu maior desejo. O resto é instrumental desse desígnio.

A advocacia sempre foi aquilo que quis seguir? Em que ponto está o Direito em Portugal?

Efetivamente desde muito novo que encontrei a minha vocação e concretizei-a. As escolas de Direito são globalmente boas em Portugal e permitem múltiplas saídas profissionais. O Direito, para além da ciência jurídica *stricto sensu*, é uma área transversal em cujos princípios assenta muita da nossa organização social, cívica e política. Essa virtude secular creio que ainda se mantém. No caso da advocacia, que é a minha atividade profissional de base, os desafios são enormes para quem começa, e o paradigma de relação com o cliente mudou radicalmente nos últimos 30 anos, fruto da transformação comunicacional e digital.

Quando começou exatamente a sua vida, enquanto deputado?

Fui eleito a primeira vez no dia 17 de março de 2002 e tomei posse dia 5 de abril desse ano. Exerci a função 16 anos seguidos e saí por vontade própria no dia 5 de abril de 2018. A história tem vários capítulos, mas, no essencial, fui eleito autarca com 20 anos e, aos 24, já era presidente do PSD em Espinho. As coisas foram-se sucedendo e «cheguei» ao parlamento com 29 anos, sem ser pela via da «Jota». Curiosamente, era mais novo do que a maioria dos deputados da JSD que eram, salvo erro, 12 dos 105 do PSD na altura.

Foi presidente do grupo parlamentar do PSD, entre 2011 e 2017. Como descreve esses seis anos?

Hoje posso dizer que foram anos duríssimos e desafiantes que exigiram muito espírito de sacrifício, patriotismo e coragem. Digo isto sem pretensiosismo. Na primeira fase, 2011-2015, estávamos no Governo e tivemos de 'expulsar' a *Troika* que o Governo anterior tinha trazido. De 2015 a 2017, fomos para a oposição, apesar de termos ganho as eleições, e convivemos com a *Geringonça*. A história está a revelar que a *Geringonça* foi um atraso de vida, para não dizer mesmo uma tragédia económica e social para Portugal. Os anos de 2015 a 2019 foram anos perdidos, em que podíamos ter transformado o país para o fortalecendo-o para o futuro e tivemos um governo que reverteu reformas estruturais e se limitou a desbaratar a herança que recebeu e as oportunidades de que dispôs. Tudo para salvar um líder e fazer regressar ao Governo uma máquina partidária faminta de poder.

HISTORY IS NOW REVEALING THAT THE GERINGONÇA WAS A STEP BACKWARDS IN LIFE, NOT TO SAY EVEN AN ECONOMIC AND SOCIAL TRAGEDY FOR PORTUGAL

It's not long now before you turn 50. What has marked you most personally in these years and what do you wish for the next 50?

They are nigh-on 50 years of learning new things every day. The greatest beauty of human life, in my view, is that there are always many new emotions to add to the good and not so good ones we have already accumulated in the past. This wealth of experiences, the search for happiness that we aspire to and that we should help to bring to others, is my greatest desire. The rest is instrumental in this purpose.

Was practising law what you always wanted to do? What is the state of the law in Portugal?

Sure enough, from a very young age I found my vocation and I accomplished it. Law schools in Portugal are generally good and there are many career opportunities. Law, in addition to legal science *stricto sensu*, is a transversal area on whose principles much of our social, civic and political organisation is based. I believe that this secular basis is still maintained. In the case of law, which is my core occupation, the challenges are enormous for those starting out, and the client relationship paradigm has changed radically over the last 30 years, as a result of the communication and digital transformation.

When exactly did your life as an MP start?

I was elected for the first time on March 17, 2002 and took office on April 05 of that year. I held the office 16 years in a row and left of my own accord on April 05, 2018. The story has several chapters, but, in essence, I became a councillor at the age of 20 and, at the age of 24, I was already chairman of the PSD in Espinho. Things were happening and I «arrived» in parliament at the age of 29, and not through the 'Social Democratic Youth' (JSD). Curiously, I was younger than most of the JSD deputies, which, if I am not mistaken, were 12 of the 105 PSD MPs at the time.

You were president of the PSD parliamentary group between 2011 and 2017. How would you describe those six years?

Today I can say that they were very hard and challenging years that required a great deal of spirit of sacrifice, patriotism and courage. I say this without pretentiousness. In the first phase, 2011-2015, we were in government and we had to 'kick out' the *Troika* that the previous government had brought in. From 2015 to 2017, we went into opposition, despite having won the elections, and lived with the so-called *Geringonça* coalition. History is now revealing that the *Geringonça* was a step backwards in life, not to say even an economic and social tragedy for Portugal. The years from 2015 to 2019 were lost years, in which we could have transformed the country to strengthen it for the future and we had a government that reversed structural reforms and didn't nothing more than squander what it had inherited and the opportunities available to it. All to save a leader and return a power-hungry party machine to government.

LUÍS MONTENEGRO NO TORNEIO VILLAS&GOLFE INTERNATIONAL CUP 2022

Atualmente é o presidente do PSD. Sempre idealizou chegar aqui e até um dia tornar-se no primeiro-ministro de Portugal?

Essa ideia, confesso, só se desenhou na minha cabeça em 2017. Quando Pedro Passos Coelho saiu, muitas pessoas queriam que lhe sucedesse. Mas eu não me tinha preparado pessoalmente para assumir essa responsabilidade e até entendia que, nessa altura, era benéfico vir alguém menos ligado ao ciclo anterior. A seguir, é conhecido, discordei frontal e lealmente da estratégia seguida no PSD e assumi as consequências que daí advieram e me trouxeram até aqui. Foi uma questão de convicção, não foi nada fulanizado. Agora, cumprirei a missão de liderar a oposição com o objetivo de constituir uma alternativa sólida e mobilizadora de Governo e ganhar as próximas eleições com o intuito de termos uma governação mais ousada, mais ambiciosa e mais transformadora e reformista.

Em 2011, após a vitória de Pedro Passos Coelho nas legislativas, foi eleito presidente da bancada parlamentar do PSD. Como descreve esse tempo e como olha para o papel desempenhado pelo presidente do partido à época?

Esse tempo foi de complexidade máxima. Herdamos uma bancarrota! Pedro Passos Coelho foi um patriota. Portugal deve-lhe muito. A sua coragem e verticalidade foram excecionais. E, ao contrário do que muitos dizem, teve sempre sensibilidade social. Os mais fracos foram sempre mais protegidos, num contexto de adversidade e recessão que não fomos nós que criámos. Em 2015, deixámos um país a crescer, que tinha baixado o défice de 11,2% para 3%, a repor e a recuperar rendimentos perdidos, com o desemprego a descer e a exportar mais do que a importar.

> PEDRO PASSOS COELHO FOI UM PATRIOTA. PORTUGAL DEVE-LHE MUITO

Como veria o regresso de Passos Coelho ao panorama da política nacional?

Ele é um ativo que tem capacidades e conhecimento para servir Portugal ou a Europa ao mais alto nível e em várias áreas, da academia à política, da economia ao associativismo nacional e internacional.

Em 2015, manteve-se na bancada parlamentar, mas agora, com a coligação PSD-CDS, contudo, o PS, aliado à esquerda, toma o poder. Que sentimento teve naquela altura?

Já o disse anteriormente. O país teve um primeiro-ministro que não escolheu, um programa político que não sufragou e, de 2015 a 2019, perdemos tempo e oportunidades. Um país que quer estar no primeiro pelotão da Europa não pode governar a pensar no dia a dia. Tem de antecipar e construir futuro!

Em 2017, anuncia a sua saída do Parlamento. O que o levou a tomar essa decisão?

A conjugação entre as divergências estratégicas que enunciei no Congresso nessa altura, a abertura de espaço para o surgimento de novos protagonistas e o chamamento da minha vida familiar e profissional, que sofreram bastante com a minha ausência.

You are currently the president of the PSD. Did you always envision getting here and even one day becoming the prime minister of Portugal?

That idea, I confess, only took shape in my head in 2017. When Pedro Passos Coelho left, many people wanted me to succeed him. But I hadn't prepared myself personally to take on that responsibility and I also understood that, at that time, it was a better idea to bring in someone less connected to the previous cycle. Afterwards, as we all know, I disagreed directly and loyally with the strategy followed in the PSD and I assumed the consequences that ensued and brought me here. It was a matter of conviction, nothing about shifting attention. Now, I will fulfil the mission of leading the opposition with the aim of establishing a solid and mobilising government alternative and of winning the next elections in order to have a bolder, more ambitious and more transformative and reformist governance.

In 2011, after Pedro Passos Coelho's victory in the general election, you were elected president of the PSD parliamentary bench. How do you describe that time and how do you look at the role played by the party president at the time?

That time was of the very greatest complexity. We inherited a bankrupt nation! Pedro Passos Coelho was a patriot. Portugal owes him a great deal. His courage and uprightness were exceptional. And, contrary to what many say, he was always socially aware. The weakest were always better protected, in a context of adversity and recession that we did not create. In 2015, we left behind a country that was growing, which had lowered the deficit from 11.2% to 3%, restoring and recovering lost income, with unemployment falling and exports greater than imports.

> PEDRO PASSOS COELHO WAS A PATRIOT. PORTUGAL OWES HIM A GREAT DEAL

How would you see Passos Coelho's return to the national political scene?

He is an asset who has the skills and knowledge to serve Portugal or Europe at the highest level and in various areas, from academia to politics, from the economy to national and international associations.

In 2015, you remained on the parliamentary bench, but then, with the PSD-CDS coalition, however, the PS, allied to the left, took power. What feeling did you have at that time?

I have said it before. The country had a prime minister it did not choose, a political programme it did not vote for, and from 2015 to 2019 we lost time and opportunities. A country that wants to be in the leading pack of Europe cannot govern thinking about the day to day. It must anticipate and build the future!

In 2017, you announced your departure from parliament. What made you take this decision?

The combination of strategic divergences that I voiced at the convention at that time, opening up the way for new names to come forth and the call of my family and professional life, which had suffered greatly from my absence.

GRANDE ENTREVISTA | MAJOR INTERVIEW

> EM 2015, DEIXÁMOS UM PAÍS A CRESCER, QUE TINHA BAIXADO O DÉFICE DE 11,2% PARA 3%

> IN 2015, WE LEFT BEHIND A COUNTRY THAT WAS GROWING, WHICH HAD LOWERED THE DEFICIT FROM 11.2% TO 3%

Quase três anos depois, em 2020, candidata-se à liderança do PSD. O que falhou para ser derrotado por Rui Rio?

Pouco mais de 1500 votos...! Essas coisas têm sempre um contexto e um circunstancialismo. Sei bem porque aconteceu, foram vários fatores, mas, neste momento, isso é tudo irrelevante.

Este ano, o líder do partido, Rui Rio, sai, e o Luís volta a anunciar a sua candidatura, e é em maio deste ano que assume a presidência do PSD. Que objetivos traçou para esta nova viragem do partido?

Acreditar! Acreditar na regeneração do PSD, acreditar em Portugal e nos portugueses, acreditar que somos capazes de ser os melhores entre os melhores em muitas atividades. Podemos e devemos aproveitar as nossas qualificações e potencialidades, podemos e devemos ser mais inovadores e empreendedores. Podemos e devemos ser mais produtivos e criar mais riqueza para gerar recursos capazes de construir uma sociedade mais justa, mais livre e com uma verdadeira igualdade de oportunidades.

Desde que tomou posse, tem passado muito do seu tempo a visitar populações e municípios que muitas vezes parecem estar esquecidos pelos políticos. De que forma este contacto com as populações lhe vai trazer vantagem no futuro?

Tem sido uma experiência fantástica de enriquecimento humano, político e cívico. Sentir e conhecer tanta gente espalhada por todo o território ajuda muito à tarefa de escrutínio e fiscalização do Governo e habilita-nos a sermos mais competentes e certeiros nas escolhas que teremos de fazer no futuro, quando nos apresentarmos para governar Portugal.

Almost three years later, in 2020, you ran for the leadership of the PSD. What went wrong for you be defeated by Rui Rio?

I was missing just over 1500 votes...! These things always have a context and circumstances. I know why it happened, there were several factors, but at this moment, it's all irrelevant.

This year, the party leader, Rui Rio, left, and you announced your candidacy again, and in May this year you took on the presidency of the PSD. What goals have you set for this new turnaround in the party?

To believe! To believe in the regeneration of the PSD, to believe in Portugal and in the Portuguese, to believe that we are capable of being the best among the best in many activities. We can and must take advantage of our qualifications and potential, we can and must be more innovative and enterprising. We can and we must be more productive and create more wealth to generate resources capable of building a fairer, freer society with truly equal opportunities.

Since taking office, you have spent much of your time visiting people and municipalities that often seem to be forgotten by politicians. How will this contact with the people benefit you in the future?

It has been a fantastic experience of human, political and civic enrichment. Feeling and meeting so many people spread throughout the territory helps a lot in the task of scrutinising and reviewing the work of the government and enables us to be more competent and accurate in the choices we will have to make in the future, when we present ourselves to govern Portugal.

E sobre o Orçamento de Estado, que olhar crítico tem?

Vivemos um ciclo de empobrecimento. As pessoas, as famílias, as empresas e as instituições pagam cada vez mais impostos e os serviços públicos prestados pelo Estado estão cada vez mais longe de responder às necessidades. Economicamente, crescemos em termos acumulados, de 2016 a 2021, 7,1%, quando os países da coesão da União Europeia cresceram em média 18,4%. Somos o 21.º país da Europa com o rendimento *per capita* a 27. Estamos cada vez mais na cauda, a assistir ao desenvolvimento do Leste e à deslocalização para outras geografias dos investimentos e da mão de obra. A passividade e o imobilismo deste Governo agravam o retrocesso dos últimos anos e o OE 2023 é mais uma expressão disso.

Que estratégia está a implementar para fazer frente à governação socialista?

Firmeza e exigência na oposição. Abertura, ponderação e ambição no desenho de uma alternativa ganhadora, credível e maioritária que traga uma nova esperança a Portugal.

Tem praticamente três anos até às legislativas. Está ansioso por essa altura?

Pessoalmente, não tenho nenhuma ansiedade. Quem começa a ficar ansioso por ter um novo Governo é o povo português e tem muitas razões para isso. Os portugueses deram uma maioria absoluta ao PS, deram a maioria das câmaras municipais e juntas de freguesia ao PS, mais deputados no parlamento europeu ao PS e, neste momento, dizem, com fundamento, que o PS está a desmerecer a confiança que recebeu. O PS está a confundir o partido com o Estado. O PS está a falhar ao país.

Enquanto observador da política mundial, como acha que vai ser a governação de Lula da Silva, no Brasil? Irá condicionar a política mundial dos próximos anos?

Antes de mais, desejo que o povo brasileiro se reconcilie de uma divisão literalmente ao meio. Depois, desejo que a governação não seja de fação nem do ponto de vista institucional nem programático. O Brasil é importantíssimo no contexto económico e ecológico mundial, e é importantíssimo no âmbito da lusofonia, cuja mãe-pátria é Portugal.

Como é o Luís Montenegro pai?

O melhor é perguntar aos meus filhos..., mas tento ser o mais pedagógico na transmissão dos valores do trabalho, da honestidade, da tolerância e da solidariedade. A característica que mais lhes procuro incutir, porque é a que mais aprecio, é que sejam sempre capazes de se colocar na posição dos outros. No mais, fazemos muitas coisas juntos, a começar pelo gosto pelo desporto que partilhamos e praticamos muitas vezes, apesar de o golfe ainda não ser uma das modalidades a que eles tenham aderido. Enfim, o amor de um pai não se consegue descrever, sente-se. E eles dão-me esse privilégio.

> O BRASIL É IMPORTANTÍSSIMO NO CONTEXTO ECONÓMICO E ECOLÓGICO MUNDIAL

And how critical are you of the state budget?

We are living in a cycle of impoverishment. People, families, companies and institutions pay more and more taxes and the public services provided by the state are increasingly far from meeting the needs. Economically, we grow in cumulative terms, from 2016 to 2021, by 7.1%, when the cohesion countries of the European Union grew by an average of 18.4%. We are ranked 21 in Europe with the per capita income at 27. We are increasingly lagging behind, watching the development of the East and the relocation of investment and labour to other geographies. The passivity and immobility of this government have aggravated the setbacks of recent years, and the 2023 state budget is yet another expression of this.

What strategy are you implementing to confront the socialist government?

Firmness and demandingness in opposition. Openness, reflection and ambition in the design of a winning, credible and majority alternative that brings new hope to Portugal.

You have almost three years until the general elections. Are you anxious about it?

Personally, I don't have any anxiety. It is the Portuguese people who are beginning to be anxious about having a new government, and they have many reasons for this. The Portuguese people gave an absolute majority to the PS, they gave the majority of municipal councils and parish councils to the PS, more members of the European Parliament to the PS and now they are rightly saying that the PS is undervaluing the trust it received. The PS is confusing the party with the state. The PS is failing the country.

As an observer of world politics, what do you think Lula da Silva's government in Brazil will be like? Will it affect world politics in the coming years?

First of all, I hope that the Brazilian people will be reconciled from a division that was literally split down the middle. Secondly, I do not want the government to be a factional one, either from an institutional or a programmatic point of view. Brazil is extremely important in the world economic and ecological context, and it is extremely important within the Portuguese-speaking world, whose motherland is Portugal.

How is Luís Montenegro, the father?

The best thing is to ask my children..., but I try to be the most pedagogical in passing on the values of work, honesty, tolerance and solidarity. The characteristic I try to instil in them the most, because it is the one I appreciate the most, is that they are always capable of putting themselves in other people's shoes. Apart from that, we do many things together, starting with the love of sports that we share and often practice, although golf is not yet a sport they have got into. In short, a father's love cannot be described, it can be felt. And they give me that privilege.

> BRAZIL IS EXTREMELY IMPORTANT IN THE WORLD ECONOMIC AND ECOLOGICAL CONTEXT

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

BRASIL RECONCILIADO, FORTE E GLOBAL

Este mês, o Brasil demonstrou, mais uma vez, ter instituições fortes, um sistema eleitoral fiável e uma democracia sólida. A transição pacífica de poder já se encontra em curso, sendo agora tempo de preparar o futuro. A União Europeia, e Portugal em particular, devem ter um papel ativo neste capítulo, que agora se inicia, de relações com o Brasil.

O Brasil deve procurar a reconciliação interna. Não será fácil, pois a divisão política em que o país se encontra deu lugar a muitas feridas que levarão tempo a serem saradas. O papel do Presidente é fundamental neste exercício. Antes de mais, Lula da Silva deve tomar consciência de que muitos dos votos que recebeu foram «votos negativos», isto é, motivados pelo repúdio a Bolsonaro. Essa consciência é fundamental para encetar o caminho de reconciliação e o desejo de ser um Presidente de todos os brasileiros, lutando pela união do país e pela participação democrática de todos.

Lula da Silva começou bem ao apelar à união, a um Brasil aberto, e ao defender prioridades que na UE subscrevemos: inclusão social, combate às alterações climáticas e transição digital.

O Brasil é uma potência global, a 10.ª economia do planeta, o 5.º maior país do mundo em área e metade da população da América Latina. Temos de reforçar os laços com a América Latina e, para isso, o Brasil é um parceiro fundamental.

Desde 2014 que não é organizada nenhuma cimeira UE-Brasil. Já entre 2007 e 2014, tiveram lugar sete cimeiras. Trata-se de um erro da política externa europeia que urge corrigir. O Brasil deveria ser um parceiro privilegiado da União Europeia no comércio, na investigação, na defesa do meio ambiente e na investigação. A aliança com o Brasil ajudaria a fazermos face aos efeitos negativos da guerra resultantes da invasão da Rússia na Ucrânia, nomeadamente no domínio alimentar.

Temos um instrumento privilegiado à nossa disposição para fortalecer a nossa relação: o acordo Mercosul que demorou 20 anos a ser negociado chegando-se a um acordo de princípio em 2019. O Mercosul representa cerca de 25% do PIB mundial e mais de 750 milhões de pessoas. No entanto, a ratificação está parada. É minha expectativa e desejo que os governantes da UE levantem as barreiras que impediram a ratificação do acordo por razões iminentemente protecionistas, e que, do lado do Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai, o compromisso se mantenha.

Enquanto portugueses, temos uma obrigação adicional de contribuir para o fortalecimento desta relação. Sem paternalismos, com a «cooperação» como palavra-chave, também nós podemos contribuir para a reconciliação e progresso do Brasil, para benefício de todos: dos brasileiros, da Europa e de todo o mundo.

A RECONCILED, STRONG AND GLOBAL BRAZIL

This month, Brazil has once again demonstrated that it has strong institutions, a reliable electoral system and a solid democracy. The peaceful transition of power is already under way, and it is now time to prepare the future. The European Union, and Portugal in particular, should play an active role in this new chapter in their relations with Brazil.

Brazil must seek internal reconciliation. This will not be easy, as the political division in which the country finds itself has given rise to many wounds that will take time to heal. The role of the president is fundamental in this exercise. First of all, Lula da Silva must become aware that many of the votes he received were «negative votes», that is, motivated by the rejection of Bolsonaro. This awareness is fundamental in order to embark on the path of reconciliation and the desire to be a president of all Brazilians, fighting for the unity of the country and the democratic participation of all.

Lula da Silva made a good start by calling for unity, for an open Brazil and by advocating priorities that we in the EU endorse: social inclusion, the fight against climate change and digital transition.

Brazil is a global power, the 10th largest economy in the world, the fifth largest country in the world by area and making up half the population of Latin America. We need to strengthen our ties with Latin America and Brazil is a key partner.

No EU-Brazil summit has been organised since 2014. Yet seven summits took place between 2007 and 2014. This is a mistake in European foreign policy that urgently needs to be corrected. Brazil should be a privileged partner of the European Union in trade, research, environmental protection and research. The alliance with Brazil would help us to deal with the negative effects of the war resulting from Russia's invasion of Ukraine, particularly in the food sector.

We have a privileged instrument to strengthen our relationship at our disposal: the Mercosur agreement, which took 20 years to negotiate and which reached an agreement in principle in 2019. The Mercosur represents around 25% of the world's GDP and over 750 million people. However, its ratification has stalled. It is my expectation and wish that the EU leaders will lift the barriers that have prevented the ratification of the agreement for imminently protectionist reasons, and that on the side of Brazil, Argentina, Paraguay and Uruguay, the commitment will be maintained.

As Portuguese, we have an additional obligation to contribute to the strengthening of this relationship. Without paternalism, with «cooperation» as the keyword, we too can contribute to the reconciliation and progress of Brazil, for the benefit of all: Brazilians, Europe and the whole world.

SEAN MORIARTY

QUINTA DO LAGO A COMANDAR O PREÇO MAIS ALTO POR METRO QUADRADO EM PORTUGAL

QUINTA DO LAGO COMMANDING THE HIGHEST PRICE PER SQUARE METRE IN PORTUGAL

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

A Quinta do Lago celebra, em 2022, o seu 50.º aniversário, com o seu *resort* localizado junto à Ria Formosa. O CEO, de olhos postos no futuro, mas sem nunca esquecer o passado, conta o percurso de meia década da Quinta do Lago, evidenciando os resultados positivos graças à dinâmica da equipa. A pandemia foi superada e, hoje, Moriarty revela-se otimista, ainda que cauteloso, para o ano que se avizinha. Sem nunca parar de investir na oferta do luxo, o CEO tem adotado uma posição firme e sustentável, desenvolvendo soluções harmoniosas, tanto para o ambiente como para os hóspedes. Fique a par das novidades em território algarvio, junto do empreendedor Sean Moriarty.

Quinta do Lago celebrated, in 2022, its 50th anniversary, with its resort located by the Ria Formosa. With an eye to the future, but without ever forgetting the past, the CEO tells us about half a century of Quinta do Lago, highlighting the positive results thanks to the dynamic performance of its team. The pandemic has been overcome and today Moriarty is optimistic, albeit cautious for the year ahead. Without ever stopping investing in its luxury offering, the CEO has adopted a firm and sustainable position, developing harmonious solutions for both the environment and the guests. Find out all about what's new in the Algarve with entrepreneur Sean Moriarty.

Fale-nos do seu dia como CEO da Quinta do Lago.

Sou CEO desde 2016 e devo confessar que, em mais de seis anos, não há um dia igual ao outro. Em geral, passo o meu tempo com diferentes membros da equipa, seja com o nosso departamento imobiliário, o diretor de alimentos e bebidas, os *chefs* de cozinha, os gerentes de relações com os hóspedes, ou o nosso departamento desportivo na *Clubhouse* de golfe ou no The Campus. Tanto quanto posso, procuro assegurar que converso,de forma regular, com o maior número possível de residentes e visitantes, novos ou de regresso, bem como com muitos colaboradores, quer estejam a chefiar um departamento ou tenham acabado de se juntar à equipa do *resort*. Também procuro encontrar tempo para uma aula de *padel* no The Campus, ou uma partida de golfe ou, ainda, um passeio pela Ria Formosa. Durante os meses de verão, sou um grande fã das atuações de música ao vivo, realizadas nos restaurantes do nosso *resort*.

A Quinta do Lago pode agora orgulhar-se de 50 anos de dedicação e profissionalismo. Como caracteriza este percurso de meio século?

Os últimos 50 anos da Quinta do Lago continuam, hoje, vivos em cada canto do *resort*. A dedicação e profissionalismo são visíveis através do trabalho de todo o nosso pessoal e serviços, da qualidade dos nossos produtos e das experiências que oferecemos. Caracterizaria este percurso como um legado de *lifestyle*, que está firmemente enraizado na saúde, no desporto e no bem-estar, na família e na ligação com a natureza. Foi um prazer celebrar isto ao longo de 2022, enquanto reconhecemos um marco tão significativo na história do nosso *resort*.

> (...) A GRANDE MAIORIA DOS HÓSPEDES APRECIA A EXPERIÊNCIA DE FÉRIAS SEM COMPLICAÇÕES

Qual o desempenho da Quinta do Lago atualmente?

Tivemos um ano forte em todo o *resort*. Os nossos campos de golfe estão em plena expansão, na sequência da recente renovação do South Course, no valor de sete milhões de euros, que foi inaugurado no ano passado. Da mesma forma, abrimos recentemente um novo restaurante, o UMAMI, no nosso empreendimento RESERVA, que se tem revelado incrivelmente popular. O nosso escritório imobiliário tem tido um ano recorde de vendas, com a Quinta do Lago a comandar o preço mais alto por metro quadrado em Portugal. Além disso, o The Campus e o nosso hotel *boutique*, The Magnolia Hotel, continuam a suscitar um interesse contínuo por parte de famílias, restaurantes e atletas.

Qual é o perfil habitual de alguém que visita o *resort*?

Penso que não poderia dar-lhe um perfil padrão, uma vez que o nosso *resort* apela a tantos mercados diferentes. Em geral, a grande maioria dos hóspedes aprecia a experiência de férias sem complicações, que oferecemos no melhor *resort* da Europa. A Quinta do Lago presta-se a pessoas que desfrutam de práticas de luxo de *high-end* em vários estilos diferentes, e isto estende-se a todas as gerações. O crescimento das reservas multi-geração é contínuo e muitos dos nossos arrendamentos de vivendas são frequentemente reservados para famílias numerosas. Estamos a assistir ao crescimento de mais mercados europeus, embora o principal motor continue a ser o Reino Unido, Irlanda e Portugal.

Tell us about your day as CEO of Quinta do Lago:

I have been CEO of Quinta do Lago resort since 2016 and have to say that in over six years, no day is ever the same. Generally speaking, I spend my time with different team members, including our real estate office, director of food and beverage and head chefs, the guest relations managers, and with our sports department at the golf Clubhouse or at The Campus. As much as I can, I try to ensure that I catch up, on a regular basis, with as many of residents and visitors, new or returning, as well as plenty of staff members, whether they be leading a department or have just joined the resort. I also try to fit in a padel lesson at The Campus if I can, or perhaps a round of golf or a walk through the Ria Formosa. During the summer months, I'm a big fan of the live music shows, which take place at our resort restaurants.

Quinta do Lago can now lay claim to 50 years of dedication and professionalism. How would you describe this half-century journey?

The past 50 years of Quinta do Lago live on in every corner of the resort today. Our teams' dedication and professionalism are visible through the work of all our staff and services, the quality of our products and the experiences we offer. I would charactierise this journey as a legacy of lifestyle, which is firmly rooted in health, sport and wellness, family and a connection with nature. It has been a pleasure to celebrate this throughout 2022, as we recognise such a significant milestone in our resort history.

> (...) A LARGE MAJORITY OF GUESTS APPRECIATE THE HASSLE-FREE HOLIDAY EXPERIENCE

How is Quinta do Lago performing at the moment?

We have had a strong year across the resort. Our golf courses are booming, following the recent 7M EUR renovation of South Course, which was unveiled just last year. Similarly, we have recently opened a new restaurant, UMAMI, in our RESERVA development, which has proved incredibly popular. Our real estate office has had a record-breaking year for sales, with Quinta do Lago commanding the highest price per square metre in Portugal. On top of this, The Campus and our *boutique* hotel, The Magnolia Hotel, continue to drive continuous interest from families, foodies and athletes alike.

What is the usual profile of someone visiting the resort?

I don't think I could give you a standard profile, as our resort appeals to so many different markets. On the whole, a large majority of guests appreciate the hassle-free holiday experience we offer in Europe's finest resort. Quinta do Lago lends itself to people who enjoy high-end luxury practices in a number of different styles, and this spans widely across generations. The growth in multi-gen bookings is ongoing and a lot of our villa rentals are often booked with large families. We are also seeing growth from more European markets, although the main driver continues to be UK, Ireland and Portugal.

Que tipo de projetos pretende implementar num futuro próximo?

Procuramos continuar a desenvolver o nível de serviço personalizado que já estamos a oferecer aos hóspedes. Isto será impulsionado, em grande parte, por experiências de luxo contínuas, que elevam os nossos produtos, como, por exemplo, mais campos desportivos, eventos centrados na família e atividades com caráter sustentável. Paralelamente, continuaremos a concentrar-nos no nosso escritório imobiliário, com novos produtos impressionantes em conformidade com a procura a que estamos atualmente a assistir. Do mesmo modo, continuamos a desenvolver a nossa tecnologia, para assegurar experiências harmoniosas aos clientes, bem como continuamos a manter laços estreitos com a comunidade local.

A OLHAR PARA O ANO 2023 COM UM OTIMISMO CAUTELOSO

Cada vez se fala mais de recessão económica. Está a olhar para o ano que se avizinha com alguma apreensão?

Estamos a olhar para o ano 2023 com um otimismo cauteloso, após um 2022 muito bem-sucedido, mas tendo em conta o estado atual da economia. Estou confiante na nossa oferta de produtos e confio na lealdade dos nossos hóspedes, na medida em que, se tiverem a sorte de poder passar férias no estrangeiro, a Quinta do Lago será um dos primeiros destinos na sua lista (com muitos deles a regressar ano após ano). Continuamos a investir no nosso *resort*, para assegurar a manutenção de todas as nossas ofertas de luxo, e estamos também a explorar a opção de pacotes e experiências mais acessíveis, que as pessoas poderão reservar este ano.

What kind of projects are you looking to implement in the near future?

We are looking to continue to develop the personalised level of service that we are already offering guests. This will be largely driven through continued luxury experiences which elevate our products, for example more sports camps, family-focused events and sustainably-led activities. Alongside this, we will continue to focus on our real estate office, with exciting new products in line with the demand we are currently seeing. Similarly, we are continuing to develop our technology to ensure smooth customer experiences, as well as maintaining strong ties with the local community,

EYEING 2023 WITH CAUTIOUS OPTIMISM

There is more and more talk of economic recession. Do you eye the year ahead with any apprehension?

We are eyeing 2023 with cautious optimism, following a very successful 2022, but factoring in the current state of the economy. I am confident in our product offering and trust the loyalty of our guests, in that, if they are fortunate enough to be able to holiday abroad, Quinta do Lago will be one of the first destinations on their list (with many of them returning year on year). We are continuing to invest in our resort to ensure the upkeep of all our luxury offerings and are also exploring the option of more affordable packages and experiences for people to book this year.

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

Haier

Nº1 MUNDIAL EM ELETRODOMÉSTICOS
*Fonte: EUROMONITOR INTERNATIONAL LIMITED 2018

CUBE 90 SÉRIE 7
Conservação de alimentos inovadora na sua forma mais pura

A MELHOR SÍNTESE ENTRE INOVAÇÃO E DESIGN.

O melhor das inovadoras **Fresher Techs®** da Haier encontra-se nesta autêntica obra-prima de design, **garantindo a melhor conservação de todos os alimentos**.

Dotado da tecnologia ABT Pro altamente inovadora que permite **remover 99,99%** das bactérias e Integra a Tecnologia Absolute que garante um gelo puro, inodoro e cristalino.

UMA RECOMENDAÇÃO DO CHEF *Rui Paula*

Descubra mais em www.haier.pt

ANTÓNIO REBELO
DE SOUSA
Economista | Economist

DA POLÍTICA ORÇAMENTAL

Em democracia existem sempre diferentes perspetivas de política orçamental, afigurando-se da maior utilidade proceder a uma síntese das mesmas, no intuito de se contribuir para uma visão abrangente do que poderá estar em causa e, por conseguinte, para uma reflexão aprofundada sobre questões da atualidade.

Uma primeira perspetiva é a que, de alguma forma, se inspira nas teses dos *supply-siders*, favoráveis a cortes fiscais, partindo-se do pressuposto da igualdade *ex-ante* entre poupança e investimento e, por conseguinte, da automaticidade da conversão da parte significativa do rendimento disponível em acréscimos de poupança, o que se manifesta em investimento reprodutivo, com efeitos indutores positivos no crescimento económico e no nível de emprego.

Esta perspetiva assenta, ainda, na Curva de Laffer, levando muitos autores a defender o acréscimo de receitas fiscais induzido pelo decréscimo de impostos.

Importa, quando se adota esta perspetiva, não apenas ter uma ideia clara sobre as receitas do Estado que poderão ter de compensar as quebras constatadas nas receitas fiscais, como também perceber que, como dizia Keynes, a igualdade entre poupança e investimento não se regista automaticamente, mas antes *ex-post*, isto é, ao fim de um certo período de tempo, sendo, ainda, certo que poucos têm sido os estudos consistentes elaborados para a economia portuguesa sobre a determinação do «pico superior» do ramo ascendente da Curva de Laffer, o que não possibilita que se retirem conclusões inquestionáveis sobre o impacto de cortes nos impostos nas receitas fiscais.

Uma segunda perspetiva é a de que, desde que se registe alguma margem de manobra no domínio do incremento dos gastos públicos, a política orçamental deveria ser, necessariamente, expansionista para acudir a necessidades prementes e à promoção do crescimento e do emprego.

Sendo o autor destas reflexões insuspeito nesta matéria, por se considerar um adepto do neokeynesianismo, entende, todavia, que tudo depende da conjuntura económica, política e social que se atravessa. Atravessamos uma conjuntura difícil, confrontados que estamos com um «choque do lado da oferta», com insuficiências na produção de energia e de matérias-primas (bem como de muitos produtos alimentares), bloqueamentos nas cadeias de produção e nos circuitos de distribuição, com resquícios de uma pandemia que, ainda, nos afeta e, finalmente, com uma guerra na Europa.

CONCERNING FISCAL POLICY

In a democracy, there are always different perspectives on fiscal policy, and so it would be very useful to give a summary of them, in order to contribute to an all-encompassing overview of what may be at stake and therefore to an in-depth reflection on current issues.

A first perspective is the one that, to some extent, is inspired by theses proffered by supply-siders, which favour tax cuts, based on the assumption of *ex ante* equality between savings and investment and, therefore, the automaticity of converting a significant portion of disposable income into increased savings, which manifests itself in reproductive investment, with positive inductive effects on economic growth and the level of employment.

This perspective is also based on the Laffer Curve, leading many authors to defend the increase in tax revenue induced by the decrease in taxes.

When this perspective is adopted, it is important not only to have a clear idea of state revenue that may have to compensate for drops in tax revenue, but also to understand that, as Keynes said, equality between savings and investment does not occur automatically, but rather *ex post*, i.e., at the end of a certain period of time it is also true that there have been few consistent studies for the Portuguese economy on the determination of the «upper peak» of the ascending branch of the Laffer Curve, which does not allow unquestionable conclusions to be drawn on the impact of tax cuts on tax revenue.

A second perspective is that, as long as there is some room for manoeuvre in the field of increased public spending, fiscal policy should necessarily be expansionary in order to meet pressing needs and promote growth and employment.

As the author of these reflections is impartial in this matter, since he considers himself a follower of neo-Keynesianism, he nevertheless believes that everything depends on the economic, political and social situation that is being experienced. We are going through difficult times, faced as we are with a «supply shock», with shortages in the production of energy and raw materials (and of many food products), blockages in production and distribution chains, the remnants of a pandemic that is still affecting us and, finally, a war in Europe.

The state of affairs makes it advisable for us to adopt, as an analysis methodology, what I call «real options», that is, a perspective that enables maintaining, for the future, the highest possible number of degrees of freedom, without compromising the years 2024 and 2025, that is to say, guaranteeing «budgetary capital buffers» that ensure room for manoeuvre if the political and economic situation worsens, in the meantime, on an international level.

Hence the understanding that fiscal policy must be cautious, with a core concern for rigour in Public Finances and the goal of containing deficit and reducing the burden of Public Debt in GDP.

Or rather, it will be necessary to reconcile the expansionism of the possible with maintaining the credibility of the Portuguese State in the management of Public Finances.

Finally, one last consideration. For a long time, conventional monetary policies always worked when faced with inflationary processes resulting from «demand shocks». The mechanism of raising interest rates encouraged savings and helped to reduce consumption. But, when the inflationary process is the result of «supply shocks», there may still be a shortage of supply that more than offsets the reductions in demand induced by interest rate increases, while the inflationary process will continue, with the aggravating factor that it may eventually be joined by a recessionary crisis. And this may be the problem we will be facing in the near future.

In short, these are some of the reflections we should make on the current situation, since Economic Science, as the Social Science it additionally is, integrates several subsciences, from Micro to Macroeconomics and Strategic Planning. These subsciences have areas of decision-making autonomy, but they are all part of a «central theoretical *corpus*» that has as its mainstays the concern with lack of resources, the indispensability of their efficient management and the maximisation of the General Welfare.

And it is in the quest for the permanent improvement of scientific contributions and serious and objective enlightenment of spirits that economists should place the emphasis of their contribution to the future of the community, in general, and their country, in particular.

Post scriptum: I would like to congratulate ***Villas&Golfe***, in the person of my dear friend Dr Paulo Martins, on another anniversary and for the excellent work developed over many years.

A conjuntura aconselha a adotar como metodologia de análise o que designo de «opções reais», isto é, uma perspetiva que permita manter, para o futuro, o maior número de graus de liberdade possível, não comprometendo os anos de 2024 e de 2025, que o mesmo é dizer garantindo «*buffers* de capital orçamentais» que assegurem margem de manobra, se a situação política e económica se agravar, entretanto, a nível internacional.

Daí entender que a política orçamental deva ser cautelosa, tendo como preocupação central o rigor nas Finanças Públicas e o objetivo de contenção do défice e de redução do peso da Dívida Pública no PIB. Melhor dizendo, será necessário conciliar o expansionismo do possível com a manutenção da credibilidade do Estado Português na gestão das Finanças Públicas.

Finalmente, uma última reflexão. Durante muito tempo, as políticas monetárias convencionais funcionaram sempre que se estava confrontado com processos inflacionários resultantes de «choques do lado da procura». O mecanismo de incremento das taxas de juro incentivava à poupança e contribuía para reduzir o consumo. Mas, quando o processo inflacionário resulta de «choques do lado da oferta», pode continuar a constatar-se insuficiência da oferta que compensa largamente as reduções induzidas na procura pelo aumento das taxas de juros, mantendo-se o processo inflacionário, com a agravante de ao mesmo se juntar, eventualmente, uma crise recessiva. E poderá ser este o problema com o qual venhamos a estar confrontados num futuro próximo.

Em resumo, são estas algumas reflexões que devemos fazer sobre a atualidade, sendo certo que a Ciência Económica, como Ciência Social que também é, integra no seu seio várias subciências, desde a Micro à Macroeconomia e ao Planeamento Estratégico, subciências essas com zonas de autonomia decisória, mas que se filiam todas elas num «*corpus* teórico central» que tem como traves-mestras a preocupação com a escassez de recursos, a indispensabilidade de gestão eficiente dos mesmos e a maximização do Bem-Estar Geral. E é na busca do aperfeiçoamento permanente das contribuições científicas e do esclarecimento sério e objetivo dos espíritos que os economistas devem pôr o acento tónico da sua contribuição para o futuro da comunidade, em geral, e do seu país, em particular.

Post scriptum: não quero deixar de felicitar a ***Villas&Golfe***, na pessoa do meu querido amigo Dr. Paulo Martins, por mais um Aniversário e, bem assim, pelo excelente trabalho desenvolvido ao longo de muitos anos.

ECONOMIA & NEGÓCIOS | ECONOMY & BUSINESS

LUÍS TAVARES

O MERCADO DOS SEGUROS ESTÁ CONSTANTEMENTE EM EVOLUÇÃO
THE INSURANCE MARKET IS CONSTANTLY EVOLVING

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Licenciado em Gestão, Luís Tavares é um profissional exímio. Com 47 anos, mantém-se no cargo de Diretor Coordenador Nacional da DS SEGUROS, mas, nas horas livres, aprecia o desporto e a liberdade de viajar pelo mundo. Persistência é com ele, num mercado que exige a readaptação constante aos tempos e circunstâncias. Conheça um pouco mais da atuação da DS SEGUROS e surpreenda-se com alguma da desinformação persistente dos portugueses no contacto com esta área, a ler nas próximas linhas.

Luís Tavares is an accomplished professional with a degree in management. At 47, he holds the position of National Coordinating Director of DS SEGUROS, but in his free time he enjoys sport and the freedom to travel the world. Persistence is his business, in a market that demands constant re-adaptation to times and circumstances. Get to know a little more about DS SEGUROS and be surprised by some of the persistent misinformation of the Portuguese with regard to this area, in the following lines.

Enquanto Diretor Coordenador Nacional da DS SEGUROS, quais são as funções que desempenha?

Desenvolvi e operacionalizei todo o conceito de raiz. Iniciei a abertura das primeiras agências, contando atualmente com mais de 110, e criei uma equipa de apoio à rede para a dinamização das mesmas. Enquanto Diretor Coordenador Nacional, tenho como função definir, apoiar e dinamizar a estratégia para o crescimento do volume de negócios, de uma forma geral e por agência; definir o marketing e a comunicação e, ainda, fazer a gestão de todas as áreas da empresa. Temos crescido acima dos 50% todos os anos.

Enumere os valores que regem a conduta da equipa.

Foco no serviço ao cliente, apresentando-lhe sempre a melhor solução, assim como profissionalismo e preocupação. Foco no apoio às agências para que o negócio cresça e seja rentável. Profissionalismo na relação com as seguradoras, que nos permitem prestar um excelente serviço ao cliente, sendo a DS SEGUROS, hoje, um dos maiores mediadores junto da maioria das seguradoras em Portugal.

What does your role as National Coordinator Director of DS SEGUROS entail?

I developed and implemented the whole concept from scratch. I started the launch of the first agencies, of which there are currently more than 110, and I created a network support team to boost them. As National Coordinating Director, my role is to define, support and drive the strategy towards growth in turnover, in general and by agency; to define marketing and communication, and also to manage all areas of the company. We have grown by more than 50% every year.

Can you please list the values which govern the team's conduct?

Focus on customer service, always presenting the best solution, as well as professionalism and concern. Focus on supporting the agencies so that business grows and is profitable. Professionalism in all dealings with insurance companies, which allows us to provide an excellent service to the customer, whereby DS SEGUROS is today one of the largest brokers with the majority of insurance companies in Portugal.

Durante o período pandémico, os resultados da empresa de mediação de seguros revelaram-se positivos? Se sim, qual foi o segredo?

Os resultados dos anos 2020 e 2021 foram, de acordo com o projetado e os objetivos que definimos no início de cada um deles, de um crescimento de 50% na faturação das nossas agências. Deixou-nos muito satisfeitos, dado que as dificuldades geradas pela pandemia não prejudicaram de forma significativa a *performance* das agências, em particular, e da empresa, em geral. O segredo foi a capacidade de adaptação dos nossos profissionais que, percebendo que os clientes necessitavam do nosso serviço, continuaram a encontrar formas diferentes de estar em contacto com eles.

O que diferencia a DS SEGUROS de outras empresas do mesmo ramo?

A DS SEGUROS é uma empresa que, pela dimensão que conseguiu atingir, tanto em volume de negócios como em dispersão geográfica, pode hoje oferecer aos clientes, através de um único mediador, a possibilidade de aceder às melhores soluções de, praticamente, todas as seguradoras no mercado. Na prática, isto permite que o cliente, falando apenas com um mediador, possa aceder aos melhores preços e coberturas do mercado.

Com o aparecimento da COVID-19 e o surgimento de uma guerra, o cliente procura, hoje, o mesmo que há quatro anos?

O mercado dos seguros está constantemente em evolução, seja pelo passar do tempo ou pelos eventos extraordinários. As preocupações e prioridades dos clientes vão mudando, pelo que a procura ou a necessidade dos seguros também sofre alterações. Atualmente, mas já antes da pandemia e da guerra, a preocupação das famílias e até das empresas já mostrava uma forte tendência em segurar as pessoas, quer através de seguros de vida, quer através de seguros de saúde, contrastando com o que se passou nas décadas anteriores, em que a preocupação das famílias e das empresas era segurar os bens.

Qual é o erro mais comum que o português comete dentro da área de seguros?

O erro mais comum acontece por desconhecimento, quando tanto as famílias como as empresas não estão preparadas com um seguro para o caso de um dos elementos do agregado familiar deixar de poder trabalhar, por morte ou invalidez. A mesma situação reflete-se nas pequenas empresas, o que coloca imediatamente em causa a estabilidade da empresa. Para estas situações, existem seguros acessíveis e que protegem a família e a empresa com uma «almofada» financeira, de forma que tenham tempo de se reestruturar. Outro grande erro é, mais uma vez, por desconhecimento, desta vez das soluções acessíveis a praticamente todos os rendimentos que existem atualmente. Uma parte significativa das famílias não tem seguro de saúde, dependendo de um Sistema Nacional de Saúde com graves falhas e que não vai melhorar nos próximos anos, colocando em causa o bem-estar e a assistência em saúde da própria família.

Como caracteriza a área dos seguros em Portugal?

Os seguros em Portugal são um mercado maduro, estável e com muitas oportunidades de crescimento para os mediadores que interpretarem as necessidades do cliente da melhor forma, assim como para os que tiverem ferramentas e soluções para oferecer aos clientes. Esta conjugação de fatores encaixa precisamente no que a DS SEGUROS oferece ao mercado e aos seus mediadores, que se baseia numa orientação estratégica para o desenvolvimento do negócio e soluções para os nossos mediadores poderem satisfazer os seus clientes. Isto tem levado a um grande sucesso da DS SEGUROS, com a abertura de mais de 110 agências, em cerca de seis anos, e a conquista de centenas de milhares de clientes para a nossa mediação. Hoje, somos uma referência no mercado segurador para todas as seguradoras no mercado.

Quais são os objetivos traçados para um futuro próximo da empresa?

Estar em todas as cidades e principais vilas do país, para que possamos estar próximos das pessoas, das famílias e empresas e para que estas possam beneficiar do nosso serviço de forma cómoda e fácil. Assim, vamos continuar a abrir mais agências e a aumentar o volume de negócios das que já existem, de forma que cada vez mais clientes possam usufruir do nosso serviço. Pretendemos, em 2023, atingir as 150 agências em Portugal. Em termos de faturação das lojas, pretendemos voltar a crescer pelo menos 50%.

De que forma a DS SEGUROS muda a vida das pessoas?

A qualidade de vida das pessoas é fortemente influenciada pelo rendimento disponível que têm, face aos seus encargos mensais ou anuais. Os seguros têm, tanto nas famílias como em empresas, um peso muito significativo no orçamento anual, pelo que a renegociação dos seguros, que leva as famílias a poupparem umas boas centenas de euros por ano, tem um impacto enorme na qualidade de vida. Outra questão não menos importante é o ajustar das coberturas mais adequadas às necessidades efetivas das pessoas ou empresas, para garantir que, caso exista um «azar» ou sinistro, este esteja coberto, sendo a família ou empresa compensada pela perda.

Were the results of the insurance brokerage company positive during the pandemic period? If so, what was the secret?

The results for the years 2020 and 2021 were, according to what was projected and the objectives we set at the beginning of each of them, a 50% growth in the turnover of our agencies. It left us very satisfied, given that the difficulties generated by the pandemic did not significantly harm the performance of the agencies, in particular, and of the company, in general. The secret was the adaptability of our professionals who, realising that the customers needed our service, continued to find different ways to be in contact with them.

What makes DS SEGUROS different from other companies in the same field?

DS SEGUROS is a company that, due to the size it has achieved, both in terms of turnover and geographical dispersion, is able to offer its customers the possibility to access the best solutions from practically all insurance companies in the market through a single broker. In practice, this allows the customer to access, speaking only with one broker, the best prices and cover on the market.

With the appearance of COVID-19 and the emergence of a war, are customers looking for the same today as they did four years ago?

The insurance market is constantly evolving, whether due to the passage of time or extraordinary events. Customers' concerns and priorities change, so the demand or need for insurance also changes. Currently, but already before the pandemic and the war, the concern of families and even of companies already showed a strong tendency to insure people, whether through life insurance or through health insurance, contrasting with previous decades, when the concern of families and companies was to insure assets.

What is the most common mistake that the Portuguese make in the insurance field?

The most common mistake is due to lack of knowledge, when both families and companies are not prepared with insurance in case one of the family members is no longer able to work, due to death or disability. The same situation is reflected in small businesses, which immediately jeopardises the stability of the company. There are affordable insurances that protect the family and the company with a financial «cushion» in these situations, so that they have time to restructure. Another big mistake is, once again, due to ignorance, this time of the solutions accessible to practically all incomes that currently exist. A significant number of families have no health insurance, depending on a National Health System with serious flaws and that will not improve in the coming years, putting at risk the well-being and health care of the family.

How would you characterise the insurance sector in Portugal?

Insurance in Portugal is a mature, stable market with many growth opportunities for brokers who can interpret customer needs in the best way, as well as for those who have tools and solutions to offer to customers. This combination of factors fits precisely to what DS SEGUROS offers the market and its brokers, which is based on a strategic orientation towards business development and solutions for our brokers to satisfy their customers. This has led to the great success of DS SEGUROS, with the opening of more than 110 agencies, in about six years, and reaching hundreds of thousands of customers for our brokerage. Today, we are a leading name in the insurance market for all insurers in the market.

What are the goals outlined for the company's near future?

The goal will be to continue to implement the DS SEGUROS plan, which is to be present in each of the country's cities and major towns, so that we can be close to the people, families and companies and so that they can benefit from our service in a convenient and easy way. So we will continue to open more branches and to increase the turnover of those that already exist, so that more and more customers can enjoy our service. By 2023, we aim to have 150 branches in Portugal. In terms of shop turnover, we intend to grow by at least 50%.

How does DS SEGUROS change people's lives?

People's quality of life is strongly influenced by the disposable income they have, with regard to their monthly or annual expenses. Insurance has, both in families and in companies, a very significant weight in the annual budget, so the renegotiation of insurance, which leads families to save a good few hundred Euros per year, has a huge impact on their quality of life. Another no less important issue is adjusting the most suitable covers to the effective needs of individuals or companies, to ensure that, if there is a «misfortune» or claim, it is covered and the family or company is compensated for the loss.

> UMA PARTE SIGNIFICATIVA DAS FAMÍLIAS NÃO TEM SEGURO DE SAÚDE
>
> A SIGNIFICANT NUMBER OF FAMILIES HAVE NO HEALTH INSURANCE

PEDRO COUTO
CEO da Telhabel | CEO of Telhabel

O MERCADO DA CONSTRUÇÃO EM PORTUGAL E NO MUNDO

Vivemos uma «tempestade perfeita» desde finais de 2019, inícios de 2020! Na verdade, nenhuma previsão, por mais pessimista que fosse, poderia antever tal conjuntura.

Temos vindo a assistir, nos últimos anos, a um agravamento dos cenários micro e macroeconómicos, potenciado por vários fatores cumulativos, como a subida abrupta dos preços dos combustíveis, energia, matéria-prima, escassez de mão de obra qualificada, disrupção das cadeias globais de produção e de distribuição, entre outros.

Inicialmente, eclodiu uma pandemia sem precedentes na nossa era! Nessa altura, fomos obrigados a repensar, reprogramar e adaptar a novas realidades. A 24 de fevereiro de 2022, é iniciada uma guerra na Europa e, neste momento, não sabemos nem quando, nem como, irá terminar.

Obviamente, nunca fez tanto sentido falarmos na «Aldeia Global». Hoje, somos atravessados de uma forma incontornável e dilacerante por esta conjuntura, mas tivemos, e temos, de aprender a nadar em águas turvas.

Sabemos que o setor da construção civil é tradicionalista e resistente à mudança. Contudo, o futuro deste passará pelo investimento na digitalização, possibilitando uma significativa melhoria dos processos e permitindo ganhos de eficiência, que se verificarão imprescindíveis perante a atual escalada dos preços dos recursos materiais, tecnológicos e humanos. Esta aposta permitirá, ainda, melhorias ao nível do desempenho, como a otimização no planeamento, redução de custos e dos prazos, e melhorias no ambiente e segurança, proporcionando um setor mais sustentável e mais capacitado para responder de forma rápida e eficaz às dificuldades com que se depara atualmente.

O mercado da construção sempre demonstrou ser um dos mais resilientes, uma vez que a promoção imobiliária continuou a investir. Contudo, serão necessárias medidas excecionais de apoio para salvaguardar as empresas de construção.

THE CONSTRUCTION MARKET IN PORTUGAL AND THE WORLD

We have been living through a «perfect storm» since late 2019, early 2020! In fact, no forecast, however pessimistic, could have predicted such a situation.

In recent years we have been witnessing a worsening of the micro and macroeconomic circumstances, powered by several cumulative factors, such as the sharp rise in fuel, energy and raw material prices, shortage of skilled labour, disruption of global production and distribution chains, among others.

Initially, a pandemic without precedent in our era broke out! At that time, we were forced to rethink, re-programme and adapt to new realities. On the 24th of February 2022, a war broke out in Europe and, at the moment, we know neither when nor how it will end.

Obviously, it has never made so much sense to talk about the «Global Village». Today we are unavoidably and painfully affected by this situation, but we have had to, and must, learn to swim in troubled waters.

We know that the civil construction sector is traditionalist and resistant to change. However, its future will involve investment in digitalisation, enabling a significant improvement in processes and allowing gains in efficiency, which will be essential in the face of current escalating prices of material, technological and human resources. This investment will also allow for performance improvements, such as planning optimisation, cost and time reduction, and environmental and safety improvements, providing a more sustainable sector that is better able to respond quickly and effectively to the difficulties it is currently facing.

The construction market has always proved to be one of the most resilient, as property developers have continued to invest. However, exceptional support measures will be necessary to safeguard construction companies.

LEGACY OF LIFESTYLE

For 50 years, Quinta do Lago has established its reputation as one of the most desirable locations for prime real estate and a world-leader in luxury lifestyle. In its semi-centennial year, there is no better time than now to invest in this world-class destination.

Surrounded by three immaculate golf courses, including the €7 million upgraded South Course, world-class sports and fitness hub, The Campus, and sublime gastronomic experiences, in Quinta do Lago, a luxurious lifestyle of wellness is enjoyed beside a protected coastal nature reserve and the breath-taking shores of Portugal's Algarve.

With its sustained investment securing the future for generations to come, Quinta do Lago's stunning properties and coveted plots are now available for discerning buyers looking to make a truly life-changing investment in a timeless destination.

visit Algarve Portugal

T. +351 289 392 754 E. realestate@quintadolago.com
wwww.quintadolago.com

QUINTA DO LAGO
ALGARVE • PORTUGAL

RAÚL BORGES

TER UMA EMPRESA É UM PASSAPORTE SEGURO PARA A TERRA DAS DIFICULDADES

HAVING A COMPANY IS AN ENTRY TICKET TO THE LAND OF DIFFICULTIES

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Vê potencial no humor e considera-se empreendedor e atrevido. Eis Raúl Borges, um bracarense de coração. Licenciado em Matemáticas Aplicadas, dedica-se, atualmente, à consultoria estratégica e acesso aos sistemas de incentivo ao investimento, através da sua empresa BF Consultores. E aposta também na Icecare, uma empresa que se dedica à produção de gelados. Conheça um pouco mais do universo de Raúl Borges, na companhia da ***Villas&Golfe***.

He sees potential in humour and considers himself entrepreneurial and daring. This is Raúl Borges, a full-blooded Braga man. With a degree in Applied Mathematics, he currently dedicates his time to strategic consultancy and access to investment incentive systems, through his company BF Consultores. And is also committed to Icecare, a company dedicated to the production of ice cream. Find out a little more about the world of Raúl Borges, in the company of ***Villas&Golfe***.

Fale-nos sobre a evolução da BF Consultores e da Icecare.

A BF Consultores conta com 27 anos de existência e foca a sua atividade de captação de financiamento europeu em setores industriais diversos, que vão desde a aeronáutica até setores mais tradicionais, como o têxtil ou a metalomecânica. Paralelamente, tem trabalhado as áreas da energia, do ambiente, da água e do saneamento para um segmento mais ligado às entidades públicas da administração central. Tem, ainda, explorado as áreas da mobilidade, nomeadamente a descarbonização, através de energias alternativas como o hidrogénio.

Já a Icecare, sendo mais recente, começou o seu percurso pelos mercados internacionais, apostando na Alemanha. Lá, criou a Color Logistik Sinshein Gbr, que distribui os produtos, e conseguiu entrar no segmento «clube *gourmet*», do Grupo El Corte Inglés. Esta entrada no grupo espanhol foi um desafio conseguido e muito prestigiante. Aumentando a sua escala, a Icecare aposta nos SuperCor do mesmo grupo, e, recentemente, marca presença nos híper do Grupo Jerónimo Martins. A expectativa é que, no futuro, a empresa esteja presente nas lojas deste grupo também a nível europeu, nomeadamente na cadeia polaca Biedronka.

Tell us about the evolution of BF Consultores and Icecare.

BF Consultores has been around for 27 years and focuses its activity on attracting European funding in various industrial sectors, ranging from aeronautics to more traditional sectors, such as textiles or metalworking. At the same time, the company has operated in the areas of energy, environment, water and sanitation in a segment more associated with central government public bodies. It has also explored the areas of mobility, specifically decarbonisation, through alternative energies, such as hydrogen.

Icecare, on the other hand, as it more recent, began its journey in international markets, focusing on Germany. There it created Color Logistik Sinshein Gbr, which distributes the products, and it has managed to enter the «gourmet club» segment of El Corte Inglés Group. This entry into the Spanish group was a successful and very prestigious challenge. Increasing its scale, Icecare has invested in SuperCor of the same group, and recently it can be found in the hypermarkets of the Jerónimo Martins Group. The hope is that, in the future, the company will also be present in the shops of this group on a European level, specifically in the Polish chain Biedronka.

Em que setores incidem estas empresas?

A BF Consultores trabalha para uma diversidade de públicos-alvo, abarcando a indústria, o turismo e os serviços. Temos clientes do setor público e privado e projetos maioritariamente empresariais e de caráter lucrativo, assim como outros mais ligados à cultura ou educação. Reunimos projetos financiados com mecanismos de apoio nacional e europeu. Já a Icecare tem trabalhado com os setores de grande distribuição alimentar a nível nacional, enquanto a nível internacional tem-se focado

What sectors do these companies work in?

BF Consultores works for a range of target audiences, covering industry, tourism and services. We have clients from the public and private sector and projects that are mainly business and profit-oriented, as well as others more to do with culture or education. We bring together projects financed with national and European support mechanisms. As for Icecare, this has worked with the large-scale food distribution sectors on a national level, while at an international level it has focused on

na distribuição para os setores da restauração e distribuição alimentar de menor escala, olhando sempre com interesse para a grande distribuição alimentar. O foco da Icecare, contudo, é e será, de acordo com a sua visão, posicionar-se nos setores hospitalar e clínico, com a sua oferta de gelados funcionais.

E que estratégias terá de seguir para ter um bom desempenho nesses mercados?

No âmbito da atividade da BF Consultores, a aposta passa por dimensões como o *know-how*, vindo já de longa experiência. Detém equipas experientes, permitindo que se atinjam curvas de experiência com muito valor acrescentado. Ao mesmo tempo que investe na experiência, mantém a sua organização e modos de trabalho em moldes muito ágeis. As equipas preparam-se para dar resposta a novos projetos em áreas distintas, havendo especialização, flexibilização e agilidade.

Na Icecare verifica-se o mesmo que na BF Consultores, mas à experiência e agilidade junta-se a aposta na inovação, através de projetos de investigação e desenvolvimento com parceiros que nos acrescentam valor, como a Universidade do Minho e o Instituto de Nanotecnologia.

E que dificuldades esperam encontrar?

Ter uma empresa é um passaporte seguro para a terra das dificuldades. É certo, seguro e sabido que acordamos, de manhã, com mais uma infinidade de dificuldades.

Na BF Consultores, as dificuldades advêm, principalmente, da gestão de programas, cujo calendário e prioridades nos são externas. As equipas têm um espaço de tempo curto para perceber prioridades, aviso a aviso, legislação a legislação, área a área; enquadrar as necessidades dos clientes e formalizar as candidaturas, enquanto levam a cabo as outras atividades de gestão de projetos já em curso. Já na Icecare, os desafios do dia a dia vêm de questões operacionais, da gestão de encomendas e expedição para pontos geográficos diversos, e dos avanços e retrocessos; tudo isto cumprindo prazos e otimizando todas as variáveis para que se maximize o valor acrescentado da atividade.

Consegue fazer um balanço dos últimos três anos da Icecare?

A Icecare, nos últimos três anos, conseguiu dar passos muito concretos no que diz respeito à diferenciação da sua oferta. Isto foi feito através de conquistas importantes dos seus processos de investigação e desenvolvimento. Em conjunto com entidades como o INL, a SenseTest e a Universidade do Minho, a Icecare consegue, hoje, ter pronto o seu gelado *cardio-saudável*, que contribui positivamente para manter os níveis adequados de colesterol no sangue. Tem ainda os gelados com vitamina D, vitamina B12 e proteína *whey*, totalmente validados para serem lançados no mercado. E se estes são avanços numa escala mais macro, a Icecare também fomenta, numa escala micro e local, parcerias com produtores locais.

Quais são os valores que norteiam a conduta das equipas da BF Consultores e da Icecare?

O grupo da BF Consultores promove a partilha das suas sinergias e de recursos humanos, que acontece de forma natural e gera empatia. Este valor permite que se trabalhe em prol da entreajuda e, acima de tudo, do bem comum. Esse trabalho é feito sempre de forma ágil, inovadora e com vista a resolver as necessidades dos nossos clientes, acrescentando valor aos seus negócios.

distribution for the restaurant and smaller-scale food distribution sectors, while always looking with interest at large-scale food distribution. Icecare's focus, however, is and will be, according to its vision, to position itself in the hospital and clinical sectors, with its range of functional ice creams.

And what strategies will it have to follow to perform well in these markets?

Within the scope of the activity of BF Consultores, the focus is on parameters such as know-how, which comes from long experience. It has experienced teams, allowing it to achieve experience curves with much added value. At the same time as it invests in experience, it maintains its organisation and working methods in very agile templates. The teams are prepared to respond to new projects in different areas, with specialisation, flexibility and agility.

At Icecare it is the same as at BF Consultores, but in addition to experience and agility there is a focus on innovation, through research and development projects with partners that add value to us, such as the University of Minho and the Nanotechnology Institute.

And what difficulties do you expect to encounter?

Having a company is an entry ticket to the land of difficulties. It is certain, guaranteed and known that we wake up in the morning with an infinity of difficulties.

At BF Consultores, the difficulties come mainly from programme management, the schedule and priorities of which are not within our control. The teams have a short space of time to understand priorities, notification by notification, legislation by legislation, area by area; to fit the clients' needs and formalise the applications, while carrying out the other project management activities already underway. At Icecare, the day-to-day challenges come from operational issues, managing orders and shipping to various geographical points, the steps forward and setbacks; all this while meeting deadlines and optimising all variables to maximise the added value of the business.

How would you evaluate the last three years of Icecare?

Icecare, over the last three years, has managed to take very solid steps with regard to how its product range stands apart. This was done through important achievements in its research and development processes. Together with bodies, such as INL, SenseTest and the University of Minho, Icecare is now able to have ready its cardio-healthy ice cream, which contributes positively to maintaining suitable blood cholesterol levels. We also have ice cream with vitamin D, vitamin B12 and whey protein, fully approved to be launched on the market. And if these are advances on a more macro scale, Icecare also fosters, on a micro and local scale, partnerships with local producers.

What are the values that guide the conduct of the BF Consultores and Icecare teams?

The BF Consultores group promotes the sharing of its synergies and human resources, which happens naturally and generates empathy. This value allows us to work in the interest of mutual support and, above all, for the common good. This work is always done in an agile and innovative manner with a view to solving our clients' needs, adding value to their businesses.

O mercado e o enquadramento legal estão em constante evolução nas vossas áreas de negócio. De que forma acompanham estes desafios?

Se há área onde isso aconteça todos os dias, é na BF Consultores. Há sempre novidades ao nível dos sistemas de incentivos, sendo muitas as variáveis a monitorizar e a interiorizar, tanto a nível nacional como europeu. A BF consegue acompanhar essas mudanças através de ferramentas organizacionais que desenha e concebe, para serem desenvolvidas externamente, à medida das suas necessidades, sendo que são usadas por equipas com experiência e que leem a realidade de forma eficaz e preditiva. Já a nível da Icecare, o acompanhamento da mudança é feito transformando a empresa, ela própria, no agente disruptor, no agente da mudança, que traz produtos inovadores para o mercado, antecipando necessidades.

Qual é o segredo para o sucesso?

Na maior parte dos casos, não há qualquer segredo. Há visão, ou seja, saber para onde se quer ir. E, depois, há a persistência para lá chegar, porque o caminho não é óbvio, não é fácil e não é linear. Por último, ser otimista, acreditando que vamos lá chegar. E, como extra, privilegiar o sentido de humor para superar as quedas ao longo do percurso.

Quais os planos num futuro próximo?

Num futuro próximo, a Icecare lançará, nos mercados internacionais, gelados de *whey protein* (*fitness*), de *fitoesterol* (*cardio-saudável*) e de vitaminas D e B12. Passará, também, por lançar o gelado com inulina que, para além de menos gordura, tem um menor teor de açúcar. Trata-se de uma entrada no segmento funcional com um forte pendor nas preocupações de saúde e bem-estar, deixando antever o segmento das *medical foods*.

Já para a BF Consultores, o futuro próximo trará projetos com maior dimensão, complexidade e pendor colaborativo, em ramos como a energia e as tecnologias digitais. Áreas como a descarbonização, através das energias renováveis, nomeadamente o hidrogénio, e projetos relacionados, levarão ao trabalho com modelos de negócios para esta nova economia, assente na maximização económica, a par da neutralidade carbónica. Levarão também a uma exploração intensa de mecanismos de financiamento híbridos e mais complexos, quer no plano nacional, quer no europeu.

The market and the legal framework are constantly evolving in your business areas. How do you keep up with these challenges?

If there is one area where this happens every day, it is at BF Consultores. There are always new developments in terms of incentive systems, and there are many variables to monitor and internalise, both at a national and European level. BF manages to keep up with these changes through organisational tools that it designs and conceives, to be developed externally, according to their needs, and which are used by experienced teams that read the current situation in an effective and predictive way. At Icecare, on the other hand, change is accompanied by transforming the company itself into the disruptive force, the agent of change, which brings innovative products to the market, anticipating needs.

What is the secret to success?

In most cases, there is no secret. There is vision, that is to say, knowing where you want to go. And then there is the persistence in getting there, because the path is not obvious, it is not easy and it is not undeviating. Finally, being optimistic, believing that we will get there. And, as an extra, to have a sense of humour to overcome the falls along the way.

What are your plans for the near future?

In the near future, Icecare will launch whey protein (fitness), phytosterol (cardio-healthy) and vitamin D and B12 ice creams within international markets. It will also launch ice cream with inulin, which, besides less fat, has a lower sugar content. This is an entry into the functional segment with a strong focus on health and wellness concerns, anticipating the medical foods segment.

As for BF Consultores, the near future will bring projects of a greater dimension, complexity and collaborative nature, in industries such as energy and digital technologies. Areas such as decarbonisation through renewable energies, specifically hydrogen and related projects, will lead to work with business models for this new economy, based on economic maximisation, along with carbon neutrality. They will also lead to an intensive exploration of hybrid and more complex financing mechanisms at both national and European levels.

A BF CONSULTORES CONTA COM 27 ANOS DE EXISTÊNCIA

BF CONSULTANTS HAS BEEN AROUND FOR 27 YEARS

DIFERENTES FORMAS DE CELEBRAR O NATAL

UMA PERSPETIVA CULTURAL
A CULTURAL PERSPECTIVE

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Está a chegar a época das luzes multicolores, das compras frenéticas, do espírito solidário e das melhores receitas de culinária. Quando bate à porta a alegria, iluminando as casas de tons que variam entre o vermelho e o verde, sabemos que o Natal se aproxima. Mas, se por cá as nossas mesas se enchem do famoso e tradicional bacalhau e batatas cozidas regadas a azeite, ou do irresistível peru, como será noutros países? Haverá também a tradição de dar e receber prendas? E assistir em família ao filme «Sozinho em Casa»? A ***V&G*** viajou por quatro países e procurou saber como é o Natal em algumas culturas diferentes, trazendo até si algumas curiosidades.

The season of multicoloured lights, frantic shopping trios, of the spirit of togetherness and the finest culinary treats is almost with us. When rejoicing knocks on the door, lighting up the houses with shades of red and green, we know that Christmas is approaching. But if out tables here are filled with the famous and traditional cod and boiled potatoes drizzled with olive oil, or the irresistible turkey, what will it be like in other countries? Will there also be a tradition of giving and receiving gifts? And watch the film «*Home Alone*» with the family? ***V&G*** has travelled through four countries, on a quest to find out how Christmas is in some different cultures and brings you some curiosities.

NORUEGA: ESCONDER AS VASSOURAS

Pode parecer estranho, mas na Noruega escondem-se as vassouras. Já com séculos de existência, a tradição dita que é necessário arranjar um sítio seguro para camuflá-las. Porquê? Antigamente, acreditava-se na existência de bruxas e espíritos malignos e, na véspera de Natal, dizia que apareciam em todas as casas para roubar as vassouras e voarem. À parte histórias assustadoras, o que não se esconde, e ainda bem, é o cardápio de Natal, que inclui doçarias como biscoitos *goro*, *krumkaler* ou *berlinekrans*. Para prato principal, costeletas de porco e bacalhau. Falta ressaltar as casas de pão de gengibre, feitas com o doce mais popular da época, o *pepperkake*, e o Pai Natal que, na verdade, tem outro nome na Noruega: *Julenisse*.

NORWAY: HIDE YOUR BROOMS

It may seem strange, but in Norway they hide the brooms. This centuries-old tradition dictates that you need to find a safe place to camouflage your brooms. Why? In the olden days, people believed that there were witches and evil spirits and on Christmas Eve they were said to appear in every house to steal the brooms and fly away. Apart from scary stories, the Christmas menu includes sweets, such as *goro*, *krukake* or *berlinerkranser* cookies. For main course pork chops and codfish. Other highlight include Gingerbread houses, made with the most popular sweet of the season, *pepperkake*, and Father Christmas, who actually has another name in Norway: *Julenisse*.

ÁUSTRIA: FUGIR DO KRAMPUS

Ainda que pareça *Halloween*, o Natal da Áustria conta com o aparecimento de uma criatura demoníaca, chamada *Krampus*. Diz-se que, para os malcomportados, o castigo aparece em forma de dois cornos, uma cara enrugada e uma expressão aterrorizadora. Na véspera de Natal, os jovens vestem-se de *Krampus* e vagueiam pelas ruas, amedrontando as crianças com correntes e sinos. Relativamente ao Pai Natal, denominado *Weihnachtsmann*, deve dizer-se que não é o único protagonista desta época – *Christkind* é uma outra figura importante, uma espécie de anjo, de cabelos douradas, que se encarrega de distribuir os presentes na noite de Natal. Outro facto é que a Áustria não utiliza árvores artificias para fins natalícios e, pelas ruas, são muitas as lojas que se destinam à venda de pinheiros naturais.

O NATAL DA ÁUSTRIA CONTA COM O APARECIMENTO DE UMA CRIATURA DEMONÍACA, CHAMADA *KRAMPUS*

AUSTRIA: ESCAPE THE KRAMPUS

Although it may seem like Halloween, Christmas in Austria features the appearance of a demonic creature called the *Krampus*. It is said that if you've been naughty, your punishment appears in the form of two horns, a wrinkled face and a terrifying expression. On Christmas Eve, youngsters dress up as the *Krampus* and roam the streets, frightening children with chains and bells. As to Father Christmas, known locally as the *Weihnachtsmann*, it must be said that he is not the only protagonist of this season. The *Christkind* or the 'Christ-Child' is another important figure, a kind of angel with golden hair, who is in charge of handing out the presents on Christmas Eve. Another fact is that Austrians aren't particularly keen on artificial trees for Christmas purposes and traditional natural fir trees are sold in many outlets.

AUSTRIA'S CHRISTMAS FEATURES THE APPEARANCE OF A DEMONIC CREATURE CALLED THE *KRAMPUS*

UCRÂNIA: 13 DIAS DE DIFERENÇA

Sim, os ucranianos festejam o Natal. E não, não estão atrasados. 7 de janeiro é o dia em que a Ucrânia celebra o Natal, uma vez que o cristianismo ortodoxo se rege pelo calendário juliano, que conta com 13 dias de diferença. A ceia ocorre no dia 6 e, o mais impressionante, é que nela existe a tradição dos 12 pratos diferentes sobre a mesa, que representam os 12 apóstolos de Jesus Cristo. Já a comida típica varia entre sopa, bolinhas de massa, cogumelos, peixe e muitos biscoitos. Num lugar de honra, não pode ainda faltar o *didukh*. Trata-se de um ramo festivo de trigo, uma espécie de objeto conector entre os espíritos dos antepassados e os vivos. Consta-se ainda que a ceia só começa quando a primeira estrela cadente da noite for avistada e, aí sim, acende-se a vela, reza-se e sacia-se o apetite. A cerimónia do nascimento de Jesus é no dia seguinte e, ao contrário do que é comum, a troca de presentes só é feita no *Réveillon*. Os dias 7, 8 e 9 são feriados, reservando tempo para aquilo que a cultura ucraniana mais preza: a família. Só mais uma informação: a época natalícia acaba em perfeição quando se avista uma aranha na árvore de Natal. Estas criaturas são vistas como potenciadoras da sorte. Reza a lenda que quem as encontrar terá um ano repleto de riqueza.

7 DE JANEIRO É O DIA EM QUE A UCRÂNIA CELEBRA O NATAL

UKRAINE: THE 13 DAYS BEHIND

Yes, Ukrainians celebrate Christmas. And no, they are not late. January 07 is the day Ukraine celebrates Christmas, since Orthodox Christianity is governed by the Julian calendar, which is 13 days behind its Gregorian counterpart. Christmas dinner takes place on the 6th and, the most impressive thing is that there is a tradition of 12 different dishes on the table, representing the 12 apostles of Jesus Christ. Traditional food varies between soup, dumplings, mushrooms, fish and many kinds of cookies. In a place of honour, there is also the *didukh*. This is a festive sheaf of wheat, a type of object that connects the spirits of the ancestors with the living. It is also said that the Christmas dinner only begins when the first shooting star of the night has been seen, and then a candle is lit, prayers are said and appetites are sated. The ceremony of the birth of Jesus takes place the following day and, contrary to common practice, presents are only exchanged on New Year's Eve. The 7th, 8th and 9th are public holidays, allowing time for what Ukrainian culture cherishes most: family. Just one more piece of information: the Christmas season ends perfectly, at the moment a spider in spotted on the Christmas tree. These creatures are seen as bearers of good fortune. Legend has it that whoever finds them will enjoy a year full of wealth.

JANUARY 7 IS THE DAY UKRAINE CELEBRATES CHRISTMAS

FINLÂNDIA: SEM SAUNA, NÃO HÁ NATAL

Grande parte das comemorações acontecem na véspera de Natal. Entre muitas cervejas e canções natalícias, o meio-dia chega, e é hora de assistir à proclamação da «Paz de Natal», realizada pelo secretário municipal da cidade de Turku. Trata-se de uma tradição que remonta à Idade Média, em que o sentimento de paz é recuperado na saudação natalícia dos nórdicos, a partir de um discurso que é transmitido pelos meios de comunicação. Segue-se a missa de Natal, que ocorre durante a tarde ou no início da noite e, claro, a principal refeição do dia: o pernil de porco com puré de rutabaga e cenoura. Mas o dia não acaba enquanto o finlandês não trocar umas melodias natalícias com a sauna. É um momento fulcral, que aviva o espírito de Natal. O final da noite é reservado às crianças, que recebem nas suas casas o adorado Pai Natal.

Podemos dizer-lhe que, aqui, o Natal é mágico. A neve cobre a Finlândia de um manto branco e o sol só aparece das 10h00 às 14h00, permitindo que as luzes natalícias se apoderem da paisagem, como se de milhões de pirilampos cintilantes se tratassem.

FINLAND: NO SAUNA, NO CHRISTMAS!

Most of the celebrations take place on Christmas Eve. After a slew of beers and Christmas carols noon comes along, and it is time to watch the proclamation of «Christmas Peace», made by the municipal secretary of the city of Turku. This is a tradition that dates back to the Middle Ages, in which the true sentiment of peace is upheld in this Nordic Christmas greeting, in a speech that is broadcast every year by the media. This is followed by the Christmas mass, which takes place during the afternoon or early evening, and of course the main meal of the day: pork shank with mashed swede and carrots. And the day doesn't end until the Finn has exchanged some Christmas tunes with a sauna. Thus is a pivotal moment, which brightens the Christmas spirit. The end of the evening is reserved for children, who receive the beloved Father Christmas in their homes.

It's fair to say that Christmas is truly magical here. Snow covers Finland with white and the sun only appears from 10 am to 2 pm, allowing the Christmas lights to take over the landscape like millions of twinkling fireflies.

NATURA

nature side apartments

porto - matosinhos

T1 – T4

30 mil m2
jardins privados

telhabel GROUP

HERNÂNI DIAS
Presidente da Câmara Municipal de Bragança |
Mayor of Bragança Municipal Council

BRAGANÇA: DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E COMPETITIVIDADE

Bragança é, hoje, sinónimo de um território atrativo, próximo, dinâmico, inteligente e acolhedor, capaz de competir com outros territórios da Europa nos índices de desenvolvimento e qualidade de vida. São conhecidos vários estudos independentes que, nas três dimensões, Negócios (Investimento), Visitar (Turismo) e Viver (Talento), nos colocam em lugares honrosos.

Nos últimos anos, Bragança tem olhado para o concelho como um todo e para a região como um parceiro estratégico. Só assim foi possível aumentar a atratividade, fortalecer a economia, criar emprego, aumentar e diversificar a oferta cultural e turística e contribuir para uma maior coesão territorial.

O Desenvolvimento Económico e Competitividade tem sido um pilar estratégico e prioritário na nossa atuação, na senda de mais riqueza, mais emprego e coesão territorial. Neste contexto, trabalhamos, com determinação, para captar mais empresas para Bragança.

Num processo de afirmação, destaco a posição cimeira de Bragança nas dinâmicas do comércio internacional, sendo o 10.º concelho mais exportador da Região Norte, com um volume superior a 730 milhões de euros. De destacar também o Parque de Ciência e Tecnologia – Brigantia Ecopark, que está vocacionado para acolher empresas de base tecnológica de baixo impacto ambiental, contando já com 75 empresas e 327 colaboradores, dos quais 96% são qualificados ou altamente qualificados.

A sustentabilidade ambiental é um desiderato que prosseguimos diariamente, através da implementação de várias medidas / projetos que promovam a mobilidade sustentável, a aposta nas energias renováveis e a necessária poupança energética – tão importante nos dias conturbados que vivemos.

Somos um dos concelhos mais seguros do país e com uma qualidade de vida invejável. São menos de 15 minutos, a pé ou de bicicleta, de casa ao trabalho, à escola dos filhos, ao supermercado, ao hospital ou ao ginásio.

A pandemia alterou o paradigma do trabalho e do turismo e criou novas oportunidades para os destinos do interior do país. Neste campo, Bragança dispõe de fortes ativos, tais como a natureza, o património, a riquíssima gastronomia, a cultura, as tradições e, de forma especial, a hospitalidade das gentes.

Se existe um território único para Viver, Visitar e Investir, é, sem dúvida, «Bragança, Naturalmente!» Aguardamos a sua visita.

BRAGANÇA: ECONOMIC DEVELOPMENT AND COMPETITIVENESS

Bragança is, today, the image of an attractive, close, dynamic, intelligent and welcoming territory, able to compete with other territories in Europe in terms of development and quality of life. Several independent studies have been published, in which we have performed honourably in the three areas of Business (Investment), Visiting (Tourism) and Living (Talent).

In recent years Bragança has looked at the municipality as a whole and at the region as a strategic partner. This is the only way to increase attractiveness, strengthen the economy, create jobs, increase and diversify its range of cultural and touristic offerings and contribute to a greater territorial cohesion.

Economic Development and Competitiveness has been a strategic, prioritised pillar behind our performance, on the path to more wealth, more jobs and territorial cohesion. In this context, we are working, with determination, to attract more companies to Bragança.

In a process of affirmation, I highlight Bragança's leading position in terms of international trade, being the 10th most exporting municipality in the North Region, with a volume of more than 730 million Euros. We should also highlight the Science and Technology Park – Brigantia Ecopark, which is designed to welcome low environmental impact technology-based companies, and already has 75 companies and 327 employees, 96% of whom are qualified or highly qualified.

Environmental sustainability is something we aspire to on a daily basis, through the implementation of various measures/projects that promote sustainable mobility, investment in renewable energies and saving energy – so important in these troubled days we live in.

We are one of the safest municipalities in the country and with an enviable quality of life. It takes less than 15 minutes to walk or cycle from home to work, to your children's school, to the supermarket, the hospital or the gym.

The pandemic changed the work and tourism paradigm and created new opportunities for destinations in the interior of the country. In this field, Bragança has strong assets, such as nature, heritage, rich gastronomy, culture, traditions and, especially, the hospitality of its people.

If there is a unique territory to Live, Visit and Invest, it is, without a doubt, «Bragança, Naturally!» We look forward to your visit.

Poupe até 60%

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

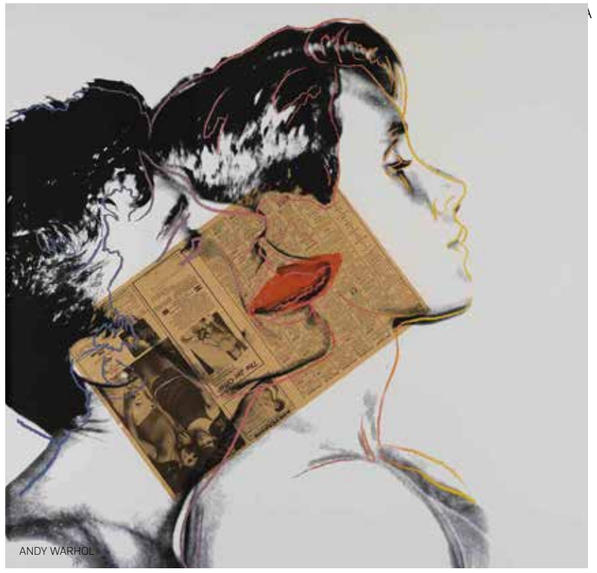
TRATAMOS DE TUDO POR SI.

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.


ANDY WARHOL

PICASSO

PAULA REGO

ROBERTO CHICHORRO

JÚLIO RESENDE

JÚLIO POMAR

EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL DE GRANDES MESTRES

INTERNATIONAL EXHIBITION OF GREAT MASTERS

BAIÃO REÚNE 63 OBRAS DOS MAIORES NOMES DA PINTURA

BAIÃO BRINGS TOGETHER 63 WORKS BY THE GREATEST NAMES IN PAINTING

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Obras de Pablo Picasso, Salvador Dali, Roberto Chichorro e Andy Wharol são algumas das surpresas que o Mosteiro de Santo André de Ancede lhe reserva. Depois de um projeto de reabilitação, assinado por Álvaro Siza Vieira, o convento abre as portas a uma icónica exposição, que reúne os melhores artistas da história da arte. De terça a domingo, das 10h00 às 18h00, a *Exposição Internacional de Grandes Mestres* está aberta ao público de forma gratuita. Conheça todos os pormenores, com a ***V&G***.

Grandes Mestres é o nome da exposição internacional que assinala a reabertura do Mosteiro de Santo André de Ancede, em Baião. Com um investimento de 3,4 milhões de euros, o projeto de restauração do convento decorreu ao longo de 15 meses, durante os quais Álvaro Siza Vieira, o autor do projeto, quis preservar as marcas da passagem do tempo. A abertura do mosteiro, a 15 de outubro, ficou assinalada pela presença de Ana Abrunhosa, a Ministra da Coesão Territorial e, com um máximo de 20 pessoas por grupo e visitas feitas por marcação, assim se realizou o primeiro dia da exposição. De notar que o Centro Cultural pertence à Câmara Municipal de Baião desde 1985, mas outrora teve outras funcionalidades. Da sua origem só se sabe que remonta aos tempos que antecedem à fundação de Portugal e, portanto, nada melhor do que um local histórico para servir de palco a uma exposição sem precedentes.

Works by Pablo Picasso, Salvador Dali, Roberto Chichorro and Andy Warhol are some of the surprises in store for you at Santo André de Ancede Monastery. After a restoration project, designed by Álvaro Siza Vieira, the monastery opens its doors to an iconic exhibition, which brings together some of the best artists in the history of art. Tuesday to Sunday, from 10 am to 6 pm, the *International Exhibition of Great Masters* is open to the public free of charge. Find out all the details, with ***V&G***.

Great Masters is the name of the international exhibition that marks the reopening of the Santo André de Ancede Monastery, in Baião. With an investment of 3.4 million Euros, the building's restoration project took 15 months, during which Álvaro Siza Vieira, the project's architect, chose to preserve the marks of the passage of time. The opening of the monastery, on October 15, was marked by the presence of Ana Abrunhosa, Minister for Territorial Cohesion, and, with a maximum of 20 people per group and visits made by appointment, this was how the first day of the exhibition took place. It should be noted that the Cultural Centre has belonged to the Municipality of Baião since 1985, but once had other functions. All that is known about its origin is that it dates back to the days before the foundation of Portugal and, therefore, what could be better than a historic site to serve as the stage for an unprecedented exhibition.

GRANDES MESTRES JUNTA OS MAIORES VULTOS DA ARTE CONTEMPORÂNEA

Inusitada e rara são os adjetivos que melhor qualificam a experiência da *Exposição Internacional Grandes Mestres*, constituída por mais de meia centena de obras de arte que se destinam a qualquer gosto, graças à diversidade oferecida. O Presidente da Câmara Municipal de Baião, Paulo Pereira, explica que a exposição marca a inauguração de uma nova arquitetura, mas também de uma nova visão, garantindo ser uma oportunidade para a comunidade estabelecer relações mais profundas com a arte. Inegável será afirmar que a exposição contribuirá para um destaque vincado de Baião no panorama cultural e histórico do país. Expostas estão obras pertencentes às coleções privadas de mais de 20 colaboradores, tanto internacionais como nacionais. O caráter único da exposição reside no facto de algumas obras estarem a ser exibidas pela primeira vez ao público. Trata-se de uma experiência a não perder, que inclui trabalhos que, normalmente, residem em espaços privados, inclusive, de proprietários que optam pelo anonimato.

A curadoria da exposição é de Cabral Pinto, o *design* gráfico de Paulo Passos; a arquitetura e *design* expositivos, da Glorybox; e a organização, a cargo de Tiago Feijó. Destinada a públicos exigentes, *Grandes Mestres* junta os maiores vultos da arte contemporânea, estimulando, consequentemente, o crescimento socioeconómico da região, com o seu caráter exclusivo. Revela, na verdade, uma descentralização na oferta cultural, sobressaindo-se também por se desviar dos circuitos convencionais.

Para contemplar, há arte plástica com muita história. Picasso remonta às manifestações desconcertantes, numa altura em que o cubismo dominava. Delaunay está presente com o abstracionismo, marcado pela utilização ousada da cor e um jogo entre tons e profundidade. No surrealismo, aparece Dali, com as suas combinações peculiares e oníricas. Uma série de obras da artista Paula Rego marca, inclusive, presença no Centro Cultural de Baião, assim como muitos outros trabalhos de personalidades icónicas, cujos nomes dispensam grandes apresentações.

Por tudo isto, não deixe de visitar a *Exposição Internacional de Grandes Mestres*, um universo onde não existe passado ou presente, apenas obras intemporais.

GRAND MASTERS BRINGS TOGETHER THE GREATEST FIGURES OF CONTEMPORARY ART

Unusual and rare are the adjectives that best qualify the experience of *International Exhibition of Great Masters*, consisting of over fifty works of art that are suitable for any taste, thanks to the diversity on show. The Mayor of the Municipality of Baião, Paulo Pereira, explains that the exhibition marks the opening of a new architecture, but also of a new vision, ensuring it is an opportunity for the community to establish a deeper relationship with art. It is undeniable that the exhibition will contribute to highlighting Baião within the cultural and historical arena of the country. On display are works belonging to the private collections of more than 20 collaborators, both international and national. The unique character of the exhibition lies in the fact that some works are being exhibited to the public for the first time. This is an experience not to be missed, which includes works that are normally only found in private spaces, including those by owners who choose to remain anonymous.

The exhibition is curated by Cabral Pinto; the graphic design by Paulo Passos; the exhibition architecture and design by Glorybox; and the organisation by Tiago Feijó. Intended for discerning audiences, *Great Masters* brings together the greatest figures of contemporary art, stimulating, as a result, the socio-economic growth of the region, with its exclusive nature. Indeed, this reveals a decentralisation in cultural events, while also standing out for deviating from conventional circuits.

Visitors can contemplate fine art with a great deal of history. Picasso goes back to the disconcerting manifestations, at a time when Cubism dominated. Delaunay is present with abstractionism, marked by the bold use of colour and the interplay between tones and depth. In surrealism, Dali appears, with his peculiar and dreamlike combinations. A series of works by the artist Paula Rego is also present at the Cultural Centre of Baião, as well as many other works by iconic personalities, whose names need no introduction.

For all this, be sure to visit the *International Exhibition of Great Masters*, a universe where there is no past or present, only timeless works.

VIEIRA DA SILVA

SINGAPURA

A PÉROLA ASIÁTICA
THE PEARL OF ASIA

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

Não é a *Viagem ao Centro da Terra*, mas é certamente capaz de lhe tirar o fôlego. A proposta passa por embarcar até ao Sudoeste Asiático, aterrando na República de Singapura. Lá, o futuro acontece em tempo presente, e não são apenas as paisagens que fazem dela uma em um milhão. Distribuindo o território por 63 ilhas, Singapura é hoje um dos países mais ricos do mundo, com uma população de 5,64 milhões de habitantes.

Singapura é um destino fora do habitual. Tudo está meticulosamente canalizado para o futuro e prova disso é a sustentabilidade, que já é uma máxima de longa data. Falamos de uma cidade verde, que floresceu das necessidades do planeta e atuou perante o que dita o código do luxo. Dentro da cidade, criou-se um universo à parte, ao qual o mundo assiste com óculos *3D*.

Pelo que consta, as melhores experiências acontecem entre os meses de dezembro e março, quando a chuva é pouca. Uma vez que o país se encontra próximo da linha do Equador, espere um clima tanto húmido como quente. Certifique-se, também, de que o passaporte corresponde à validade exigida e de que o Certificado Internacional de Vacinação contém a vacina contra a febre amarela. Mas as exigências pré-viagem não devem ser a única preocupação, dado que há um leque de ações que são proibidas em Singapura e que, provavelmente, não fazem parte das sanções do seu país de origem. A organização da República Parlamentarista depende da disciplina e, por isso, repugna o consumo de bebidas alcoólicas, o cuspir no chão, o não descarregar o autoclismo em casas de banho públicas, entre outras interdições que poderão incorrer em coima. A multiculturalidade da cidade-estado é medida pelas quatro línguas oficiais existentes, incluindo o inglês, malaio, mandarim e tâmil. A moeda vigente é o Dólar de Singapura, podendo facilmente converter o seu dinheiro nas casas de câmbio espalhadas pela cidade.

This is no *Journey to the Centre of the Earth*, but it can certainly take your breath away. Our proposition, to set off for South West Asia, landing in the Republic of Singapore. There, the future is happening right now, and it's just the scenery that makes it one in a million. With its territory spread over 63 islands, Singapore is today one of the richest countries in the world, with a population of 5.64 million.

Singapore is not your standard destination. Everything is meticulously geared towards the future, and proof of this is sustainability, which is already a long-standing maxim. We're talking about a green city, which has flourished out of the needs of the planet and acted according to the dictates of luxury. Within the city, a separate universe has been created, which the world watches through 3D glasses.

By all accounts, the best experiences can be enjoyed between the months of December and March, when there not so much rain. Given that the country is close to the equator, expect both humid and hot weather. Also make sure your passport has the required validity and that your International Vaccination Certificate shows you've been vaccinated against yellow fever. But pre-trip requirements shouldn't be your only concern, as there are a range of actions that are prohibited in Singapore, which is probably not the case in your home country. The organisation of the Parliamentary Republic depends on discipline and therefore frowns on the consumption of alcoholic drinks, spitting on the floor, not flushing the toilet in public toilets, among other prohibitions that may incur a fine. The multicultural status of the city-state can be measured in its four official languages, which include English, Malay, Mandarin and Tamil. The currency is the Singapore Dollar and you can easily exchange your money at exchange bureaus throughout the city.

Para uma experiência completa, recomenda-se a estada na Marina Bay Sands. Elevado da baía, o hotel é maior do que a Torre Eiffel, oferecendo casino, piscinas, mais de 20 opções gastronómicas e acesso direto ao Shopping Center e ao Museu ArtScience.

Bem instalado? Passemos aos pontos turísticos, disponíveis para todos os gostos e feitios. A primeira paragem é no Merlion Park. O destaque vai, não só para a paisagem, como para a estátua de um ser mítico, com metade do corpo em forma de leão e a outra metade em forma de peixe. Com mais de nove metros, faça-lhe uma vénia e apresente-se à mascote de Singapura. Segue-se a Singapore Flyer, a famosa roda gigante da cidade-estado. Alberga 784 passageiros e mede 175 metros de altura. Do seu topo, conseguirá avistar parte do território da Indonésia e da Malásia, basta olhar com atenção. Antes de seguir para o Buddha Tooth Relic, passe pela Helix Bridge, uma das pontes mais bonitas do mundo, que funciona como zona de exposições de arte; e, claro, nos Gardens by the Bay, que se assemelham a casinhas mágicas saídas de um conto de fadas. Caso goste de meditar, o templo budista Kong Meng San Phor Kark See é o local ideal, exibindo uma fachada repleta de ostentação. Ao lado, fica o templo Sri Mariamman, o mais antigo da cidade. Se a mitologia o

For a full experience, we would recommend staying at Marina Bay Sands. Perched above the bay, the hotel is larger than the Eiffel Tower, and boasts a casino, swimming pools, more than 20 dining options and direct access to the Shopping Centre and ArtScience Museum.

Have you fully acclimatised now? Let's move on to the sights, which can be found to suit all tastes and moods. The first stop is Merlion Park. Highlights not only include its scenic beauty, but also the statue of a mythical being, with half of its body in the shape of a lion and the other half in the shape of a fish. At over nine metres tall, bow down and introduce yourself to Singapore's mascot. Next up is the Singapore Flyer, the city-state's renowned ferris wheel. It can carry 784 passengers and is 175 metres high. From its top, if you look carefully, you can see part of Indonesia and Malaysia. Before heading to the Buddha Tooth Relic, go over the Helix Bridge, one of the most beautiful bridges in the world, which serves as an art exhibition area; and, of course, the Gardens by the Bay, which resemble magical fairy-tale houses. If you like to meditate, the Buddhist Kong Meng San Phor Kark See Temple is the place to be, with its ostentatious façade. Next door stands the Sri Mariamman Temple, the oldest in the city. If mythology fascinates you, take time to take

UMA CIDADE VERDE, QUE FLORESCEU DAS NECESSIDADES DO PLANETA

A GREEN CITY, WHICH HAS FLOURISHED OUT OF THE NEEDS OF THE PLANET

LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES

A MULTICULTURALIDADE DA CIDADE-ESTADO É MEDIDA PELAS QUATRO LÍNGUAS OFICIAIS

fascina, conheça a recriação de deuses e figuras mitológicas dispostas no recinto.

A paragem que se segue é a Chinatown. A diversidade cultural que reúne é surpreendente. É o sítio que o permitirá conhecer diferentes gastronomias, pessoas e tradições. Só não se perca, porque há muito para explorar. E, finalmente, se a caminhada lhe deu calor, e está na hora de se refrescar na Praia de Palawan, de águas cristalinas e ondas pacatas. Mais tarde, acabe o dia no Singapore Night Safari ou no Singapore Botanic Gardens, ambos inspiradores e proporcionadores de aventura. *Chilli Crab* e *Satay* com molho de amendoim são alguns dos pratos que lhe aparecerão no cardápio ao jantar, mas nada tema, é tudo delicioso. A aventura prolongar-se-á por mais dias, visto que ainda há muito para descobrir e saborear. Descanse e retorne no dia seguinte, preparado para se conectar de corpo e alma com a cidade do futuro.

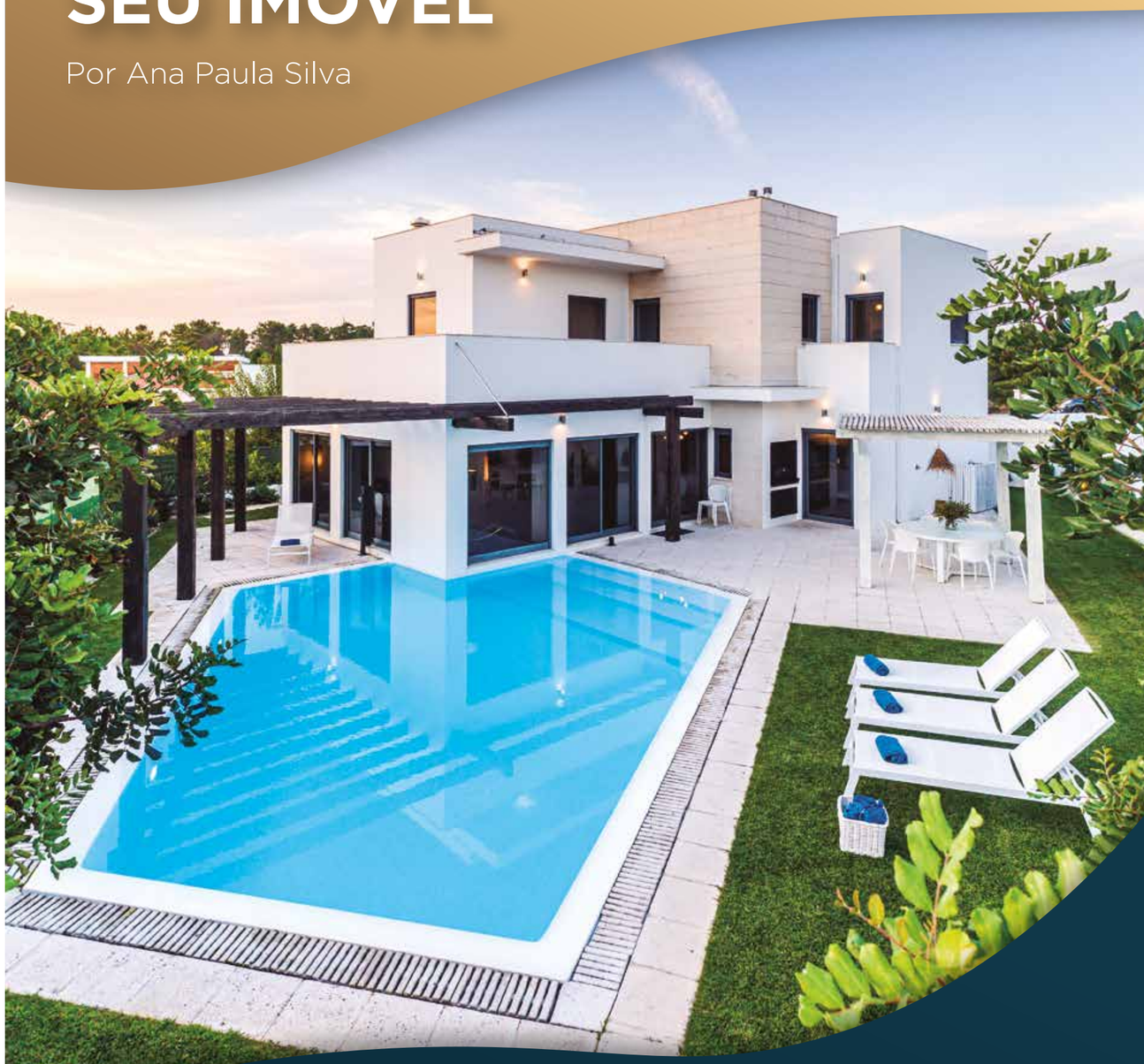
THE MULTI-CULTURAL STATUS OF THE CITY-STATE CAN BE MEASURED IN ITS FOUR OFFICIAL LANGUAGES

a look at the gods and mythological figures recreated and arranged in the temple concourse.

The next stop is Chinatown. The cultural diversity it contains is amazing. Here you'll be able to experience a host of different cuisines, people and traditions. Just don't get lost, because there is so much to explore. If the thought of strolling through the city is already making you feel hot, it's time to cool down at Palawan Beach, with its crystal-clear waters and gentle waves. Later, end the day at the Singapore Night Safari or the Singapore Botanic Gardens, both inspiring and adventure-packed. Chilli crab and satay chicken skewers are some of the dishes that will appear on your dinner menu, but there's no need to worry, the whole menu is delicious. The adventure will continue for more days, as there is still so much to discover and savour. Take it easy and return the next day, ready to connect body and soul with the city of the future.

POTENCIALIZE A VENDA DO SEU IMÓVEL

Por Ana Paula Silva



CRYSTAL
IMÓVEIS

Extrair o verdadeiro valor e ocupar-se dos mínimos detalhes de forma rápida e eficaz é a função da Crystal Imóveis.

@CRYSTALIMOVEIS.PT

WWW.CRYSTALIMOVEIS.PT ■ IMOVEIS@CRYSTALIMOVEIS.PT ■ +351 917 450 706

kw SELECT KELLERWILLIAMS Brown Select - Mediação Imobiliária, Lda. Licença AMI 16607

HOTEL COWORTH PARK

ONDE A VIDA TEM OUTRO SABOR
WHERE LIFE HAS ANOTHER FLAVOUR

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Inserido num país cuja história remonta ao século X, o Hotel Coworth Park é o encontro ideal para amantes da natureza. The Dorchester Collection comprometeu-se a idealizar um espaço que refletisse as raízes dos seus antepassados e, em simultâneo, fizesse jus à filosofia do *country*, que dispensa geometrias exatas e tentativas artificiais de perfeição. De mãos dadas com o luxo, a propriedade garante jornadas espirituais de outro mundo, carregando cinco estrelas de conforto, excelência, e, claro, palatos únicos. Está na altura de desacelerar o ritmo frenético do quotidiano e conhecer o Hotel Coworth Park, o lugar onde a vida tem outro sabor.

Stood in a country the history of which dates back to the 10th century, Coworth Park Hotel is the ideal setting for nature lovers. The Dorchester Collection undertook to create a space that would reflect the roots of its ancestors and at the same time do justice to the country philosophy, which dispenses with exact geometries and artificial attempts at perfection. Hand in hand with luxury, the property guarantees spiritual journeys from another world, bursting with five stars of comfort, excellence, and, of course, unique flavours. It's time to slow down the frenetic pace of everyday life and visit Coworth Park Hotel, the place where life has another flavour.

Inserido na paisagem campestre de Berkshire, o Coworth Park garante uma experiência sensorial ímpar, aliando o serviço *premium* à Mãe Natureza. Aberto quase 365 dias por ano, o local molda todas as estações ao conforto e felicidade dos hóspedes. O verão é sinónimo de um prado de flores silvestres deslumbrantes. As noites de inverno resultam em conversas profundas à volta da fogueira. E o outono possibilita caminhadas pelos longos e coloridos corredores traçados pelas folhas outonais. Mas nada disto seria possível se não houvesse história por detrás. Recuemos no tempo.

Era o ano de 1066 quando Eduardo, o último rei de Inglaterra, concedeu o terreno do atual hotel à Abadia de Westminster. Mas foi em 1776 que nasceu a Coworth House, pertencente ao comerciante William Shepheard, que a designou com o nome da aldeia local – Coworth. Passando, depois, por várias gerações e figuras ilustres como o príncipe e princesa de Gales e um Conde de Derby, foi em 2010 que The Dorchester Collection viu o potencial da casa de campo. Vislumbrou um trevo de quatro folhas, raro e puro, e, desde aí, nunca abriu mão dele. A propriedade sofreu bastantes remodelações, incluindo, atualmente, 240 hectares de parque pitoresco, um centro equestre, campos de polo, clube infantil e múltiplas atividades ao ar livre.

Set in the Berkshire countryside, Coworth Park ensures a unique sensory experience, combining premium service with Mother Nature. Open almost 365 days a year, the venue shapes every season to the comfort and happiness of its guests. Summer is synonymous with a meadow of stunning wildflowers. Winter evenings result in convoluted conversations around the fire. And autumn enables walks through the long, colourful corridors outlined by autumnal leaves. But none of this would be possible if there was no history behind it. Let's go back in time.

It was the year 1066 when Edward the Confessor, the last Anglo-Saxon king of England, granted the land of the current hotel to Westminster Abbey. But it was in 1776 that Coworth House was born, belonging to the merchant William Shepheard, who named it after the surrounding hamlet of Coworth. Passing then through several generations and owners, including the sheriff of London and the Early of Derby, it even welcomed the Prince and Princess of Wales (the future King Edward VII) when they stayed there on two occasions. The Dorchester Collection saw the potential of the country house in the first decade of the new century. In it, it saw a rare gem, and hasn't let go since. It put the property through a complete restoration and opened in September 2010. It currently boasts 240 acres of picturesque

A estadia começa pela preferência entre quartos e suítes, todos eles frescos e iluminados, com um charme rural único. Comecemos pelas opções mais simples. O *Stable Superior Room* é um espaço tranquilo e cómodo, já o *Stable Deluxe Room* é um esconderijo em que ninguém o conseguirá encontrar, com uma área de estar ao ar livre, perfeita para conversas descontraídas à luz das velas. Para os que gostam de grandes janelas e vistas sem molduras, o *Mansion House Superior Room* é o que procura. Mas a elite da categoria de quartos é o *Mansion House Deluxe Room*, um lugar espaçoso e arejado, em que o conforto é a prioridade. É um segredo por desvendar, não se arrependerá de descobrir o que tem reservado para si. Caso escolha pernoitar nas suítes, poderá ficar dividido com o charme sublime intrínseco a cada uma. Dentro do universo do luxo, a mais modesta

EXPERIÊNCIA SENSORIAL ÍMPAR

parkland, an equestrian centre, polo fields, a kids club and multiple outdoor activities.

The stay starts with a choice between rooms and suites, all of which are fresh and bright, with a unique rural charm. Beginning with the simplest options, the *Stable Superior Room* is a peaceful, comfortable space, while the *Stable Deluxe Room* is a hideaway where no one will be able to find you, with an outdoor sitting area perfect for relaxed candlelit conversations. For those who like large windows and magnificent views, the *Mansion House Superior Room* is what you're looking for. But the top spot among the roomsgoes to the *Mansion House Deluxe Room*, a spacious and airy place where comfort is the priority. One of the hotel's best-kept secrets, you won't regret discovering what's in store for you. Should you choose to stay overnight in the

UNPARALLELED SENSORY EXPERIENCE

O HOTEL RESERVA-LHE O MELHOR GOURMET

é a *Stable Junior Suite*, um retiro com vistas que acalmam os pensamentos e fazem desaparecer as tristezas da vida. Pelo caminho, encontramos a *Mansion House Junior Suite*, a *Mansion House Executive Suite*, a *Cottage Executive Suite*, até chegar ao topo da hierarquia, em que nos deparamos com o emblema do luxo, a *Mansion House Premium Suite*. De coração rural, cores vincadas e ambiente leve, a suíte garante uma conexão forte com o local. O *design* que reúne distancia-a de todas as outras, graças à criação de um ambiente que reflete a identidade do Coworth Park. Mas a propriedade presenteia-o com mais duas opções: a *North Lodge*, uma casa de campo privada, que reúne três quartos, uma cozinha de última geração e um idílico jardim; e a idêntica casa *Dower House*, ideal para famílias numerosas.

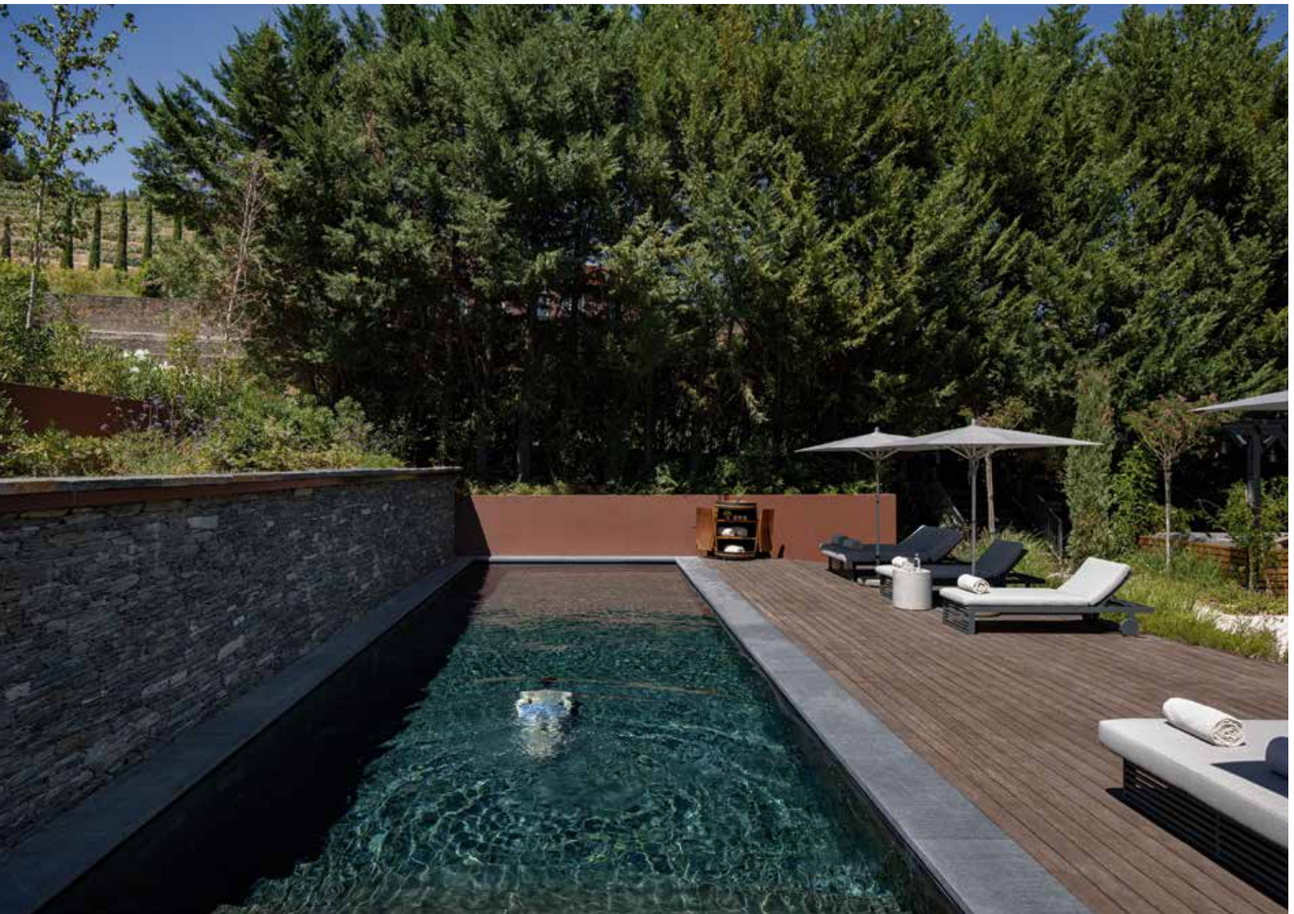
Finalmente, e para saciar desejos, o hotel reserva-lhe o melhor *gourmet* e experiências rejuvenescedoras no *spa*. Agora, abra a janela do quarto e idealize-se rodeado de natureza, a respirar o ar mais doce e limpo que alguma vez experienciou. A agenda do trabalho pode esperar...

THE HOTEL OFFERS YOU THE BEST GOURMET DELIGHTS

suites, you may be overwhelmed by the sublime charm intrinsic to each one. When it comes to the luxury universe of suites, the most modest is the *Stable Junior Suite*, a retreat with views that calm the senses and chase the sorrows of life away. Making our way through the suites, we find the *Mansion House Junior Suite*, the *Mansion House Executive Suite*, and the *Cottage Executive Suite*, until we reach the top of the hierarchy, where we find the icon of luxury, the *Mansion House Premium Suite*. With a country house style, bold colours and a light atmosphere, the suite guarantees a powerful communion with the surroundings. The design it encompasses sets it apart from all the others, thanks to the creation of an environment that reflects Coworth Park's identity. But the property presents you with two more options: the *North Lodge*, a private cottage, which features three bedrooms, a state-of-the-art kitchen and an idyllic country garden; and the *Dower House*, a unique grade II listed house, ideal for large families.

Finally, and to satisfy any cravings, the hotel can offer you the finest gourmet delights and rejuvenating experiences in its spa. Now, open the window of your room and imagine yourself surrounded by nature, breathing the sweetest, cleanest air you have ever experienced. Your work commitments can wait...

sofia andrez INTERIORS



SIX SENSES DOURO VALLEY

POR VEZES, O LAR É APENAS UM SENTIMENTO
SOMETIMES HOME IS JUST A FEELING

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Lar é um sentimento que nos protege e aconchega. Um porto seguro que filtra as tristezas e as preocupações do dia a dia. Inspirado nesse sentimento, o Six Senses Douro Valley desafiou-se a criar o conceito de casa em torno dos seus quartos, suítes e *villas*, mantendo todas e quaisquer comodidades e serviços de um hotel, mas adaptando-se à dimensão que a palavra «lar» acarreta.

O plano passa por proporcionar momentos harmoniosos entre família e amigos, apostando em *villas* fora do comum, com quartos comunicativos, espaços exteriores generosos e, bem, tudo o que preencha os requisitos de uma casa.

Contam-se nove quartos e suítes, incorporados numa área extensa. Logo ao entrar no edifício, somos recebidos por uma zona espaçosa, que nos cumprimenta com a brisa quente da lareira. O ambiente é hospitaleiro, criado para o convívio matinal ao pequeno-almoço. Para os madrugadores, que apreciam uma corrida na companhia do ar fresco da manhã, serve-se o pequeno-almoço continental. Mas também a *Open Kitchen* abre as portas aos demais, para saborearem o delicioso e típico pequeno-almoço da quinta. Durante o dia, o espaço ganha um novo conceito, sendo reconstituído para leituras interessantes ao sabor de um bom vinho de reserva e, na hora do *sunset*, transformado numa zona que emana vibrações festivas, com alegres *cocktails* e bebidas de desfrute.

Na área exterior, os jardins e a piscina são partilhados com o intuito de proporcionar tempo de qualidade, juntando-se ao convívio a paisagem estonteante das vinhas em socalcos. O Six Senses Douro Valley surpreende-o, ainda, com uma piscina de hidromassagem, o *Pool Garden Bar*, e um jardim de ervas aromáticas.

Home is a feeling that protects us and makes us feel cosy. A safe haven that filters the sorrows and worries of everyday life. Inspired by this feeling, Six Senses Douro Valley challenged itself to create the concept of home around its rooms, suites and villas, keeping all and any amenities and services of a hotel, but adapting to the dimension that the word «home» entails.

The plan is to provide harmonious moments for family and friends, committing to standout villas, with communicating rooms, generous outdoor spaces and, well, everything that meets the requirements of a house.

There are nine rooms and suites, incorporated in an extensive area. As soon as you enter the building, you are welcomed by a spacious area, which greets you with the warm glow of the fireplace. The atmosphere is hospitable, created for morning conviviality at breakfast. For the early risers, who enjoy a run in the fresh morning air, a continental breakfast is served. But the Open Kitchen also opens its doors to others, to taste the delicious and typical estate breakfast. During the day, the space takes on a new concept, reconfiguring itself for leisurely reading while enjoying a fine reserve wine and, as the sun sets, transforming into an area that emanates festive vibes, with colourful cocktails and drinks to enjoy.

Outside, the shared gardens and the swimming pool provide convivial quality time, adding to the enjoyment of the stunning landscape of terraced vineyards. Six Senses Douro Valley also surprises you with a hydro massage pool, the Pool Garden Bar and an aromatic herb garden.

SIX SENSES DOURO VALLEY, MAIS QUE UM HOTEL, É UMA FAMÍLIA

Resta agora descobrir um pouco mais sobre o que o interior nos reserva. As duas *Pool Villas* foram inspiradas nos elementos decorativos e arquitetónicos portugueses, proporcionando um elevado nível de conforto e comodidade em moldes contemporâneos. As *villas* são compostas por um ou dois quartos, disponibilizando uma cozinha equipada com tudo o que precisa, zonas de estar e de refeições, frigorífico de vinhos e, claro, lareira. Têm entradas independentes do exterior e incluem piscina aquecida, com máquina de natação contra a corrente, e um *deck* para apanhar sol, acompanhado das espreguiçadeiras que se colocam de frente para as paisagens inspiradoras.

No meio de todo este aconchego, se a vontade for permanecer no seu pequeno mundo e usufruir da paz e conforto do lar, lembre-se de que os Chefs estarão à distância de uma chamada. Porque, mais do que um hotel, o Six Senses Douro Valley é um lar, onde se sentirá sempre em família.

SIX SENSES DOURO VALLEY, MORE THAN A HOTEL, IT'S A FAMILY

Now let's discover a little more about what the interior has in store for us. The two *Pool Villas* were inspired by Portuguese decorative and architectural elements, providing a high level of comfort and convenience in a contemporary style. The villas have one or two bedrooms, with a kitchen equipped with everything you could ever need, living and dining areas, a wine fridge and, of course, a fireplace. They have independent entrances from the outside and include a heated pool, with a counter current swimming machine, and a deck for sunbathing, accompanied by sun loungers facing the inspiring views.

In the midst of all this cosiness, if you feel like remaining in your own little world and enjoying the peace and comfort of home, remember that the chefs will be just a phone call away. Because, more than a hotel, Six Senses Douro Valley is a home, where you will always feel like family.

ACUSHLA
organic olive oil

Mais do que um azeite
Acushla é paixão

www.acushla.com | @acushla_evoo

ACUSHLA
Gold Edition
Azeite Virgem Extra
Extra Virgin Olive Oil | Huile D'Olive Extra Vierge
Biológico | Organic | Biologique
Extraído a Frio | Cold Extraction | Extrait à Froid
DOP/PDO/AOP AZEITE DE TRÁS-OS-MONTES
PORTUGAL
500ml
16,9 fl oz

UTRECHT

ONDE O AMOR CRESCE E VIRA FLOR
WHERE LOVE GROWS INTO A FLOWER

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Para esta 117.ª edição, a *Villas&Golfe* idealizou um destino especial para si. Curioso? Damos-lhe algumas pistas. O que paira no ar é o espírito jovem, assim como a vontade incontornável de pegar numa bicicleta e pedalar sem destino, seguindo ao sabor do vento. Em meados de março, transforma-se num mar de tulipas e o aperto de mão é o cumprimento usual, sendo os beijos e abraços considerados má educação. Falamos de Utrecht, no centro da Holanda.

Cobiçada pelos seus recantos labirínticos, a cidade holandesa partilha de uma veia medieval, que lhe confere mistério e história. Prova disso são os múltiplos museus que a compõem, os monumentos que a embelezam e a arquitetura que nela exibe os seus melhores traços. A partir do momento em que pisa as terras de Utrecht, percebe que a energia é diferente. Da ocupação humana sabe-se que há vestígios que remontam à Idade da Pedra, nesta que foi uma das primeiras cidades dos Países Baixos. Imperadores, bispos e figuras importantes dedicaram a sua vida à reconstrução e aperfeiçoamento da região e, hoje, a «mini-Holanda» é *sui generis*, com um coração alimentado pela memória.

Saída de um conto fantasioso, Utrecht reconhece o seu valor e, caso lhe queira bater à porta, saiba que é dispendiosa. Mas não desanime, porque os canais do rio Reno vão fazê-lo apaixonar-se. Claro que os bares, as lojas e os restaurantes ajudá-lo-ão a intensificar a experiência, em conjunto com a gente culta, jovem e pragmática da cidade holandesa. Talvez seja este o sinal de que precisa para dar o «próximo passo» na relação e juntar-se à lista dos que «vivem felizes para sempre». Mas podemos dar-lhe mais motivos. Acompanhe-nos e tente não se perder nas próximas linhas – as ruas e vielas são muitas. Nesta altura a neve já colou ao chão e cobriu a «mini-Holanda» de branco. Certifique-se de que o *outfit* é quente e prepare-se para uma aventura sobre rodas. A bicicleta leva-nos até aos canais de Utrecht, idênticos aos de Amesterdão. Antigamente, serviam para abrigar depósitos, hoje oferecem passeios, restaurantes e lojas. Aqui, seria uma boa altura para tirar a fotografia de casal ou, então, ir mais longe e surpreender a sua cara-metade com um passeio de barco pelos canais durante uma hora, acompanhado por um guia.

A aventura continua, desta vez, na Dom Tower. Esta é, nada mais, nada menos, que a maior torre da Holanda. Exibindo 112 metros de altura, o ponto turístico é o grande símbolo da cidade, garantindo, no seu topo, uma vista panorâmica de tirar o fôlego, de onde poderá avistar Amesterdão e Roterdão. Seguindo caminho, paramos no DOMunder, o local perfeito para os mais curiosos. A experiência passa por conhecer tanto a história da praça Dom como a de Utrecht, através de um *tour* pelas escavações que deram resposta a muitas das incógnitas que pairavam sobre as origens da pequena cidade. Entre factos e mitos, são partilhadas também convicções sobre acontecimentos que parecem saídos de um conto.

A fome vai acordando do seu sono no momento em que deambulamos pelas ruas recheadas de restaurantes e bares, que emanam aromas de fazer crescer água na boca. A sugestão passa por almoçar no De Zakkendrager, um restaurante holandês que, garantidamente, proporcionará uma viagem gustativa pelas raízes do país. Como entradas, aconselham-se os *Bitterballen*, uma espécie de croquete de carne. Já para o prato principal, opte pelo típico *Stamppot*, feito de puré de batata, vegetais e bacon ou

For this 117th issue, *Villas&Golfe* has chosen a special destination for you. Curious to find out which? Here are some clues. Hanging in the air you'll find its youthful spirit, as well as the unmistakable desire to get on a bicycle and pedal off with no destination in mind, following the wind. In mid-March it is transformed into a sea of tulips and handshakes are the usual greeting, while kisses and hugs are considered bad manners. We're talking about... Utrecht, in the centre of the Netherlands.

Popular for its labyrinthine hidden corners, the Dutch city boasts a medieval flair, which gives it an air of mystery and history. Proof of this can be found in the many museums it contains, the monuments that embellish it and the architecture with which it displays its best features. From the moment you set foot in Utrecht, you realise that the energy is different here. There are traces of human occupation dating back to the Stone Age in what was one of the Netherlands' first cities. Emperors, bishops and important figures dedicated their lives to rebuilding and improving the region and, today, the «mini-Holland» is truly one-of-a-kind, with its heart fuelled by memory.

Straight out of a fantasy-filled tale, Utrecht is fully aware of its value and, should you want to knock on its door, know that it is expensive. But don't be discouraged, because the canals of the River Rhine will make you fall in love with it. Of course, the bars, the shops and the restaurants will help you intensify the experience, along with the cultured, young and pragmatic people of the Dutch city. Maybe this is the sign you need to take the «next step» in the relationship and join the list of those who «live happily ever after». But we can give you more reasons. Come with us and try not to get lost in the following lines, many are the streets and alleys. By now the snow may have already settled on the ground and covered «mini-Holland» with white. Make sure you wear a warm outfit and get ready for an adventure on wheels. Cycling takes you to Utrecht's canals, which are just like the ones you see in Amsterdam. Once home to warehouses, today they offer walkways, restaurants and shops. Here, it would be a good time to take a couple photo or take things even further and surprise your better half with an hour-long boat ride along the canals, accompanied by a guide.

The adventure continues, now in the Dom Tower, which is nothing less than Holland's tallest church tower. Boasting 112 metres in height, the tourist spot is the great symbol of the city, guaranteeing a breath-taking panoramic view from its top, from where you can see Amsterdam and Rotterdam. Continuing on our way, we stop at the DOMunder, the perfect place for eager visitors. The experience involves learning about both the history of the Dom Square and of Utrecht, through a tour to the excavations that have answered many of the unknowns that hung over the small city's origins. Between facts and stories, beliefs are also shared about events that seem to be straight out of a fairy tale.

Hunger awakens from its sleep the moment we wander through the streets lined with restaurants and bars, exuding mouth-watering aromas. We would suggest having lunch at *De Zakkendrager*, a Dutch restaurant that is guaranteed to take you on a gastronomic journey to the country's roots. For starters, we recommend *bitterballen*, a type of meat croquette. For the main course, why not go for the typical *Stamppot*, made of mashed potatoes, vegetables and bacon or sausage. To sweeten your heart, try the city's famous

UTRECHT É CONSIDERADA UMA DAS CIDADES MAIS ROMÂNTICAS DA EUROPA

salsicha. Para adoçar o coração, experimente as famosas panquecas da cidade. Caso não consiga deixar o seu bom gosto mediterrânico para trás, fique descansado, há tapas deliciosas no bar El Mundo. Quando estiver satisfeito, passamos ao próximo ponto. Não há tempo a perder.

A paragem é, agora, no Kasteel de Haar. Numa zona deslumbrante está situado este que é o maior e mais luxuoso castelo do país. Jardins majestosos e verdes, arquitetura luxuosa e muito, muito luxo fá-lo-ão sentir-se como um membro da realeza. A si e a quem o acompanhar. Quando estiver pronto para descer à Terra e deixar o mundo da realeza, recomenda-se que visite o Museu da Música, assim como o EXbunker, um antigo *bunker* da II Guerra Mundial.

Por esta altura o cansaço, provavelmente, estará a dar sinais. Está na hora de descontrair. Que tal um filme? Os cinemas da cidade são caricatos, mas indicamos-lhe o Hartlooper ou o Springhaver, ambos com salas pequeninas e antigas, onde pode assistir a películas fora do *mainstream*. Entretanto, o sol começa a esconder-se e é necessário pensar num programa para passar a noite. Para um jantar romântico, talvez ainda vá a tempo de comprar as delicadas tulipas, disponíveis em diferentes cores, num país conhecido por ser a «tulipolândia». Marque jantar junto aos canais, o local ideal para aumentar a chama do seu amor. As águas a refletirem as luzes da cidade, combinadas com os pratos deliciosos típicos da zona, criam o ambiente ideal para namorar. Não é por acaso que Utrecht é considerada uma das cidades mais românticas da Europa.

E, então, vai continuar a resistir aos encantos desta pequena cidade?

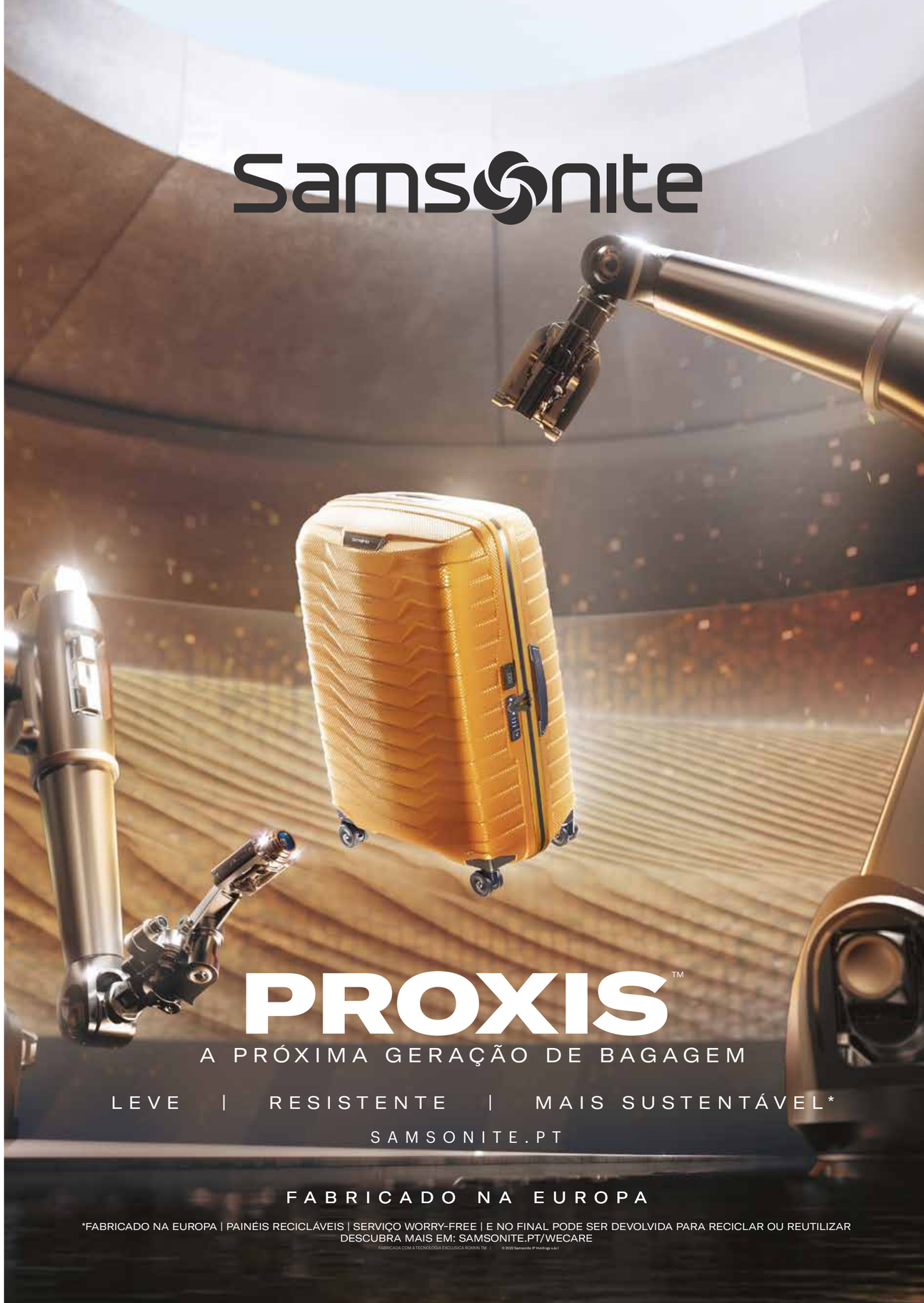
UTRECHT IS CONSIDERED ONE EUROPE'S MOST ROMANTIC CITIES

pancakes. In case you can't leave your good Mediterranean taste behind, rest assured, there are delicious tapas at the *El Mundo* bar. Once you're full, we'll move on to the next place; there's no time to waste.

Our destination now is the *Kasteel de Haar*. Stood in a stunning area we find the country's largest and most luxurious castle. Majestic, green gardens, luxurious architecture and a huge display of luxury will make you and those who accompany you feel like royalty. Once you are ready to leave the world of royalty and come back down to earth, we recommend that you pay a visit to the Music Museum, and to the EXbunker, a former World War II bunker.

Weariness is probably showing its head by now. It's time to relax and unwind. How about a film? The city's cinemas are a little risible, but we recommend the *Hartlooper* or the *Springhaver*, both with small, old theatres, where you can view some non-mainstream gems. Meanwhile, the sun begins to set and it's time to think of a what you could do in the evening. For a romantic dinner, you might still have time to buy the delicate tulips, available in a host of colours, in a country known as «tulipland». Book a table for dinner by the canals, the ideal place to fan the flames of your love. The waters reflecting the city lights, combined with the delicious dishes typical of the region, create the ideal atmosphere for a touch of romance. It is no coincidence that Utrecht is considered one Europe's most romantic cities.

And so, can you still resist the charms of this small city?



MIGUEL STANLEY
Fundador & Diretor Clínico da White Clinic |
White Clinic Founder & Clinical Director

MEDICINA DENTÁRIA BIOLÓGICA

Na última década, vimos a indústria alimentar mudar a forma como comercializa o que consumimos. Hoje, há muita mais preocupação com a forma como os nossos alimentos são produzidos, embalados e distribuídos, e toda a indústria de alimentos «bio» livres de GMO (geneticamente manipulados) e pesticidas, realmente, teve impacto neste processo. Temos até supermercados totalmente focados nessa premissa. No final do dia, somos o que comemos, e, quanto mais saudável for a nossa dieta, mais saudáveis seremos. Acredito também que, quanto mais biológicos forem os tratamentos dentários, mais saudável a pessoa será em geral. Portanto, devemos começar a olhar além de apenas tratamentos mecânicos e estéticos e começar a entender melhor a inflamação e toxicidade de alguns tratamentos antigos. Há alguns anos, comecei a fazer uma pergunta simples: «Como seria o movimento de alimentos "orgânicos" relativo à medica na dentária?» É uma pergunta difícil de responder. Na medicina dentária, procuramos sempre eliminar as infeções e restaurar a função mastigatória, e temos feito isso com a melhor das intenções, mas às vezes, potencialmente, com materiais que podem não ser a melhor escolha.

Assim como precisamos de rótulos de «bio» e «orgânico» nos nossos alimentos, porque muitos dos produtos que estão no mercado contêm toxinas, e como muitos alimentos processados contêm produtos químicos nocivos, não deveríamos também ter essa premissa na medicina dentária e na medicina em geral? Eu acredito que sim. Esta é para mim uma tendência futura na área da saúde. Por exemplo, apesar de muita gente pensar o contrário, o mercúrio presente nas obturações de amálgama é um conhecido neurotóxico. Recentemente, foi proibida, pelo FDA (Food and Drug Administration) a sua utilização em mulheres grávidas e crianças. Os efeitos negativos do mercúrio na saúde são mais do que evidentes, os dados são sólidos e há até uma preocupação crescente com esse metal nos peixes que consumimos. Altos níveis de mercúrio no sangue podem levar a problemas neurológicos. Então, porquê usá-lo nos dentes, dentro das nossas cabeças, perto dos nossos cérebros?

Em muitos países, é proibido defender a troca dos 'chumbos' pela opção mais biológica em resina composta. Fico feliz em dizer que, em mais de 24 anos de prática privada, nunca fiz um tratamento com amálgama.

Somos pioneiros na «medicina dentária biológica» e estudamos todas as formas de eliminar a inflamação e a toxicidade da cavidade oral, além de restaurar sorrisos. Saiba mais em www.whiteclinic.pt.

ORGANIC DENTISTRY

In the last decade, we've seen the food industry change the way it markets what we consume. Nowadays there is much more concern about how our food is produced, packaged and distributed, and the whole organic food industry, free of GMOs (genetically modified organisms) and pesticides has really impacted this process. We even have supermarkets totally focused on this premise. At the end of the day, we are what we eat, and the healthier our diet, the healthier we will be. I also believe that the more organic dental treatments are, the healthier a person will be overall. Therefore, we should begin to look beyond just mechanical and aesthetic treatments and start to better understand the inflammation and toxicity of some old treatments. A few years ago, I began asking a simple question: «What would the organic food movement look like in relation to dentistry?» It's a difficult question to answer. In dentistry, we are always looking to eliminate infections and restore chewing function, and we have done this with the best of intentions, but sometimes, potentially, with materials that may not be the best choice.

Just as we need «bio» and «organic» labels on our food, because many of the products that are on the market contain toxins, and just as many processed foods contain harmful chemicals, shouldn't we also have that premise in dentistry and medicine in general? I believe so. For me, this is a future trend in healthcare. For example, despite many people thinking otherwise, the mercury present in amalgam fillings is a known neurotoxic. It has recently been banned by the FDA (Food and Drug Administration) for use in pregnant women and children. The negative health effects of mercury are more than evident, the data is solid and there is even a growing concern about this metal in the fish we consume. High levels of mercury in the blood can lead to neurological problems. So why use it in our teeth, inside our heads, near our brains?

In many countries, it is forbidden to advocate swapping 'lead' for the more organic option in composite resin. I am happy to say that in over 24 years of private practice, I have never done an amalgam filling.

We are pioneers in «organic dentistry» and have studied all the ways to eliminate inflammation and toxicity in the oral cavity, as well as restoring smiles. Find out more at www.whiteclinic.pt.

CORINTHIA
LISBON

Celebrate in style
THE NEW YEAR'S EVE

WWW.CORINTHIA.COM/LISBON

THE SPA AT PEBBLE BEACH

UM SANTUÁRIO PARA OS SENTIDOS
A SANCTUARY FOR THE SENSES

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Conheça o The Spa at Pebble Beach, um local exclusivo que se encontra na lista dos 90 *spas* do mundo a serem premiados com o *Forbes Five-Stars Award*.

Localizado na Califórnia, o *spa* é uma das principais preferências dos americanos, e não só... O leque vasto de serviços faz do Pebble Beach um íman turístico, capaz de atrair gente dos quatro cantos do mundo. Falamos dos mais variados serviços, desde massagens, esfoliações e envolvimentos corporais a tratamentos com água e estética e cuidados como unhas e penteados.

A redução do stresse e a recuperação do equilíbrio interior são duas das garantias do centro de saúde e bem-estar, alcançadas através de propriedades curativas de plantas, ervas e minerais oriundos da Península de Monterey. Com 15 salas de massagens, uma sala de serviço completo, cinco salas faciais e uma *Flotation Wrap Suite*, o Pebble Beach é o local ideal para alinhar os *chakras*. Mas parece que as surpresas não acabam. O California Skin Institute, a maior clínica privada de dermatologia do país, exerce as suas funções também no *spa*. *Botox*, *CoolSculping* e outras tecnologias de última geração encontram-se disponíveis para si, estando ao nível de tudo aquilo que merece.

No momento que pisa o Pebble Beach, percebe que a experiência começa no exterior, com o *design* estimulante. O cenário é glorificado a partir da junção da natureza acidentada da zona com a herança colonial espanhola da Califórnia, que resulta numa elegância exótica, emanando apenas boas vibrações. Exibe, ainda, uma piscina luxuosa, um jardim da realeza e uma fogueira para aconchegar o coração. Passando para a zona interior, podemos usufruir de uma sala de vapor, hidromassagem, sauna, sala de inalação com aromaterapia e, ainda, cadeiras de gravidade zero. Fora a parede de sal, a sala *Water Experience* e o tratamento *Signature Shower*, existem outras comodidades como o The Spa Juice Bar & Café, que oferece *smoothies*, champagne, *snacks* e tudo o que possa imaginar. Merece destaque a singularidade dos produtos que a equipa oferece, ao longo da jornada espiritual, desde a limonada de lavanda e gengibre às barras de aveia com manteiga de amendoim sem glúten. Pequenos detalhes que garantem viagens sensoriais de outro mundo.

Como seria um dia perfeito no The Spa at Pebble Beach? Bem, se o dia começar às 09h00, traga a sua cara-metade e beba um sumo natural para lhe colocar a energia no pico. Depois, opte pela *Massagem Tailandesa de Compressas de Ervas*, quente e relaxante. De seguida, dirija-se à piscina para ótimos banhos de sol. Deixe que o seu corpo produza a vitamina D necessária e, mais tarde, petisque algo na zona do bar. Quando estiver pronto, regresse ao *spa*, aproveite para tratar do rosto, cortar as pontas espigadas do cabelo e tratar da manicure. Sente-se «energizado»? Nós sabemos, nós recomendamos.

Welcome to The Spa at Pebble Beach, an exclusive setting that figures on the list of 90 spas in the world to be awarded the *Forbes Five-Stars Award*.

Located in California, the spa is one of the leading favourites among Americans, and for many others too... Its wide range of services makes Pebble Beach a tourist magnet, able to attract people from the four corners of the world. By wide range we mean the most varied service line-up, including anything from massages, exfoliations and body wraps to water and beauty treatments and other services such as nails and hair styling.

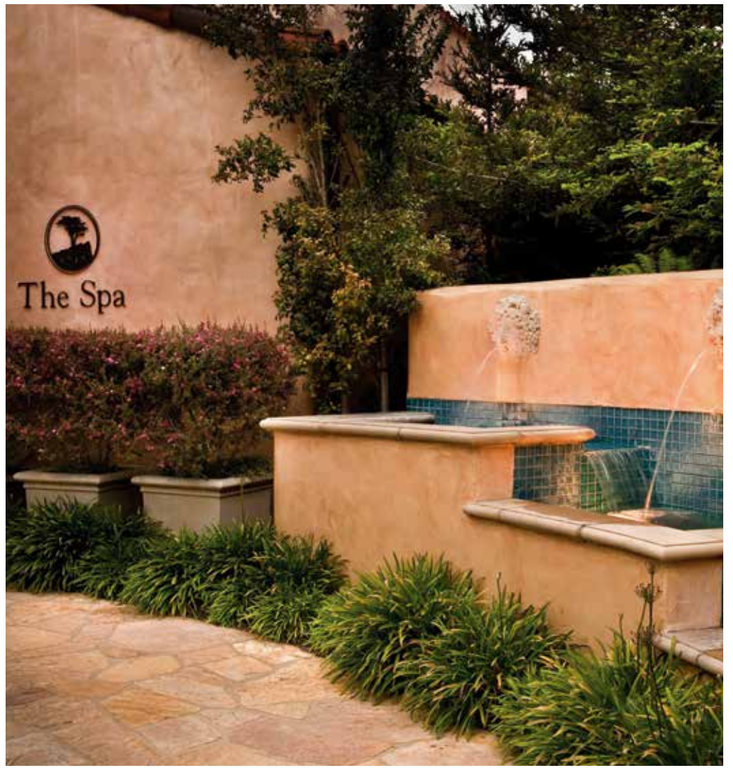
Do you feel that the build-up of the stress of daily life has turned you into a heavier person? Here you can find the solution. Reducing stress and restoring inner balance are two of guarantees offered by the health and wellness centre, achieved through the healing properties of plants, herbs and minerals native to the Monterey Peninsula. With 15 massage rooms, a full-service room, five facial rooms and a *Flotation Wrap Suite*, Pebble Beach is the ideal place to align the chakras. But it would seem that the surprises don't end there. The California Skin Institute, the largest private dermatology clinic in the country, operates out of the spa as well. *Botox*, *CoolSculping* and other state-of-the-art technologies are available to you, on a par with everything you deserve.

The moment you step foot in Pebble Beach, you understand that the experience begins outside, with its exhilarating design. The setting is embellished through the combination of the rugged nature of the area with California's Spanish colonial heritage, which results in an exotic elegance, radiating nothing but good vibes. It also boasts a luxurious swimming pool, a garden worthy of royalty and a bonfire to warm the cockles of your heart. Moving on to the interior area, you can enjoy a steam room, whirlpool spa, sauna, ionisation room with aromatherapy and even zero gravity chairs. Apart from the salt wall, the *Water Experience* room and the *Signature Shower* treatment, there are other facilities such as The Spa Juice Bar & Café, which offers smoothies, champagne, snacks and everything you can imagine. Highlights also include the uniqueness of the products the team offers, throughout this spiritual journey, from lavender and ginger lemonade to gluten-free oat bars with peanut butter. Small details that guarantee otherworldly sensory experiences.

What would a perfect day at The Spa at Pebble Beach look like? Well, if the day starts at 9.00 am, bring your better half along as a date and have a natural juice to get your energy boosted. Then opt for the warm and relaxing *Thai Herbal Compress Massage*. Next, head to the pool for some great sunbathing. Let your body produce the necessary vitamin D and, afterwards, have a snack in the bar area. When you're ready, return to the spa for a facial, a haircut and a manicure. Feeling energised? We thought you would and that's why we recommend it.

NA LISTA DOS 90 *SPAS* DO MUNDO A SEREM PREMIADOS COM O *FORBES FIVE-STARS AWARD*

ON THE LIST OF 90 SPAS IN THE WORLD TO BE AWARDED THE *FORBES FIVE-STARS AWARD*



RUI PAULA

A MINHA MELHOR CONQUISTA SÃO OS CLIENTES QUE TENHO
MY GREATEST CONQUEST ARE THE GUESTS I HAVE

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY IGOR MARTINS

O seu percurso começou no Cêpa Torta, em Alijó, mas, passo a passo, desceu o rio e abriu o restaurante DOC, em pleno Douro. Mais tarde, viu potencial no centro do Porto e criou o DOP. O ano de 2014 ficou marcado pela abertura da Casa de Chá da Boa Nova, uma verdadeira extensão do mar. São hoje «três filhos» a cargo do *Chef* Rui Paula, resultado de uma carreira que lhe exigiu espírito de sacrifício e resiliência. Em conversa, o nortenho revela as dificuldades sentidas em tempo pandémico, e, entre outros temas, reflete sobre a realidade da gastronomia portuguesa e a espera incessante pela terceira estrela *Michelin*. Sente-se à mesa e embarque connosco numa viagem que promete sabores e sensações.

His career began at Cêpa Torta, in Alijó, but, step by step, he came down the river and opened DOC restaurant, in the heart of the Douro. Later, he saw potential in the centre of Oporto and created DOP. The year 2014 was marked by the opening of Casa de Chá da Boa Nova, an out-and-out extension of the sea. *Chef* Rui Paula is now in charge of «three children», the result of a career which has required a spirit of sacrifice and resilience. Talking to us, the chef from the north of Portugal reveals the difficulties he experienced during the pandemic and, among other topics, reflects on the current condition of Portuguese gastronomy and the incessant wait for the third Michelin star. Take a seat at the table and embark with us on a journey that promises flavours and sensations.

Como surgiu o encanto pela cozinha?
Surgiu desde muito cedo. Tínhamos uma casa de lavoura grande e cozinhava-se para muita gente. Portanto, cresci naquele ambiente dos aromas, cheiros, fogões a lenha... Foi muito fácil, nessa altura, criar laços com a cozinha.

A partir do momento em que veste a farda, é a mesma pessoa?
Sou exatamente a mesma pessoa. Temos de manter sempre a essência, porque é isso que faz de nós autênticos, o que significa, também, ter mais responsabilidade, uma vez que estamos a atender e a fazer comida para outras pessoas.

Como descreve o seu processo de criação?
O nosso processo de criação (digo «nosso» porque somos um universo de 90 colaboradores) é o que mais custa. Queremos sempre pratos diferentes e «fora da caixa», o que exige pesquisa, sacrifício, resiliência... A parte mais difícil é a da criação.

Que mensagem pretende transmitir através dos pratos que confeciona?
Pretendemos que o prato conte uma história, que tenha muito ADN, que seja muito nosso, «nosso» não só ao nível da identidade do restaurante, mas do país. A cozinha portuguesa é muito eclética e, como tal, somos culturalmente gastronómicos. Pretendemos, por isso, transmitir a mensagem de que a comida portuguesa é boa e de que os nossos restaurantes se distinguem por isso.

How did your love for cooking come about?
It started very early on. We had a large farmhouse and we cooked for lots of people. So, I grew up in that atmosphere of aromas, smells, wood-burning stoves... It was very easy, at that time, to forge ties with cooking.

From the moment you put on your uniform, are you the same person?
I'm exactly the same person. We always have to maintain our essence, because this is what makes us authentic, which also means having more responsibility, seeing as we're serving and making food for other people.

How would you describe your creative process?
Our creation process (I say «our» because we are a universe of 90 staff) is the hardest part. We always want different, «outside the box» dishes, which requires research, sacrifice, resilience... The most difficult part is the creative process.

What message do you want to pass on through the dishes you make?
Our aim is for the dish to tell a story, to have our very own DNA, to be very much ours, «ours», not only in terms of the restaurant's identity, but that of the country. Portuguese cuisine is very eclectic and, as such, we are gastronomic culturally. We therefore want to transmit the message that Portuguese food is good and that our restaurants stand out because of it.

O Cêpa Torta foi o seu primeiro restaurante. Como descreve o seu percurso?

Há sempre um começo e, de facto, o Cêpa Torta foi o meu primeiro restaurante. O percurso traçou-se como as casas se fazem, começando pelos alicerces, para que depois se possa iniciar a fase de construção. Não se começa por construir o telhado de uma casa... Portanto, o meu começo deu-se desta forma. Foi aí que decidi ser *chef*. Comecei com a comida tradicional, que é a base da nossa gastronomia, e, depois de a dominar, percebi que era para continuar em frente.

Como lidou com a gestão dos restaurantes, em tempo pandémico?

Lidei de uma maneira assustadora, isto porque nunca tínhamos passado pela mesma situação. Ficar de um momento para o outro sem reservas é muito esquisito. Os ordenados tinham de ser pagos. Felizmente, pagamos os nossos impostos, tivemos a nossa faturação, o governo ajudou no que ajudou... Foi difícil, mas não abdiquei de ninguém da minha equipa, e isso é que é importante.

Foi um período que serviu também para se reinventar?

Serviu um pouco. Em termos gastronómicos não fui bem-sucedido, uma vez que apostei no *take away*. A vertente económica também não foi o nosso forte, embora nos tenha feito pensar: «Se vamos superar isto, vamos superar tudo». Fez-nos refletir sobre a necessidade de criar soluções que nos possam salvaguardar em situações de aflição.

> SÓ NOS FALTA ATINGIR A TERCEIRA ESTRELA *MICHELIN*

Caracterize a gastronomia portuguesa.

A gastronomia portuguesa é sabor, memória e tradição. É muito eclética. Tem o melhor peixe e marisco do mundo. Os portugueses fazem grelhados, estufados, assados, cozidos... e, depois, há bons produtos. Ninguém tem peixe como nós, ao nível da variedade e sabor, graças às águas portuguesas muito frias e cheias de algas. Temos, inclusive, bons vegetais e algumas raças autóctones. Nas carnes não somos os melhores do mundo, mas há carnes de boa qualidade. Uma característica muito forte da gastronomia portuguesa é a reinvenção. Já é ancestral, faz-se há muitos anos. Não deixa de ter piada sermos conhecidos, por exemplo, pelo bacalhau, quando o produto nem é nosso, mas, lá está, criamos várias receitas com ele.

Quais são os critérios que adota para a seleção dos ingredientes nos seus restaurantes?

Há uma coisa fundamental no setor da restauração, que é ter uma base grande de fornecedores e colaboradores. Não podemos falhar, os pagamentos têm de ser a tempo e horas e temos de andar coordenados. Eu pago bem e a horas, desde sempre. Criei uma rede na base da confiança e honestidade e, por isso, têm de me dar o melhor produto. Eu não preciso de ir ao mercado, uma vez que tenho uma boa rede de fornecedores. O mercado é que vem até nós, caso contrário estávamos desgraçados, já trabalhamos 14 horas por dia. Portanto, sou criterioso, exijo do fornecedor.

Cêpa Torta was your first restaurant. How would you describe your career path?

There are always beginnings and, indeed, Cêpa Torta was my first restaurant. The path was mapped out like houses are made, starting with the foundations, so that afterwards you can begin the construction phase. You don't start by building the roof of a house... So, this is how I started. That's when I decided to become a chef. I started with traditional food, which is the basis of our gastronomy, and after mastering it I realised that I had to keep going.

How did you deal with managing restaurants during the pandemic?

I coped in a frightened way, because we had never been through a situation like it before. To suddenly have zero reservations is very strange. The salaries had to be paid. Fortunately, we pay our taxes, we had our all our invoices, the government helped where it could help... It was difficult, but I didn't give up anyone from my team, and that's what's important.

Was it a period that also served to reinvent yourself?

A little. In gastronomic terms, I wasn't all that successful, as I took a gamble on take-away. The economic aspect wasn't our strong point either, although it made us think: «If we're going to get through this, we'll get through anything.» It made us reflect on the need to create solutions that can protect us in situations of distress.

> WE JUST NEED TO ACHIEVE THE THIRD MICHELIN STAR

Describe Portuguese gastronomy.

Portuguese gastronomy is flavour, memory and tradition. It is very eclectic. It has the best fish and shellfish in the world. The Portuguese grill, stew, roast, braise... and then there's great produce. Nobody has fish like us, in terms of variety and flavour, thanks to the very cold Portuguese waters, packed with seaweed. We also have great vegetables and some native breeds. In meat, we're not the best in the world, but there is good quality meat. A very powerful characteristic of Portuguese gastronomy is reinvention. It's an old tradition, and has been done for many years. It's funny that we're known, for example, for our cod, when it's not even our product, but we create various recipes using it.

What criteria do you adopt for the selection of ingredients in your restaurants?

There's one thing you just have to have in the restaurant sector, and that is to have a large base of suppliers and employees. We can't let people down; payments have to be on time and we have to be coordinated. I've always paid well and on time. I have created a network based on trust and honesty, and so they have to give me the best product. I don't need to go to the market because I have a good network of suppliers. It is the market that comes to us, otherwise we would be wretched, we already work 14 hours a day. So, I am shrewd, and demanding of the supplier.

O valor nutricional é um fator que tem sempre em conta na elaboração do menu?

Evidentemente. Se no menu estiverem só incluídos hidratos, o cliente sairá no final da refeição a «rebolar». E, de facto, não é isso que pretendemos. A comida precisa de ser algo sobre a qual, no final, a pessoa possa dizer: «Estou leve, mas satisfeito». Aliás, um prato rico precisa de um molho, de uma proteína e de uma guarnição e não de muitos hidratos e gordura. Hoje, vejo a cozinha como o mais natural e o menos manipulada possível.

Em que aspetos se distingue um restaurante de duas estrelas de outro com três estrelas?

O aspeto diferenciador é sempre a comida. Tem de se fazer comida diferente, bonita, apetecível e com muito sabor. E, se puder fazer coisas que os outros não façam, melhor. Portanto, pratos «fora da caixa», que tornem o menu diferenciado. Depois, inerente a um bom restaurante está o serviço de excelência. Hoje, o serviço de sala tem de ser muito bom e interativo com os clientes. Os colaboradores que temos, por exemplo, são bem formados. Os vinhos servidos têm de estar à temperatura correta, adequando-se ao menu. Aliando tudo isto, trabalha-se até chegar ao topo. No nosso caso, só nos falta atingir a terceira estrela *Michelin*.

E está à espera de alcançar a terceira estrela *Michelin* em breve?

Estou todos os anos à espera. Não será, provavelmente, este ano. Não há mal nenhum nisso, continuamos a trabalhar. Porque também é verdade que para atingir a terceira estrela *Michelin* temos de trabalhar muito bem a segunda.

O que pensam os *chefs* internacionais da cozinha portuguesa?

Penso que alguns ainda andam distraídos, mas, atualmente, já começam a perceber que estamos a fazer um bom trabalho. Nós, cá em Portugal, temos os restaurantes cheios, o que noutros países não acontece. Mas não são só os restaurantes *Michelin* que estão cheios no país, todos os que fazem um bom trabalho estão repletos. Os *chefs* internacionais começam a perceber que Portugal é turisticamente muito procurado por todas as nacionalidades do mundo e, portanto, alguma coisa o deve originar. Todos os que visitam os nossos restaurantes falam bem da nossa comida. Há também uma geração de novos *chefs* que está a fazer um bom trabalho. Nós não começamos assim há tanto tempo, isto é, tínhamos uma cozinha muito boa, mas que não estava bem trabalhada. Atualmente, estamos num bom caminho e tenho a certeza de que o país vai longe em termos gastronómicos.

Is nutritional value a factor that you always take into account when preparing a menu?

Of course. If the menu only includes carbohydrates, the client will «roll out» at the end of the meal. And, that really isn't what we want. The food needs to be something about which, at the end, you can say: «I'm light, but satisfied». In fact, a rich dish needs a sauce, a protein and a garnish, not a lot of carbs and fat. My view of cuisine now is as natural and as little manipulated as possible.

In what aspects does a two-star restaurant differ from a three-star restaurant?

What sets them apart is always the food. You have to make food that is different, beautiful, appetising and with a lot of flavour. And, if you can do things that others can't, all the better. So, dishes that are «outside the box», that make the menu different. And, excellent service is inherent to any good restaurant. Today, service has to be very good and interactive with guests. The staff we have, for example, are well-trained. The wines served have to be at the right temperature, in accordance with the menu. Combining all this, you work your way to the top. In our case, we just need to achieve that third *Michelin* star.

And are you expecting to achieve the third Michelin star soon?

I'm waiting for it every year. It probably won't be this year. There is no harm in that, we keep on working. Because it is also true that to achieve the third *Michelin* star you have to work very hard on the second one.

What do international *chefs* think of Portuguese cuisine?

I think some are still unaware of it, but nowadays they're beginning to realise that we're doing a good job. Here in Portugal, our restaurants are full, which doesn't happen in other countries. But it's not only the *Michelin* restaurants that are full in the country, all those that are doing good work are full. International *chefs* are beginning to realise that Portugal is very popular with tourists from every nationality in the world and therefore something must come from this. Everyone who visits our restaurants speaks well of our food. There is also a generation of new *chefs* who are doing good work. We didn't start out like that that long ago, that is, we had very good cuisine, but it wasn't well-crafted. Currently, we are on a good path and I'm sure that the country will go far in terms of gastronomy.

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

ROMANDO

UMA HISTÓRIA DE AMOR E SABORES AUTÊNTICOS
A STORY OF LOVE AND AUTHENTIC FLAVOURS

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY PEDRO KIRILOS

Sair para jantar num ambiente como o Romando é uma viagem aos sabores da terra. Assim nos sentimos quando nos sentamos à mesa. O Romando fica entre o caminho da Azurara para o Porto, em Vila do Conde, e é considerado um dos clássicos, pois conta já com uma história de mais 30 anos. O ambiente é moderno e sofisticado e a comida é saborosa.

O Romando surge da paixão de Armando e Rosa que, juntos, deram origem a esta marca. Trata-se de um negócio familiar. Conversamos com a filha Patrícia (responsável pela área administrativa do grupo), e foi ela quem nos contou a história de amor dos pais. Rosa é natural de Celorico de Bastos, e Armando de Vila do Conde. Inicialmente, o restaurante teve lugar num edifício ao lado do clube desportivo. Passados 11 anos adquiriram o terreno onde foi criado o Romando que hoje conhecemos, moderno e atrativo. Nesta aventura, pais

Going out for dinner in an atmosphere like that of Romando is a voyage into regional flavours. That's how we feel when we sit down at the table. Romando is located on the road from Azurara to Oporto, in Vila do Conde, and is considered one of the classics, with a history stretching back more than 30 years. The atmosphere is modern and sophisticated and the food is delicious.

Romando is the result of the passion of Armando and Rosa, who launched this brand together. It is a family business. We spoke to their daughter Patrícia (in charge of the group's administrative matters), and it was her who told us about her parents' love story. Rosa was born in Celorico de Bastos, and Armando in Vila do Conde. Initially, the restaurant was located in a building next to the sports club. After 11 years, they acquired the land on which the modern and attractive Romando we know today now stands. Throughout this venture parents

e filhos foram acompanhando a evolução do restaurante, pois todos trabalham para o mesmo. E, por ser um negócio familiar, todas as opiniões prevalecem, por isso, há sensivelmente 10 anos, arriscaram no conceito de comida japonesa e criaram o Sushi Café, o restaurante japonês, que fica na margem do rio na cidade de Vila do Conde. Pouco tempo depois de iniciarem esta aventura, surge a ideia de criar um conceito de restaurante e bar, no edifício do Romando. E assim aconteceu. Na parte inferior do espaço, ao qual deram o nome de Romando Privé, é possível degustar de um *cocktail* e de um flute de champanhe – são embaixadores da Dom Pérignon –, enquanto se saboreiam os pratos japoneses.

Quando questionada sobre o que a levou a seguir o caminho da restauração, explica-nos: «Todo o esforço que os meus pais fizeram, que foi bastante, não podia deixá-lo apenas como recordação. Optei por manter e perpetuar o trabalho deles. Eu e o meu irmão Nelson pensamos assim.»

and children have witnessed the evolution of the restaurant, since they all work in it. And as it's a family business, all opinions must count , so, about 10 years ago, they took a chance on the concept of Japanese food and created the Sushi Café, a Japanese restaurant, located on the river bank in the city of Vila do Conde. Shortly after starting this adventure, they came up with the idea of creating a restaurant and bar concept in the Romando building. And that's just what they did. In the lower part of the venue, which they named Romando Privé, you can enjoy a cocktail and a flute of champagne – they are Dom Pérignon ambassadors – while tucking into Japanese dishes.

When asked what led her to enter the restaurant business, she explains: «All the effort my parents made, which was a lot, I couldn't just leave it as a memory. I chose to maintain and perpetuate their work. That's what my brother Nelson and I think.»

Their father, Senhor Armando, almost 70 years old, still goes shopping every day. He is the one who buys the fish. «He can't take

CONSIDERADO UM DOS CLÁSSICOS, POIS CONTA JÁ COM UMA HISTÓRIA DE MAIS 30 ANOS

CONSIDERED ONE OF THE CLASSICS, WITH A HISTORY STRETCHING BACK MORE THAN 30 YEARS

ROMANDO

ROMANDO PRIVÉ

O ROMANDO É O RESTAURANTE EMBAIXADOR DA DOM PÉRIGNON, EM PORTUGAL

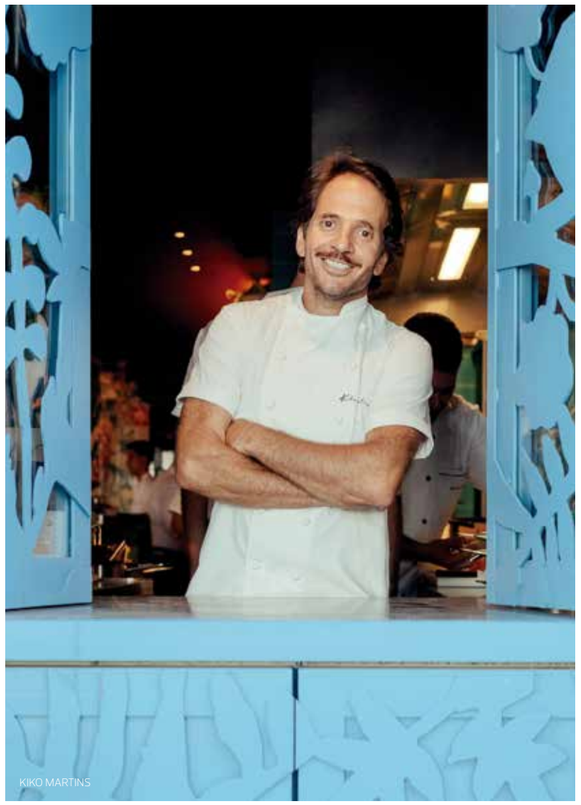
O pai, o Sr. Armando, quase com 70 anos, continua a ir às compras todos os dias. É ele quem compra o peixe. «Não consegue distanciar-se do que construiu, é o único momento do dia em que o meu pai anda, fala, sai daqui e se distrai um bocadinho», revela Patrícia. E, ao final do dia, fica sempre até ao fim. Já para não falar dos fins de semana, quando ele vai pôr música.

Uma das atrações do Romando é a garrafeira. Dotada de vinhos únicos, nacionais e estrangeiros, que nos captam facilmente a atenção. Já no que toca aos pratos, a escolha é difícil. Seja na opção carne, peixe ou marisco e depois na sobremesa, a qualidade é excecional. O polvo com broa no forno ou o arroz de robalo são sempre uma boa escolha. E o que é melhor? O melhor de tudo é que, além de poder apreciar estes deliciosos pratos num ambiente acolhedor e requintado, o Romando também dispõe de um serviço de entregas, que leva até aos seus clientes o melhor da comida portuguesa e mediterrânica. E estão abertos todos os dias, à exceção do Natal. Posto isto, delicie-se com as magníficas especialidades do restaurante. Uma cozinha portuguesa e tradicional cujos sabores autênticos se refletem nos nossos olhares e depois no palato. Mesmo nas especialidades vegetarianas, descubra a enorme variedade de sabores.

ROMANDO IS THE DOM PÉRIGNON AMBASSADOR RESTAURANT IN PORTUGAL

a step back from what he's built, it's the only time of the day when my father walks, talks, gets out and distracts himself a little bit,» Patrícia reveals. And in the evening, he always stays until the end. Not to mention the weekends, when he puts on music.

One of Romando's attractions is the wine cellar. Its unique wines, both Portuguese and foreign, easily catch your attention. As for the dishes, choosing is the hard part. Whether you go for meat, fish or seafood and then dessert, the quality is exceptional. Oven baked octopus with cornbread or the sea bass rice are always a good option. And what's better than that? The best of all is that, besides being able to enjoy these delicious dishes in a cosy and refined atmosphere, Romando also offers a delivery service, which brings the best of Portuguese and Mediterranean food to its guests. And they are open every day, except at Christmas. That said, indulge in the restaurant's magnificent specialities, Portuguese and traditional cuisine, where authentic flavours are a treat for the eyes and then for the palate. Discover the huge variety of flavours, even in the vegetarian specialities.


KIKO MARTINS

JOSÉ AVILLEZ

MARC LORÉS

UMA MESA DE NATAL

A CHRISTMAS TABLE

À CONVERSA COM OS *CHEFS*
CHATTING WITH THE CHEFS

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

A data mais aguardada do ano está a chegar, e a ***V&G*** não poderia deixar de comemorar a magia natalícia na companhia dos mais especiais. Kiko Martins, José Avillez e Marc Lorés são os convidados desta edição, prontos a oferecer dicas que contribuirão para um Natal memorável.

Quando se faz referência ao dia 25 de dezembro, pensa-se, inevitavelmente, na gastronomia portuguesa. Afinal, o que a torna tão especial da dos restantes países? Segundo os *Chefs*, deve-se às tradições e à comida confecionada com muito amor e variedade. Além disso, os profissionais de cozinha explicam que a comida é o elemento-chave, capaz de unir famílias e amigos à volta da mesa, intensificando-se relações na época natalícia. «É a comida que possibilita estarmos todos unidos. Os grandes acontecimentos dão-se à volta de uma mesa», explica o *Chef* Kiko. Na perspetiva do *Chef* Marc, a «comida tem também uma carga emocional muito grande, uma vez que está sempre associada a bons momentos e sabores, aliados aos cheiros, que ficam muito na memória».

Desafiados a criar um menu natalício para uma família numerosa, que una diferentes gerações e palatos, o *Chef* Kiko escolhe o bacalhau cozido com legumes como prato principal, revelando uma dica valiosa: «A água do bacalhau nunca pode ferver. Podem aquecer muito bem a água, temperá-la a gosto com, por exemplo, azeite, sal e alho, e colocar as postas de bacalhau na água, deixando-as cozer apenas no calor residual da panela tapada, durante uns 30 minutos». Na perspetiva do *Chef* Marc, «há imensas coisas que se podem fazer para que todos fiquem felizes, tais como legumes grelhados no carvão, arroz com cogumelos e caldo verde, assim como sobremesas mais saudáveis, como mousse de chocolate sem lactose e tartes de fruta sem açúcares processados». Afirma, ainda, que «as

OS GRANDES ACONTECIMENTOS DÃO-SE À VOLTA DE UMA MESA

The most anticipated date of the year is around the corner, and ***V&G*** couldn't miss celebrating the Christmas magic in the company of the most special people. Kiko Martins, José Avillez and Marc Lorés are this issue's guests, ready to offer tips that will make this Christmas a special one.

When we refer to the 25th of December in Portugal, we inevitably think of Portuguese gastronomy. In the end, what makes it so special compared to other countries? According to the chefs, it's down to the traditions and the food prepared with much love and variety. Besides this, the professional cooks explain that food is the key element, capable of bringing families and friends together around the table, and intensifying relationships at Christmas time. «It is food that makes it possible for us all to come together. Major events happen around a table», explains Chef Kiko. From Chef Marc's perspective, «food also has a great emotional value, since it is always associated with good moments and flavours, combine with odours, which stay very much in the memory».

Challenged to create a Christmas menu for a large family, which brings together different generations and palates, Chef Kiko chooses cod cooked with vegetables as the main dish, revealing a valuable tip: «The water for the cod can never boil. You can heat the water very much, season it to taste with, for example, olive oil, salt and garlic, and put the codfish fillets in the water, letting them cook only in the residual heat of the covered pan, for about 30 minutes». In the view of Chef Marc, «there are lots of things you can do to make everyone happy, such as char-grilled vegetables, rice with mushrooms and *caldo verde*, as well as healthier desserts, such as lactose-free chocolate mousse, and fruit tarts with no processed sugars». He also states that «the tables should be full of

MAJOR EVENTS HAPPEN AROUND A TABLE

mesas devem estar cheias de coisas tradicionais», mas sempre com abertura para incluir algum elemento novo. «Por exemplo, o *Panettone*, que é italiano, ganhou lugar em quase todas as mesas..., e, quem sabe, até *sushi*...». Já para o *Chef* Avillez, o melhor menu natalício, inclui os «pratos que tenham significado para quem se senta à mesa». E porque nunca é demais falar do desperdício inerente às alturas festivas, os *Chefs* indicam-lhe as melhores estratégias. Existem, efetivamente, receitas que permitem o aproveitamente das sobras de Natal, como é o caso da Roupa Velha ou do Frango ou Bacalhau à Brás. Congelar também poderá ser uma boa opção, quando são produtos ou preparações que o permitam.

O dia de Natal dos três *Chefs* varia entre servir clientes ou família e amigos. Mas, independentemente do sítio, será que a 25 de dezembro é possível manter a calma e evitar o stresse na cozinha? Sem meias-medidas, o *Chef* Kiko Martins remata: «Um *Chef* está sempre stressado na cozinha, quer seja em casa ou no restaurante». Finalizada esta conversa apurada em sentidos, os Chefs desejam-lhe um Feliz Natal e, claro, boas degustações!

HÁ IMENSAS COISAS QUE SE PODEM FAZER PARA QUE TODOS FIQUEM FELIZES

traditional things», but always open to include some new dish. «For example, Panettone, which is Italian, has won a place on almost every table..., and, who knows, even sushi...». For Chef Avillez, the best Christmas menu includes «dishes that have meaning for those sitting at the table». And because it's always worth talking about the waste that is inherent to festive times, the Chefs give you their best strategies. There are, in fact, recipes that allow the use of Christmas leftovers, as is the case of *Roupa Velha* (making use of the cod meal leftovers) or Chicken or Codfish *à Brás*. Freezing can also be a good option when the products or preparations allow it.

Christmas day for the three Chefs varies between serving guests or family and friends. But, regardless of the place, is it possible to stay calm and avoid stress in the kitchen on December the 25th? Chef Kiko Martins unabashedly remarks: «A chef is always stressed in the kitchen, whether at home or in the restaurant». Finishing this conversation rich in senses, the chefs wish you a Happy Christmas and, of course, happy eating!

THERE ARE LOTS OF THINGS YOU CAN DO TO MAKE EVERYONE HAPPY

NINI ANDRADE SILVA
Fundadora do *atelier* Nini Andrade Silva |
Founder of the Nini Andrade Silva studio

QUALIDADE, ÉTICA E BEM-ESTAR

A favor de todas as probabilidades, continuamos a celebrar o belo e tudo o que é bom. Nunca antes as coisas belas se afirmaram tanto em redor dos princípios de vida como qualidade, ética e bem-estar. Atualmente, o luxo mudou de paradigma e viajar por estes princípios é entrar no mundo dos materiais *premium*, do *savoir-faire* especializado e da mais alta tecnologia avançada.

No *design* de interiores, importa-me criar em sintonia com o mundo em que vivemos e, se possível, deixar um legado em sintonia com estes princípios. Falo, sobretudo, do *design* intemporal que se coaduna com diferentes contextos e se transmite de geração em geração.

Cada nova peça que ousarmos criar e colocar no planeta deve ser encarada como algo único, uma peça de arte que se perpetua e com um valor intrínseco que se excede para além de si própria. É urgente que compreendamos que o mundo não tem mais lugar para o supérfluo e que criar objetos belos é, sobretudo, criar objetos com qualidade, tanto no que respeita aos materiais, como aos detalhes ou técnicas. Se projetarmos com sentido de responsabilidade, rigor e afeição, aquilo que criamos atravessará a dimensão do luxo para se tornar no próprio luxo.

Os valores da sustentabilidade e a capacidade de regressar ao ponto de partida, como profissionais capazes de acrescentar valor, impõem-se como uma verdadeira condição de vida. É por isso que, no meu *atelier* temos feito um longo percurso de reflexão, estudo e investigação para podermos acompanhar os nossos clientes até uma visão mais holística dos projetos e centrada numa consciência ecológica, que deverá ter em conta fatores como: o respeito pelo contexto envolvente, a adaptação às condições climáticas do local onde os projetos se inserem, o recurso a matérias-primas locais e o correto aproveitamento dos recursos naturais disponíveis. Nesta equação, deve igualmente ter-se em conta a integração estética dos princípios primordiais do *design* bioclimático, da arquitetura sinestésica e dos princípios de saúde geoambiental, evitando a utilização de materiais tóxicos e poluentes e as radiações naturais/artificiais. Mais do que desejar projetar sem limitações criativas ou financeiras, entendo que é importante ter sempre um vínculo emocional com os projetos. Só assim seremos autores de projetos que verdadeiramente se enquadram no filão do luxo.

Não é a condição financeira que dita o luxo, é a responsabilidade ética!

QUALITY, ETHICS AND WELL-BEING

In the face of all odds, we continue to celebrate beauty and all that is good. Never before have beautiful things asserted themselves so much around life principles, such as quality, ethics and well-being. Nowadays, luxury has shifted paradigm and to travel by these principles is to enter the world of premium materials, expert savoir-faire and the most advanced high-tech.

In interior design, it is important to me to create in tune with the world we live in and, if possible, to leave a legacy in harmony with these principles. I am talking, above all, about timeless design that fits into different contexts and is passed on from generation to generation.

Every new piece that we dare to create and put on the planet should be seen as something unique, a piece of art that is perpetuated and with an intrinsic value that goes beyond it alone.

We urgently need to understand that the world has no more room for the superfluous and that to create beautiful objects is, above all, to create objects with quality, both in terms of materials as well as details and techniques. If we design with a sense of responsibility, exactitude and affection, what we create will cross the dimension of luxury to become luxury itself.

The values of sustainability and the ability to return to the point of departure, as professionals capable of adding value, impose themselves as a true condition of life. That is why, in my studio, we have travelled on a long journey of reflection, study and research in order to be able to accompany our clients towards a more holistic vision of the projects and centred on an ecological awareness, which should take into account factors such as: respect for the surrounding context, adaptation to the climatic conditions of the location where the projects are created, the use of local raw materials and the correct use of available natural resources. In this equation, the aesthetic integration of the primordial principles of bioclimatic design, of synesthetic architecture and the principles of geo-environmental health should also be taken into account, avoiding the use of toxic materials, pollutants and natural/artificial radiation.

More than wishing to design without creative or financial limitations, I understand that it is important to always have an emotional bond with the projects. Only then will we be authors of projects that truly fit into the lode of luxury.

It is not the financial condition that dictates luxury, it is the ethical responsibility!

O LUGAR IDEAL PARA
VIVER, INVESTIR E VISITAR

Bragança
Município

Bragança
Naturalmente!

SOFIA ANDREZ

O PERÍODO PANDÉMICO FORÇOU UMA VALORIZAÇÃO ACRESCIDA DOS ESPAÇOS
THE PANDEMIC PERIOD FORCED AN INCREASED APPRECIATION OF SPACES

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1-2 MARCO SANTOS; 3-4 SEM ASA PHOTOGRAPHY

Formada em Gestão de Empresas, a área serviu-lhe apenas de complemento para prosperar no mundo do *design*. 12 anos se contam desde que Sofia criou o Atelier Sofia Andrez Interiors. Com um portfólio marcado pela criatividade e energia, a CEO reúne uma equipa de 24 membros, permanecendo leal ao conceito que definiu desde o primeiro dia: elegância, intemporalidade e discrição. Entre vários temas, Sofia aborda o surgimento de uma nova conceção de casa, assim como a surpreendente evolução do *atelier* em plena pandemia. Fique a par do universo de interiores, com a Sofia Andrez e as suas dicas *premium*.

With a degree in Business Management, the field only served her as a complement to thrive in the world of design. 12 years have passed since Sofia created Atelier Sofia Andrez Interiors. With a portfolio marked by creativity and energy, the CEO brings together a team of 24 members, remaining loyal to the concept she defined from day one: elegance, timelessness and discretion. Among a series of subjects, Sofia addresses the emergence of a new concept of home, as well as the surprising evolution of the atelier in the middle of a pandemic. Keep abreast of the interior design universe with Sofia Andrez and her top tips.

Descreva o seu processo de *design*.

O nosso principal objetivo, em cada projeto que nos propomos fazer, é criar um conceito único e distinto, que vá de encontro às expectativas do cliente. Para tal, tentamos conhecê-lo um pouco mais para que possamos criar ambientes que façam sentido no seu dia a dia e que correspondam à sua vivência familiar, social e profissional. A maior parte dos nossos projetos são residenciais, pelo que esta imersão na vida dos clientes faz todo o sentido. As nossas ideias são sempre apresentadas com uma base digital (*Concept Board* e imagens *3D*) e física (tecidos/acabamentos). Na maioria dos projetos, entramos numa fase muito preliminar de arquitetura, de forma a escolhermos todos os acabamentos interiores, o que nos permite criar um conceito de decoração integrado com a arquitetura de interiores, criando um resultado mais coeso.

Describe your design process.

Our main goal, in every project we propose to do, is to create a unique and distinctive concept that meets the client's expectations. To this end, we try to get to know them a little more so that we can create environments that make sense in their daily life and that correspond to their family, social and working life. Most of our projects are residential, so this immersion in the client's life makes perfect sense. Our ideas are always presented through a digital base (Concept Board and 3D images) and a physical base (fabrics/finishes). In most projects, we enter at a very preliminary phase of the architecture, in order to choose all interior finishes, which allows us to create a decoration concept integrated into the interior architecture, creating a more cohesive result.

Hoje, considera que as pessoas atribuem mais valor às suas casas?

Sem dúvida que sim. O período pandémico forçou uma valorização acrescida dos espaços. O tempo de utilização de uma casa passou a ser integral na vida das pessoas e acabou por despertar a atenção para coisas que antes passariam despercebidas. Em geral, há uma maior consciência da necessidade de investimento na qualidade e conforto dos vários espaços que utilizamos, e os espaços exteriores tonaram-se um requisito indispensável.

Do you think people value their homes more today?

Definitely, yes. The pandemic period forced an increased appreciation of spaces. The time spent using a house has become an integral part of people's lives, and ended up drawing attention to things that before would have gone unnoticed. In general, there is a greater awareness of the need to invest in the quality and comfort of the various spaces we use, and outdoor spaces have become an indispensable requirement.

Quais são os seus materiais de eleição?

Todo o tipo de materiais faz sentido, aplicado no espaço indicado. No entanto, a nossa linha de *design* prima muito pelos materiais naturais e artesanais. Cada vez mais há uma procura pelo que é nacional, o que faz todo o sentido, dado o país em que vivemos. É impressionante a quantidade de materiais a que temos acesso que são desenhados e produzidos em Portugal – desde mosaicos, azulejos, madeiras, tecidos, etc. Tentamos eleger materiais intemporais, com muita elegância e discrição.

A sustentabilidade já é uma máxima no seu *atelier*? Se sim, de que forma?

Sim, é uma realidade no nosso *atelier*, com principal destaque em projetos de grande dimensão. Tentamos apostar em produtos nacionais, que visam a utilização de materiais sustentáveis e de produção consciente.

> TENTAMOS ELEGER MATERIAIS INTEMPORAIS, COM MUITA ELEGÂNCIA E DISCRIÇÃO

Em termos de decoração, o que não pode faltar numa casa?

Conforto, elegância, harmonia e energia.

Quais são os objetos e as cores que nunca se devem misturar?

Considerando o *design* de interiores uma forma de arte, há pouca coisa que pode ser considerada certa ou errada. Um bom projeto de interiores determina-se pela diversificação de materiais, texturas, estilos, cores e padrões utilizados em harmonia.

Um projeto precisa de dedicação. Em média, quanto tempo exige um trabalho de *design* do Atelier Sofia Andrez Interiors?

Poderá exigir, no mínimo, três meses e pode ir até um ou dois anos de projeto, consoante a dimensão do mesmo e a fase em que o começamos a desenvolver.

What materials do you like using most?

All kinds of materials make sense, when applied in the right space. However, our design line is very much about natural and handcrafted materials. There is an increasing demand for what is national, which makes perfect sense, given the country we live in. It's impressive how many materials we have access to that are designed and produced in Portugal – from mosaics, tiles, wood, fabrics, etc. We try to choose timeless materials, with a lot of elegance and discretion.

Is sustainability already a maxim in your atelier? If so, in what way?

Yes, it is a reality in our atelier, especially in large-scale projects. We try to use national products, which pursue the use of sustainable materials and conscious production.

> WE TRY TO CHOOSE TIMELESS MATERIALS, WITH A LOT OF ELEGANCE AND DISCRETION

In terms of decoration, what can a home not go without?

Comfort, elegance, harmony and energy.

Which objects and colours should you never mix?

Considering interior design an art form, there is little that can be considered right or wrong. A good interior design project is determined by the diversification of materials, textures, styles, colours and patterns used in harmony.

A project needs dedication. On average, how long does a design project at Atelier Sofia Andrez Interiors require?

It may require a minimum of three months and can go up to one or two years of project, depending on the size of the project and the stage at which we start developing it.

Qual foi o maior desafio da sua carreira, até agora?

O maior desafio da minha carreira é a constante evolução para superar as expectativas dos clientes, que cada vez são mais elevadas. Ao mesmo tempo, manter uma equipa coesa e motivada que é, sem dúvida, uma prioridade constante.

É essencial acompanhar as tendências?

É sempre muito importante acompanhar as tendências, embora haja um estilo muito próprio e natural na nossa equipa de *designers*, que acaba por se aliar às várias tendências ao longo do tempo. Primamos pela criação de ambientes intemporais com detalhes atuais.

> CERCA DE 90% DOS NOSSOS CLIENTES SÃO INTERNACIONAIS

Quais as maiores dificuldades de um *designer* de interiores, em Portugal?

Cerca de 90% dos nossos clientes são internacionais, o que acaba por nos permitir dar azo à imaginação. No entanto, o maior desafio que um *designer* pode ter é convencer o cliente a arriscar, pois há sempre um medo implícito de não gostar do resultado.

Relativamente ao futuro, quais são os planos?

Queremos manter a equipa consistente para continuar a abraçar projetos únicos e diferenciadores no nosso país, de forma a podermos refletir neles toda a criatividade e empenho.

What has been the greatest challenge of your career, so far?

The greatest challenge of my career is constantly evolving to exceed clients' expectations, which are higher and higher. At the same time, maintaining a cohesive and motivated team, which is undoubtedly a constant priority.

Is it essential to keep up with trends?

It is always very important to keep up with trends, although there is a very own and natural style in our team of designers, which ends up combining with the various trends over time. We strive to create timeless environments with current details.

> AROUND 90% OF OUR CLIENTS ARE INTERNATIONAL

What are the greatest difficulties for an interior designer in Portugal?

Around 90% of our clients are international, which allows us to let our imagination run wild. However, the greatest challenge a designer can have is to convince the client to take a risk, because there is always an implicit fear of not liking the result.

With regard to the future, what are your plans?

We want to keep the team consistent to continue embracing unique and distinctive projects in our country, so that we can reflect all our creativity and commitment in them.

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

MTMG HOUSE

UM JOGO DE LUZ E ABERTURA
THE INTERPLAY OF LIGHT AND OPENNESS

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DUCCIO MALAGAMBA

Hyline, a música para os ouvidos dos arquitetos. Resultando do pensamento *out of the box*, a marca internacional nasceu em 2014. A sua atuação centra-se no vidro e no que vemos através dele, com os seus caixilhos únicos e personalizáveis, que se moldam às necessidades de cada projeto de arquitetura, combinando estética e funcionalidade. Além da boa maneabilidade e resistência, o sistema confere total isolamento térmico e acústico.

Um dos mais recentes projetos da Hyline foi a MTMG House, um projeto desenhado pelo *atelier* NOARQ, dirigido pelo arquiteto José Carlos Nunes de Oliveira. Trata-se, também, de uma empresa com uma visão poderosa relativamente às tendências

Hyline, music to architects' ears. Resulting from unconventional thinking, the international brand was launched in 2014. Its business focuses on glass and what we see through it, with its unique and customisable frames that are moulded to the needs of each architectural project, combining aesthetics and functionality. In addition to good manoeuvrability and resistance, the Hyline system provides total thermal and sound insulation.

One of Hyline's most recent projects was the MTMG House, a project designed by NOARQ studio, led by architect José Carlos Nunes de Oliveira. The company also has a powerful vision for future trends. It is made up of thinkers and doers who transpose

O LOCAL QUE ABRAÇA A LUZ E O MINIMALISMO NUMA HARMONIA *PERFETTA*

do futuro. É composta por pensadores e fazedores que transpõem a sua atividade criativa para os trabalhos que elaboram. Juntou-se, portanto, uma parelha perfeita, que se comprometeu a elevar o nível do requinte.

Conheça um dos mais distintos e recentes projetos do mercado, a MTMG House. Localizada em Santo Tirso e construída pela empresa AC MAIA, a habitação unifamiliar ocupa cerca de 800 m^2 e reúne características singulares, que tornam este projeto especial, juntamente com a Hyline e a sua ideia de luz e abertura. Encaixada numa zona que permite vislumbrar toda a cidade de Santo Tirso, a partir da margem norte do rio Ave, a habitação proporciona experiências apaixonantes ao pôr do sol. Com um *design* futurista, usufrui de piscina interior, um piso elevado destinado ao repouso e, claro, muita luz. A entrada fica no lado norte e o piso térreo destina-se aos espaços sociais, de serviço e lazer. Já o piso superior é dividido em três quartos solarengos, todos com terraço. A alma da casa é a divisão do pátio, que une a cozinha, lavandaria, quarto de hóspedes, piscina, sala comum e corredores. Esta área proporciona um ambiente aconchegante, com as múltiplas entradas de luz e um espaço ideal para o convívio. Por outro lado, o exterior oferece, para além da paisagem mais *VIP* da cidade, um espaço verdejante, com possibilidade de cultivo e grande potencial para banhos de sol rejuvenescedores. Já as linhas minimalistas da habitação traduzem leveza e uma linguagem contemporânea, graças à singularidade do produto da Hyline. As janelas são as protagonistas do desenho do projeto, com as estruturas geométricas e os grandes planos de vidro que exibem.

Constituída por lajes e paredes de betão armado, a habitação inclui isolamento térmico pelo exterior, com painéis de lã de rocha, acabados em reboco armado à base de cal. Relativamente ao interior, o isolamento é feito com paredes e tetos de gesso cartonado.

Envolva-se nos encantos da MTMG House, a casa que abraça a luz e o minimalismo numa harmonia *perfetta*.

THE PLACE THAT EMBRACES LIGHT AND MINIMALISM IN A PERFECT HARMONY

their creative activity into the works they produce. Thus, a perfect match has come together, which is committed to raising the bar of refinement.

Meet one of the market's most distinct and recent projects, the MTMG House. Located in Santo Tirso and built by the company AC MAIA, the detached property occupies approximately 800 sqm, and features unique characteristics, which make this project special, together with Hyline and its idea of light and openness. Set in a location that gives views of the entire city of Santo Tirso, from the north bank of the River Ave, the house provides exciting experiences at sunset. With a futuristic design, it has an indoor swimming pool, an upper floor for resting and, of course, lots of light. The entrance is on the north side and the ground floor is used for social, service and leisure areas. The upper floor is divided into three sunny bedrooms, all with terraces. The courtyard room is the soul of the house, uniting the kitchen, laundry room, guest bedroom, swimming pool, living room and corridors. This area provides a cosy atmosphere, with its multiple light inlets and an ideal space for socialising. On the other side, outdoors areas offer, besides the most VIP landscape of the city, a green space, with room to let your green fingers go crazy and great potential for rejuvenating sunbathing. The minimalist lines of the house translate lightness and a contemporary language, thanks to the uniqueness of Hyline's product. With their geometric structures and large glass planes, the windows are the leading figures of the project's design.

Made up of reinforced concrete slabs and walls, the house includes thermal insulation on the outside, with rock wool panels, finished off with reinforced lime-based plaster. Inside, the insulation is done with plasterboard walls and ceilings.

Surround yourself with the charms of MTMG House, the house that embraces light and minimalism in perfect harmony.

JOÃO DE SOUSA
RODOLFO
Fundador e CEO da Traçado Regulador |
Founder and CEO of Traçado Regulador

IMOBILIÁRIO – A CONJUNTURA ATUAL E O QUE PODEMOS ESPERAR

2014 foi um ano de profundas alterações na legislação que regula o ordenamento do território e o urbanismo, com consequências já visíveis e outras que apenas serão aparentes a prazo.

A legislação então produzida fazia todo o sentido. Os censos de 2011 revelavam 770.000 casas devolutas, isto é, mais habitação do que famílias para as habitar.

A estratégia do governo passou, nesse caso, por limitar o crescimento dos aglomerados urbanos, publicando a nova lei de bases gerais da política pública de solos, de ordenamento do território e de urbanismo; por fomentar a reabilitação urbana, criando o primeiro decreto-lei que a colocava num patamar distinto da construção nova; pela criação do alojamento local, que dava um uso não permanente ao parque habitacional, possibilitando a sua reabilitação; e por aumentar a procura imobiliária através de atração de capitais e residentes estrangeiros.

Parecia tudo bem feito. Assistimos à reabilitação dos centros urbanos, ao alargamento da procura turística e a uma forte dinamização da economia. Mas o destino prega-nos partidas. A pandemia veio demonstrar que o teletrabalho não era apenas uma hipótese teórica, aumentando a procura de moradias na periferia das cidades. Contudo, os loteamentos cresciam sobretudo em espaço urbanizável, que agora deixa de existir. Por isso, os lotes disponíveis esgotarão num breve período.

Por outro lado, o fomento da procura imobiliária fez disparar os preços da construção, com uma indústria de construção incapaz de responder a todas as solicitações. Este aumento de preço foi reforçado pelo efeito da pandemia e, mais recentemente, pelo da guerra, com efeitos dramáticos nos custos energéticos e das matérias-primas. Quanto a este ponto, o mercado encarregar-se-á de reestabelecer o equilíbrio. Já quanto à escassez de lotes para moradias ou para edifícios de habitação coletiva, não se antevê qualquer alteração legislativa para breve, que possibilite novos espaços urbanizáveis.

REAL ESTATE – THE PRESENT SITUATION AND WHAT WE CAN EXPECT

2014 was a year of profound changes in the legislation that regulates spatial planning and urbanism, with consequences that are already visible and others that will only be gaugeable in the long term.

The legislation then produced made perfect sense. The 2011 census revealed 770,000 unoccupied houses, that is, more housing than families to inhabit them.

The government's strategy in this case was to limit the growth of urban agglomerations by publishing the new law on the general bases of public policy for land, spatial planning and urbanism; to encourage urban regeneration by creating the first decree-law that placed it on a different level from new construction; to create local accommodation, which gave non-permanent use to the housing stock, enabling its renovation; and to increase real estate demand by attracting foreign capital and residents.

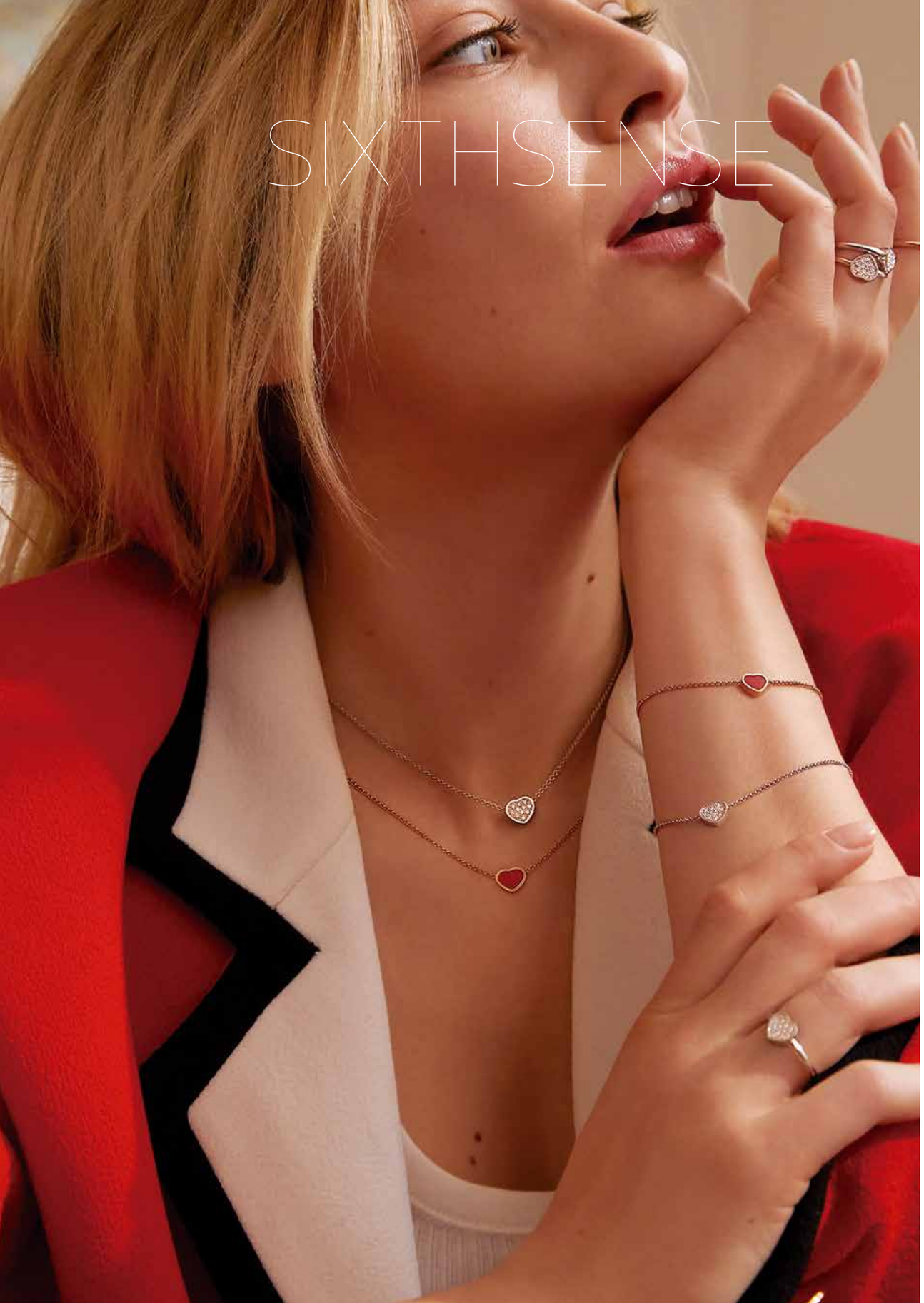
It all seemed to have been done well. We witnessed the regeneration of urban centres, the expansion of tourism demand and a powerful boost to the economy. But fate plays tricks on us. The pandemic showed us that teleworking was much more than a theoretical hypothesis, increasing the demand for housing on the outskirts of cities. However, housing developments grew mainly in developable space, which now no longer exists. Therefore, available plots will run out in a short period of time.

On the other hand, increase in demand for real estate has caused construction prices to soar, with a construction industry unable to meet demand. This price increase has been reinforced by the effect of the pandemic and, more recently, by that of the war, with dramatic effects on energy and raw material costs. On this point, the market will be in charge of redressing the balance. As for the shortage of plots of land for houses or collective housing buildings, no legislative change is foreseen in the near future to allow for new developable spaces.

Cobermaster®
Concept
Cool Art Furniture

www.cobermasterconcept.com • customer@cobermasterconcept.com

NORTE 2020 PORTUGAL 2020 UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



CHOPARD

Perca-se na nova coleção da Chopard, a *My Happy Hearts*. Impossível ficar indiferente à personalidade delicada e subtil da nova gama de joias da grife de luxo. O protagonista da coleção é o coração, juntamente com os diamantes dançantes. Porquê? Simples. A Chopard comprometeu-se a celebrar o amor, criando peças únicas que relembram esse sentimento que floresce de várias formas no coração de cada um. Tratam-se de pontos de luz radiantes, que, mesmo independentes uns dos outros, continuam a garantir a elegância e a exclusividade em si.

Lose yourself in the new collection from Chopard, *My Happy Hearts*. You'll find it impossible to remain indifferent to the delicate and subtle personality of the new jewellery range from the luxury brand. The protagonist of this collection is the heart, along with dancing diamonds. Why? Simple. Chopard has undertaken to celebrating love, creating unique pieces that recall this feeling that flourishes in a host of forms in everyone's hearts. These are sparkling points of light, which, even on their own, still guarantee elegance and exclusivity in themselves.

GUCCI

Cat-eye, os óculos de sol mais recentes da Gucci, não passam despercebidos. Na verdade, este modelo é um autêntico corte na monotonia do quotidiano. Um corte nos óculos pretos, de formato meramente redondo ou quadrado. Mas é também mais do que isso. Trata-se da exaltação dos anos 50, em conjunto com o *glamour* do mundo feminino. Além disso, garantem lentes com proteção UV. O logótipo da Gucci, gravado nas pontas curvas, e os diamantes deslumbrantes preenchem os detalhes do modelo. A ousadia e elegância unem-se para criar um produto destinado a uma estrela de *rock*. Um verdadeiro tributo à década de 50.

Cat-eye, Gucci's latest sunglasses, don't go unnoticed. In fact, this model provides an authentic break in the monotony of everyday life. An end to black glasses that are merely round or square in shape. But these glasses are much more than that. They are a shout-out to the 50s, together with the *glamour* of the feminine world. In addition, they guarantee lenses with UV protection. The Gucci logo, engraved on the curved edges, and dazzling diamonds add to the details of the model. Boldness and elegance come together to create a product meant for rock stars. A true tribute to the 50s.

MOSCHINO

Cansada de adiar o seu tão desejado *upgrade*? Lembre-se de que as mudanças partem também das pequenas coisas, tão pequenas como a mala *golden* da Moschino. Com formato de coração, a marca de luxo incorporou detalhes que lhe conferem rebeldia e elegância em simultâneo. Quem não gosta de uma pitada de ousadia? Desafie-se e conecte-se com o recente modelo da Moschino, feito de pele e brilho metálico. Oferece, ainda, alça de pulso removível, alça de ombro em corrente, fecho éclair e, claro, o logótipo da grife italiana. Faça deste inverno marcante, faça um inverno à sua medida.

Tired of putting off your yearned-for upgrade? Remember that change also comes from small things, as small as Moschino's golden bag. To its heart shape, the luxury brand has incorporated details that embellish it with rebelliousness and elegance at the same time. Who doesn't like a dash of daring? Take the challenge and connect with Moschino's latest model, made of leather and metallic sheen. It also comes with a removable wrist strap, chain shoulder strap, zip fastener and, of course, the Italian label's logo. Make this winter striking, make it a winter fitted to your needs.

PRADA

Simples e estilosas, as novas botas da Prada são o resultado das novas tendências da moda. «Keep it simple», pensou a grife italiana. Exibindo um *design* contemporâneo, o modelo confere traços alternativos, sem prescindir de classe. É a cereja no topo do bolo? Apresenta características sustentáveis, sendo revestido de material reciclado. Talvez esta seja uma boa oportunidade para mostrar a versatilidade do seu guarda-roupa, a partir de um *look* mais descontraído e, ainda assim, elegante.

Simple and stylish, these new Prada boots are a reflection of new fashion trends. «Keep it simple», thought the Italian label. Showcasing contemporary design, the model reveals alternative attributes, without foregoing class. And the icing on the cake? They are made with sustainable, recycled material. Perhaps your chance has come to show the versatility of your wardrobe, through a more relaxed and yet elegant look.

BALMAIN

Para dias difíceis, querem-se *outfits* fortes. E ninguém duvida do poder de um *blazer*, certo? A Balmain tentou estudar o mundo feminino e este foi o resultado: um casaco ousado e irreverente. Um modelo para mulheres de personalidade forte, que se destacam pela sua rebeldia e determinação, mulheres que desafiam estereótipos e quebram desigualdades. E nada melhor do que este *blazer* para proteger a pele de uma força da natureza.

For difficult times, you want powerful outfits. And no one doubts the power of a blazer, right? Balmain has tried to study the female world and this was the result: a bold and irreverent jacket. A piece for women with a strong personality, who stand out for their defiance and determination, women who challenge stereotypes and do away with inequalities. And nothing could be better than this blazer to protect the skin of a force of nature.

SAINT LAURENT

Delicadeza é o que define o cinto da Saint Laurent. De tons suaves e tranquilizantes, esta peça é o toque final de um *look* de luxo. Caracteriza-se por ser um modelo inclusivo, indicado para todas as idades e feitios. Talvez esteja na hora de sair do mundo do preto, pois vai descobrir que há cores «lá fora» capazes de tornar a sua aparência mais leve e jovem.

Delicateness is what defines this belt from Saint Laurent. In soft, soothing tones, this piece is the finishing touch to a luxurious look. It's best selling point lies in it by being so inclusive, suitable for all ages and shapes. The time to leave the world of black is with us, as you discover what colours are «out there», capable of making your look lighter and more youthful.

TOM FORD

Um buquê de flores transformado numa fragrância de 100 ml, foi o que Tom Ford se propôs fazer. E assim foi. *Rose Prick eu de parfum* é um dos mais recentes perfumes da marca, oriundo de um jardim selvagem com rosas perfumadas e notas de pimenta sichuan e cúrcuma. Um perfume envolvente, com uma personalidade única, criado também com a rosa búlgara, uma das mais raras do mundo. Nítida e pura. Quente e sensual. A fragrância torna-se inesquecível.

A bouquet of flowers transformed into a 100-ml fragrance – this is what Tom Ford set out to do. And this is just what was achieved. *Rose Prick eau de parfum* is one of the brand's latest perfumes, burgeoning from a wild garden with scented roses and notes of Sichuan pepper and turmeric. An engaging perfume with a unique personality, also created with Bulgarian rose, one of the rarest in the world. Clear and pure. Warm and sensual. The fragrance is simply unforgettable.

QUINTESSENCE

VERSACE

Parece que a Versace se esmerou em readaptar o conceito de luxo aos produtos das suas novas coleções. Prova disso são as recentes botas masculinas que a marca apresentou ao mercado. O seu *design* é facilmente resumido em três palavras: moderno, elegante e viril. Incorporando um labirinto misterioso na sola de borracha, o modelo é resultado de um jogo entre curvas e linhas, que transmite vibrações tanto alternativas como elegantes. Quem disse que, para entrar no mundo do luxo, precisa do tradicional registo formal dos pés à cabeça? Desafie-se e perca-se nas curvas que a Versace traçou só para si.

It seems that Versace has gone to great lengths to readapt the concept of luxury to the products in its new collections. This can clearly be seen in the new men's boots that the brand recently presented to the market. Their design is easily summed up in three words: modern, elegant and virile. Incorporating a mysterious labyrinth in the rubber sole, the model is the result of an interplay between curves and lines, which transmits both alternative and elegant vibes. Who said that, to enter the world of luxury, you need to be traditionally formal from head to toe? Take on the challenge yourself and lose yourself in the curves that Versace has drawn just for you.

PRADA

Para si, desejamos apenas o melhor e, quando se trata de luxo, não olhamos à modéstia. Apresentamos-lhe, por isso, uma das mais recentes bolsas da Prada, uma peça descontraída com *q.b* de requinte. Uma boa aposta para dias longos de trabalho. Mas as novidades não se ficam por aqui. Para além de apresentar um rebordo com *hardware* de tom prateado, a bolsa exibe funcionalidade prática, graças ao fecho da fivela dianteira e à bolsa com fecho na correia. E o melhor de tudo? Bem, este acessório é fabricado a partir de materiais reciclados, evidenciando uma clara posição sustentável por parte da marca.

We wish only the best for you, and when it comes to luxury, modesty isn't on our radar. And so, we bring you one of the latest bags from the house of Prada, a casual piece with a touch of refinement. A great choice for long working days. But there's even more to get excited about. In addition to featuring a border with silver-tone fittings, the bag displays practical functionality, thanks to the front buckle fastener and the pouch with zip on the strap. And the best of all? Well, this accessory is made from recycled materials, revealing a clear sustainable stance from the brand.

BURBERRY

Para enfrentar os dias mais frios, a Burberry presenteia-o com opções mais quentes. O destaque vai para o quispo viril da marca britânica, embebido em mel e revestido com um forro de lã e caxemira. Um modelo que aparenta versatilidade, com capuz e mangas destacáveis para uma silhueta adaptável. De traços marcantes, o agasalho une gerações. A veia simplista da grife de luxo deu lugar a uma peça de roupa estilosa, que não olha a idades, apenas a corações que precisem de ser aquecidos.

To brave the colder days, Burberry presents you with warmer options. Highlights among them include the British brand's men's puffer jacket, warm honey coloured, feather insulated and boasting a wool and cashmere lining. A model that looks versatile, with a detachable hood and sleeves for an adaptable silhouette. With its striking features, this jacket unites generations. The simplistic vein of the luxury label has given way to a stylish piece of clothing that does not contemplate ages, only hearts that need to be warmed.

FENDI

Já sentiu que lhe faltava algum coisa para que o seu *look* ficasse completo? Bem, a Fendi responde a esses dilema do dia a dia. Que tal algo leve, *classy* e ousado? Por outras palavras, um toque *premium* que faz a diferença na forma como as pessoas o percecionam. A resposta para os seus problemas está no cachecol da marca de luxo, colorido em tons de cinza e preto. O conforto também é resultado do algodão que o compõe. É um tanto ousado, exibindo em todo o seu corpo o logótipo da Fendi. Elegante e prático, é um golpe atraente na jogada de um homem poderoso.

Ever felt like you were missing something to complete your look? Well, Fendi finds the answers to such everyday dilemmas. How about something light, classy and bold? In other words, a splash of premium that makes all the difference in how people perceive you. The answer to your problems lies in a scarf from the luxury brand, coloured in shades of grey and black. Comfort is also a result of the cotton it is made with. Somewhat daring, revealing the Fendi logo all over its body, this elegant and practical accessory is an attractive addition to any powerful man's wardrobe.

FREDERIQUE CONSTANT

Conheça o *Classics Heart Beat Manufacture*, a garantia de um visual atraente. Assente na essência do artesanato e nas tradições centenárias, o relógio não esquece as suas origens, guardando em si a intemporalidade da marca. Um círculo perfeito, um *design* tradicional e uma personalidade nobre são algumas das suas valências. Exibe, ainda, números romanos concebidos para a uma caixa de 39 mm, o ponteiro dos minutos como uma folha fina e os ponteiros das horas com um acabamento em forma de coração. Conheça o esplendor do classicismo num só modelo, produzido com uma pitada de amor e nostalgia.

Meet the *Classics Heart Beat Manufacture*, a sure-fire answer to eye-catching looks. Based on the essence of craftsmanship and centuries-old traditions, the watch has not forgotten its origins, holding the timelessness of the brand within itself. A perfect circle, a traditional design and a classy personality are some of its assets. It also boasts Roman numerals designed for a 39-mm case, a minute hand like a thin leaf and hour hands with a heart-shaped finish. Experience the splendour of classicism in a single model, produced with a pinch of love and nostalgia.

TOM FORD

Picante, quente e ardente, eis o *Fucking Fabulous eau de parfum*. A selva fresca atua em conjunto com a lavanda, resultando num impacto olfativo de outro mundo. São as amêndoas amargas e as inflexões de baunilha que incutem riqueza textural no coração da pele. Já o cascalho italiano, embebido em orrisroot da flor de íris, transmite requinte. Dito isto, a marca promete uma fragrância divinal, recomendada para momentos em que a vida vira fantasia, alturas em que tudo parece belo e singular. Para armazenar o perfume masculino, Tom Ford serviu-se de opções verdes, como embalagens renováveis.

Spicy, hot and fiery, welcome to *Fucking Fabulous eau de parfum*. Its jungle fresh notes act in conjunction with lavender, resulting in an otherworldly olfactory impact, while bitter almonds and vanilla inflections that instil textural richness at the heart of the skin. A leather base, meanwhile, is given textural richness and refinement by iris flower orris root. That said, the brand promises a divine fragrance, recommended for moments when life turns to fantasy, times when everything seems beautiful and singular. To store the masculine perfume, Tom Ford has made use of green alternatives, such as renewable packaging.

BALMAIN

Eis o cinto da marca francesa, um modelo autêntico para personalidades fortes. Esta não é uma peça que possa camuflar com a camisola. É um cinto que emana poder e firmeza. Talvez um dos acessórios mais impactantes que deve guardar religiosamente no armário. Com o logótipo da Balmain a ocupar o centro das atenções, a peça tem uma espessura elegante, enquanto sussurra virilidade. Mas não se engane, ela finge ser simples e humilde, mas exige respeito.

The French brand brings you a belt, to be worn around the waist of strong personalities. This is not a piece that you can camouflage with your jumper. This is a belt that emanates power and determination. Perhaps one of the most impactful accessories you should make sure you have in your wardrobe. With the Balmain logo taking centre stage, the piece has a sleek thickness, while whispering virility. But make no mistake, it pretends to be simple and humble, but demands respect.

FÁTIMA LOPES

VIVEMOS A ERA MAIS DEMOCRÁTICA DA MODA
WE LIVE IN THE MOST DEMOCRATIC ERA OF FASHION

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ALMENDRA

A ***V&G*** foi conhecer um pouco mais sobre a emblemática estilista portuguesa, cujo nome dispensa apresentações. É no coração de Lisboa que encontramos o *atelier* Fátima Lopes. Os tons brancos e vermelhos, brilhos e luzes conduzem-nos até ao *glamour* da icónica madeirense. O encontro foi junto à «parede dos 30 anos», onde mil memórias estão recortadas em pequenos papéis, todos eles alusivos a três décadas de sucesso e muito estilo. Ao lado, acompanham prémios que não se contam pelos dedos, e o demais foi resultado de uma conversa rica em experiência. Entre o Funchal e o mundo, a criadora recorda as suas batalhas e conquistas no universo da moda. Junte-se a nós e... luzes, câmara, ação!

V&G went to find out a little more about the symbolic Portuguese designer, whose name needs no introduction. Travelling to the heart of Lisbon, we find the Fátima Lopes *atelier*. The white and red hues, sparkles and lights lead us to the *glamour* of the iconic Madeiran. Our meeting took place next to the «30 years wall», where a thousand memories are cut out in small pieces of paper, all of them allusive to three decades of success and heaps of style. Beside them stand awards, too many to count on your fingers. And as for the rest, a conversation rich in experience. Between Funchal and the world, the designer recalls her battles and conquests in the world of fashion. Join us and... lights, camera, action!

HÁ 30 ANOS, A FÁTIMA LOPES ERA AMADA E ODIADA (...) PASSEI DE BESTA A BESTIAL

Aos 23 anos, chega a Lisboa e dá os primeiros passos no mundo da moda. Portugal abriu logo os braços ao seu talento? Entenderam-na logo?

Esse é um filme engraçado. Há 30 anos, a Fátima Lopes era amada e odiada em simultâneo. Eu era entendida por um nicho de pessoas como eu, jovens irreverentes que queriam moda viva. Portanto, havia pessoas que não me entendiam de todo. Na altura, não era consensual. Curiosamente, nunca foi um problema para mim, aliás, fez-me querer ir mais além. Se as críticas fossem construtivas, poderia ouvi-las, mas a maior parte delas faziam-me rir. Se a intenção era deitar-me abaixo, correu mal.

Foi preciso ter reconhecimento lá fora para que os portugueses olhassem de maneira diferente para a Fátima?

Sim. Quando comecei na moda não fui cópia de ninguém. A pouca imprensa de moda que havia, e pouco entendida, dizia que eu não era tendência. Quando chego a Paris, sou a primeira criadora de moda portuguesa a entrar na *Paris Fashion Week*. A imprensa de moda internacional abriu-me as portas e, aí, os «velhos do Restelo» já não afirmaram que o meu trabalho era mau, pois seriam tomados como ignorantes. Portanto, foi uma reviravolta, passei de besta a bestial. A partir de 1999, não era bom falar mal da Fátima Lopes, uma vez que já tinha uma marca internacional.

O que é que o exterior viu no seu trabalho que Portugal não reconheceu?

Falamos apenas de profissionais e de amadores. *A Semana da Moda*, em Paris, é um evento destinado a profissionais de moda. Quem lá vai consegue perceber quem é ou não criador. Em Paris, as cópias não entram, porque quem as faz não é criador/a, é costureiro/a. Portanto, o profissionalismo abriu-me portas. Em Portugal, estavam habituados a copiar revistas que vinham do exterior e, de facto, foi uma grande diferença deixar de ser julgada por uma imprensa amadora em detrimento de uma imprensa profissional.

Ouviu muitos «nãos», pelo caminho?

Sim. Nada foi fácil e o maior obstáculo foi o industrial. Fiz 30 anos de carreira e continuo a repetir o mesmo desde o princípio: a indústria da moda em Portugal nunca soube entender os criadores. Quando comecei, era vista como uma miúda lunática, sem noção do comércio. Não era entendida pela indústria, embora ainda note que o mesmo problema persista. Creio que querem trabalhar para as marcas internacionais para produzirem milhões de peças, nunca havendo uma aposta séria nas marcas portuguesas.

Em setembro, completou 30 anos de carreira. Conte-nos sobre como tem sido o percurso.

São 30 anos que começaram por sonhos, determinação, teimosia e muita dedicação. São sete dias por semana e, no mínimo, 10 horas por dia de trabalho. A minha profissão é a tempo inteiro. Eu não vou para casa, desligo do meu trabalho e retomo no

30 YEARS AGO, FÁTIMA LOPES WAS LOVED AND HATED (...) I WENT FROM STUPID TO STUPENDOUS

At 23, you arrived in Lisbon and took your first steps in the world of fashion. Did Portugal open its arms to your talent from the outset? Did they understand you right away?

That's a funny story. Thirty years ago, Fátima Lopes was loved and hated at the same time. I was understood by a niche of people like me, irreverent young people who wanted lively fashion. Accordingly, there were people who didn't understand me at all. At the time, people couldn't agree on me. Interestingly, it was never a problem for me, in fact, it made me want to go that extra mile. If the criticism was constructive, I could take it on board, but most of it made me laugh. If the intention was to tear me down, it didn't work as planned.

Did it take recognition abroad for the Portuguese to look at you differently?

Yes. When I started in fashion, I wasn't a copy of anyone. The little fashion press that there was, and little understood, said that I wasn't on trend. When I arrived in Paris, I was the first Portuguese fashion designer to enter *Paris Fashion Week*. The international fashion press opened their doors to me and then the «prophets of doom» no longer said that my work was bad, because they would have been taken for ignorant. So, it was an about-face, I went from being stupid to being stupendous. From 1999 onwards, it did no good to talk badly about Fátima Lopes, as I already had an international brand.

What did the world see in your work that Portugal didn't recognise?

We are only talking about professionals and amateurs. *Fashion Week in Paris* is an event for fashion professionals. Whoever goes there can understand who is or isn't a designer. In Paris, copies are not admitted, because the person making them isn't a designer, he or she is a couturier. So, professionalism opened doors for me. In Portugal, they were used to copying magazines that came from abroad and, in fact, it was a big difference to stop being judged by an amateur press in favour of a professional press.

Did you hear many «noes» along the way?

Yes. Nothing was easy and the biggest obstacle was the industry. I've had a career for 30 years and I keep repeating the same thing since the beginning: the fashion industry in Portugal has never known how to understand designers. When I started, I was seen as a crazy kid, with no notion of business. I wasn't understood by the industry, although I can see the same problem still exists. I think they want to work for international brands to produce millions of pieces, and there's never any serious investment in Portuguese brands.

In September, you celebrated 30 years of career. Tell us about how the journey has been.

It's 30 years that began with dreams, determination, stubbornness and a lot of dedication. It's seven days a week and at least 10 hours a day of work. My profession is full-time. I don't go

dia seguinte. Isso não existe. Ser criativa é difícil, cada coleção tem de superar a anterior. É uma vida que tem tanto de dificuldade quanto de aliciante. Nunca me comparei com o vizinho do lado, nunca quis isso, mas sempre tive a consciência de que as minhas concorrentes são as maiores multinacionais do mundo. Portanto, com esta noção, são 30 anos de muita dedicação. É um caminho que vai sendo traçado, de seis em seis meses, devido às coleções.

home, switch off from my work and pick up where I left off the next day. It's not like that at all. Being creative is hard; each collection has to outperform the previous one. It's a life that has as much difficulty as it has excitement. I've never compared myself to the person next to me, I never wanted that, but I've always been aware that my competitors are the biggest multinationals in the world. So, with this in mind, they have been 30 years of great dedication. It's a path that is being mapped out, every six months, due to the collections.

> EM PARIS, AS CÓPIAS NÃO ENTRAM, PORQUE QUEM AS FAZ NÃO É CRIADOR/A, É COSTUREIRO/A

> IN PARIS, COPIES ARE NOT ADMITTED, BECAUSE THE PERSON MAKING THEM ISN'T A DESIGNER, HE OR SHE IS A COUTURIER

Moda é um conceito universal ou pessoal?

É subjetivo. Para mim, é um conceito pessoal, visto que é a minha moda. A dos outros passa-me um pouco ao lado. Diria que a parte criativa é muito pessoal e solitária. E, hoje, modas há muitas. Felizmente. Atualmente, vivemos a era mais democrática da moda, em que tudo é aceite. Há muitos e diferentes

Is fashion a universal or a personal concept?

It's subjective. For me, it's a personal concept, as it's my fashion. I kind of overlook other people's fashions. I would say that the creative part is very personal and solitary. And today there are many fashions. Fortunately. We are currently living in the most democratic era of fashion, where everything is accepted. There

criadores, e essa diferença é recebida positivamente. Houve alturas em que as pessoas tinham de seguir quase que ditaduras de moda. Atualmente não. Não há pessoas mal vestidas, há gostos diferentes. Penso que a democracia e a inclusão vivem-se no seu todo, no universo da moda.

Atualmente, como está a saúde da moda em Portugal?

Vejo-a positiva, em termos de criação. Nunca tivemos falta de criatividade, temos é falta de sinergias entre criadores e indústria. Que venham essas mãos dadas entre ambos e, então, eu direi que a moda portuguesa está de perfeita saúde, e recomenda-se.

> A INDÚSTRIA DA MODA EM PORTUGAL NUNCA SOUBE ENTENDER OS CRIADORES

Existe ou não cultura de moda no país?

Existe. Vivemos uma globalização real em todos os setores. A moda não está só nos profissionais da área, está também generalizada, faz parte da vida de todos. É acessível. Talvez haja pessoas a falarem demais sobre a moda, como se nascessem entendidos sobre ela, quando não têm essas competências, mas também é positivo, porque quer dizer que a moda é, hoje, transversal.

are many different designers, and that difference is positively received. There were times when people had to follow fashion dictatorships, almost. Not nowadays. There are no badly dressed people, there are different tastes. I think democracy and inclusion live on in the fashion world as a whole.

How is the health of fashion in Portugal these days?

I see it as positive, in terms of creation. We've never had a lack of creativity, what we lack is synergy between creators and industry. Let those hand-in-hand come and then I'll say that Portuguese fashion is in perfect health, and I'd recommend it.

> THE FASHION INDUSTRY IN PORTUGAL HAS NEVER KNOWN HOW TO UNDERSTAND DESIGNERS

Does a fashion culture exist in the country, or not?

Yes, there is. We are experiencing real globalisation in every sector. Fashion is not only for professionals in the area, it is also widespread, it is part of everyone's life. It is accessible. There might be people who talk too much about fashion, as if they were born fashion experts, when they don't actually have those skills, but it's also something positive, because it means that today fashion is transversal.

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

MICAELA OLIVEIRA

NUNO GAMA

DIOGO MIRANDA

FESTEJAR COM ESTILO

CELEBRATING IN STYLE

O *RÉVEILLON* SOB A PERSPETIVA DE TRÊS ESTILISTAS
NEW YEAR'S EVE FROM THE PERSPECTIVE OF THREE DESIGNERS

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Já em contagem decrescente para 2023, a ***Villas&Golfe*** reúne três estilistas portugueses para breves análises sobre o Ano Novo e o *look* a utilizar. A partir da visão de Micaela Oliveira, Diogo Miranda e Nuno Gama, fique a conhecer as dicas que tornarão a última noite do ano inesquecível.

A passagem de ano é suscetível a várias interpretações. Para muitos, é um marco importante, que merece não olhar à modéstia. Para outros, é pouco significativa, sendo um dia que não carece de gastos acrescidos ou usos excêntricos. Por isso, decidimos explorar diferentes modos de perspetivar a festividade, desde sugestões para eternas almas da festa até aos que valorizam a serenidade do seu lar, acompanhados do conforto da lareira e de um bom filme.

A personalidade do *outfit* advém, primeiramente, da importância que se atribui à circunstância. Cada qual com a sua opinião, mas os três criadores concordam num aspeto: o *réveillon* deve ser vivido da forma que mais sentido fizer para cada um. Ainda assim, gostos à parte, é importante perceber que o que vestimos diz muito sobre nós. Portanto, independentemente da escolha do *look*, lembre-se de que está a construir a imagem social para o mundo, ou, em última instância, para si mesmo.

Para as *dancing queens*, irreverentes e ousadas, a sugestão de Diogo passa por um fato de treino com *stilleto*, que foge aos padrões comuns de beleza. Por outro lado, para uma mulher formal, Micaela aconselha o vestido preto com pérolas, «é o clássico». E se a sustentabilidade é uma preocupação, pode-se sempre optar por «alguma peça de roupa de família», sugere Diogo Miranda. Já Micaela acrescenta o reaproveitamento de um vestido que possa ser reconvertido. Ou, então, idealizar uma peça do zero, «pensada e construída a partir de materiais sustentáveis». Caso o seu estilo seja *vintage*, Diogo indica um vestido com brilhos.

Already counting down to 2023, ***Villas&Golfe*** brings together three Portuguese designers for a brief analysis of the New Year and the right look to wear. Using the views of Micaela Oliveira, Diogo Miranda and Nuno Gama, find out all about the tips that will make the last night of the year an unforget table one.

New Year's Eve is prone to various interpretations. For many, it is an important landmark, which deserves no regard for modesty. For others, it is of little significance, being a day that does not require added expense or eccentric customs. That's why we decided to explore different ways of looking at the celebration, from suggestions for eternal party animals to those who value the serenity of their home, accompanied by the comfort of the fireplace and a good film.

The personality of any outfit comes, first and foremost, from the importance attached to the circumstance. Each of them has their own opinion, but the three designers agree on one thing: New Year's Eve should be experienced in the way that makes most sense for each person. Even so, tastes aside, it's important to understand that what we wear says a lot about us. So, whatever your choice of look, remember that you're building your social image for the world, or ultimately, for yourself.

For irreverent and daring dancing queens, Diogo's suggestion is a tracksuit with stilettos, which goes beyond the common beauty standards. For a formal woman, on the other hand, Micaela advises a black dress with pearls, «it's the classic». And if sustainability is a concern, you can always opt for «some family garment», Diogo Miranda suggests. Micaela adds reusing a dress that can be converted. Or, even better, create a piece from scratch, «designed and made of sustainable materials». If vintage is your style, Diogo suggests a sparkly dress.

AS DICAS QUE TORNARÃO A ÚLTIMA NOITE DO ANO INESQUECÍVEL

As cores também têm o seu grau de importância, e, de facto, disso percebe Nuno Gama: «As tonalidades do *réveillon* são os escuros: azul-escuro, castanho... São esses tons que nos conferem formalidade e mistério. A noite tem que ver com isso mesmo». Salienta, porém, que «devemos tentar coordenar a roupa com o grupo que acompanhamos, para não nos destacarmos nem muito nem pouco, uma vez que se pode tornar ofensivo». Já a estilista aposta nas cores nobres e elegantes, como o dourado, o prateado, o preto e o branco.

Para entrar com o «pé direito» no Ano Novo, os criadores indicam ainda algumas peças que não poderão faltar no armário masculino e feminino, desde sapatos pretos, *jeans* e casacos em pele a vestidos pretos e brilhantes. Ainda assim, preveem que as tendências sejam dentro das transparências, matérias sustentáveis, sedas e misturas internacionais de estilos. Dito isto, resta reverter a pergunta: «O que é que os estilistas vestirão na passagem de ano?» Surpreendentemente, nem eles sabem responder, apenas garantem um toque especial, bem ao estilo de cada um.

THE TIPS THAT WILL MAKE THE LAST NIGHT OF THE YEAR AN UNFORGETTABLE ONE

Colours also have their degree of importance, and, in fact, Nuno Gama knows all about this: «The colours of New Year's Eve are on the darker side: dark blue, brown... These are the hues that give us formality and mystery. The night has to do with exactly that». He stresses, however, that «we should try to coordinate our clothes with the group we're with, so that we don't stand out too much or too little, as this could become offensive». The female designer puts her money on noble and elegant colours, such as gold, silver, black and white.

To step into the New Year with the «right foot», the designers also suggest some pieces that cannot be missing in men's and women's wardrobes, from black shoes, jeans and leather jackets to black and sparkly dresses. Still, they predict that the trends will be within see-through items, sustainable materials, silks and international mixtures of styles. That said, all that is left is to flip the question, «What will the designers be wearing on New Year's Eve?» Surprisingly, even they don't know the answer, they can just guarantee that they'll add a special touch, matching each of their styles.

ROLLS-ROYCE CARS

O VERDADEIRO LUXO DE CONDUÇÃO E CONFORTO
GENUINE LUXURY DRIVING AND COMFORT

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DOMINIK KALAMUS

PHANTOM SERIE II

PHANTOM EXTENDED SERIE II

PHANTOM SERIE II. HOTEL RAFFLES EUROTEJSKI WARSAW

GHOST BLACK BADGE

EM 2021, VENDERAM-SE 5586 VIATURAS DA MARCA POR TODO O MUNDO, SENDO A CHINA O MELHOR MERCADO

IN 2021, 5586 OF THE BRAND'S CARS WERE SOLD THROUGHOUT THE WORLD; CHINA WAS THE LEADING MARKET

No passado verão, em agosto, viajamos de Portugal até à Polónia, para um *tour* incrivelmente extasiante pela cidade de Varsóvia, ao volante de um Rolls-Royce. Imagina-se num cenário destes? Pois bem, é estupendo. Só de pensar, o desejo é voltar à experiência. À nossa disposição, estiveram os modelos *Phantom Serie II* – o clássico da marca britânica; o *Phantom Extended Serie II* – a pérola que tivemos o prazer de conduzir; o *Ghost Black Badge* – o encantador; e o *Cullinan Frozen Lakes Creation* – a beleza que nos deixou tristes por não o termos testado, porque o tempo fez-se pouco, mas deixou a vontade. Curiosos sobre os modelos? Mais à frente falaremos de cada um deles, mas, antes disso, vamos à história da marca.

Em 1904, apesar de serem de mundos muito diferentes, Charles Royce e Sir Henry Rolls começam a sua viagem no mundo dos automóveis, iniciando a produção de carros de primeira classe. Escusado será dizer que, a partir daí, criaram verdadeiras preciosidades luxuosas de quatro rodas. Foi assim que surgiu o primeiro *Phantom*, em 1925. Rolls nasceu na Berkeley Square de Londres e estudou engenharia mecânica no Trinity College, em Cambridge. Royce nasceu em Peterborough, Inglaterra, e começou a trabalhar aos 9 anos – vendia jornais e trabalhava como moço de telegramas e moço de recados. Aos 14 anos, iniciou um estágio na Great Northern Railway Works. Passou noites a estudar álgebra, francês e engenharia elétrica, tornando-se num talento natural da engenharia e conseguindo, assim, um emprego na Electric Light and Power Company. Aí, trabalhou com o amigo engenheiro Ernest Claremont a produzir componentes elétricos e foi nessa altura que Royce patenteou melhorias para a lâmpada baioneta, que ainda está em uso até aos dias de hoje. Quando compra um Decauville francês de dois cilindros, em segunda mão, passa a demonstrar interesse pela construção de automóveis. Ele queria ser perfeito e tinha um lema: «Pegue no melhor que existe e torne-o melhor». E assim foi. Em 1903, projetou e construiu o seu primeiro motor a gasolina e, em abril de 1904, conduziu o seu primeiro carro a motor Royce 10cv na cidade. Foi essa busca pela perfeição que fez de Rolls e Royce um exemplo de sucesso a seguir. Prova disso são os modelos que foram lançados ao longo dos anos – verdadeiros automóveis de luxo.

No dia da nossa chegada a Varsóvia, hospedamo-nos no magnífico hotel Raffles Europejski Warsaw – um espaço incrivelmente recomendável. Ao final do dia, no *welcome drink*, tivemos um *meeting/briefing*, com a equipa da Rolls-Royce, onde nos foi apresentado um pedaço da história da marca.

In August, last summer, we travelled from Portugal to Poland for an incredibly thrilling tour of the city of Warsaw at the wheel of a Rolls-Royce. Can you imagine yourself in such a scenario? Well, it's astounding. Just thinking about it makes you want to experience it again. At our disposal, we enjoyed: the *Phantom Series II* – the British brand's classic; the *Phantom Extended Series II* – the pearl we had the pleasure to drive; the *Ghost Black Badge* – a real charmer; and the *Cullinan Frozen Lakes Creation* – a beautiful beast that left us sad not to have tested it, because time was too short, but which left us wanting more. Eager to find out more about the models? We'll talk about each of them later, but before that, let's take a look at the brand's history.

In 1904, despite being from very different worlds, Charles Royce and Sir Henry Rolls began their journey in the world of automobiles, starting the production of first-class cars. Needless to say, from then onwards they created true four-wheeled luxury gems. This is how the first *Phantom* came about, in 1925. Rolls was born in London's Berkeley Square and studied mechanical engineering at Trinity College, in Cambridge. Royce was born in Peterborough, England, and began working at age 9 – he sold newspapers and worked as a telegram boy and errand boy. At 14, he began an apprenticeship with the Great Northern Railway Works. He spent nights studying algebra, French and electrical engineering, and became a natural engineering talent, thus securing a job with the Electric Light and Power Company. There he worked with his engineer friend Ernest Claremont producing electrical components and it was at this time that Royce patented improvements to the bayonet lamp, which is still in use today. When he bought a second-hand French two-cylinder Decauville, he began to show interest in the construction of cars. He was a perfectionist and had a motto: «Take the best that exists and make it better». And this is just what he did. In 1903, he designed and built his first petrol engine and in April 1904, he drove his first Royce 10hp motor car in town. It was this pursuit of perfection that made Rolls and Royce an example of success to follow. The models that have been launched over the years are proof of this – true luxury cars.

On the day of our arrival in Warsaw, we stayed at the magnificent Raffles Europejski Warsaw hotel – a highly recommendable venue. At the welcome drink in the evening, we had a meeting/briefing with the Rolls-Royce team, who introduced us to a piece of the brand's history. We talked about

Falou-se da engenharia e do *design*, assim como da perfeição, na criação destas peças automóvel incomparáveis. Em 1911, nasceu um ícone, celebrava-se o tempo da beleza, porque a Rolls-Royce é beleza. Sabia que o símbolo da marca é associado à imagem de uma mulher? Pois bem, o símbolo surgiu a partir de um origami de peças. E mantém-se até hoje como um ícone. Uma curiosidade: em 2021, venderam-se 5586 viaturas da marca por todo o mundo, sendo a China o melhor mercado. Não é à toa que a filosofia da Rolls-Royce é uma: único, feito à mão, autêntico, bonito e raro. Por exemplo, o *Phantom* é o expoente de beleza dos carros. A frente parece uma galeria em titânio.

Numa altura em que se fala muito da era dos elétricos, também a marca apostou nesse segmento, tendo sido o primeiro *Rolls-Royce SRH* criado para o hospital St. Richard's Hospital Pediatric Day. E, em 2023, surgirá o lançamento do primeiro elétrico – o *Spectre*.

Agora, falando dos modelos que vos apresentamos no início: o *Phantom Serie II* é a nova expressão, com perfeição, mudança, mais preservado e com tecnologias de ponta. O *Phantom Extended Serie II*, com mais 22 cm, tem um carácter distinto e dois tipos de assentos. Ambos apresentam os mesmos testes NEDC (New European Driving Cycle), com emissões combinadas de CO2 de 345 g/km e um consumo de 15.1 l/100km.

engineering and design, as well as the perfection in the creation of these incomparable cars. In 1911, an icon was born, celebrating the time of beauty, because Rolls-Royce is beauty. Did you know that the brand's symbol is associated with the image of a woman? Well, the symbol came from a mishmash of pieces. And it remains an icon to this day. An interesting fact: in 2021, 5586 of the brand's cars were sold throughout the world; China was the leading market. No wonder that the Rolls-Royce philosophy is: unique, hand-made, authentic, beautiful and rare. For example, the *Phantom* is the exponent of car beauty. The front end looks like a gallery made of titanium.

At a time when there is much talk of the electric era, the brand has also committed to this segment, and the first *Rolls-Royce SRH* was created for St. Richard's Hospital Paediatric Day. And 2023 will see the launch of the first electric - the *Spectre*.

Now let's talk about the models we introduced to you at the beginning: the *Phantom Series II* is the latest expression, with perfection, change, more preserved and with cutting-edge technologies. The *Phantom Extended Serie II*, at 22 cm longer, has a distinctive character and two types of seats. Both boast the same NEDC (New European Driving Cycle) tests, with combined CO2 emissions of 345 g/km and a consumption of 15.1 l/100km. They differ in the WLTP (Worldwide Harmonized

MERGULHAR NO MUNDO DA ROLLS-ROYCE É UMA EXPERIÊNCIA SUBLIME, É DESFRUTAR DE UMA CONDUÇÃO DE LUXO E CONFORTO

TO IMMERSE YOURSELF IN THE WORLD OF ROLLS-ROYCE IS A SUBLIME EXPERIENCE – THIS IS ENJOYING DRIVING IN LUXURY AND COMFORT

O CHEFE E A EQUIPA QUE NOS RECEBEU PARA O ALMOÇO NO WATER & WINE RESTAURANT |
THE CHEF AND THE TEAM THAT WELCOMED US FOR THE LUNCH TO THE WATER & WINE RESTAURANT

Diferem nos testes WLTP (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure): o primeiro apresenta emissões combinadas de CO_2 de 351-362 g/km, um consumo de 15.5-16.0 l/100km e vai dos 0-100 km/h em 5.3 segundos; e a versão longa detém emissões combinadas de CO_2 de 353-365 g/km, um consumo de 15.6-16.2 l/100km e vai dos 0-100 km/h em 5.5 segundos. Além disto, diferem também na aparência e nos acabamentos exteriores e interiores. O *Ghost Black Badge* denota minimalismo e engenharia, motor V12 de 6.75 litros e oferece maior potência (600 cv), suspensão e chassi reprojetados para um desempenho melhorado da *performance* e vai dos 0-100 km/h em 4.7 segundos. Por último, o *Cullinan Frozen Lakes Creation* celebra o mágico do inverno e é a resposta aos clientes que querem tornar as viagens autenticamente *off* e *on-road* num verdadeiro luxo, que vai dos 0-100 km/h em 5.2 segundos.

Mergulhar no mundo da Rolls-Royce é uma experiência sublime, é desfrutar de uma condução de luxo e conforto. Seja como condutor ou no lugar do passageiro, vai sentir-se poderoso dentro de uma viatura desta gama. Todos os anos, a marca procura modificar ou modernizar algo nos seus modelos, tal como tivemos a oportunidade de vivenciar nesta viagem por Varsóvia. Posto isto, faça-se à estrada!

Light Vehicles Test Procedure) tests: the first has combined CO_2 emissions of 351-362 g/km, a fuel consumption of 15.5-16.0 l/100km and goes from 0-100 km/h in 5.3 seconds; and the long version has combined CO_2 emissions of 353-365 g/km, fuel consumption of 15.6-16.2 l/100km and accelerates from 0-100 km/h in 5.5 seconds. In addition to this, they also differ in appearance and exterior and interior finishes. The *Ghost Black Badge* denotes minimalism and engineering, has a 6.75-litre V12 engine and offers greater power (600 hp), re-designed suspension and chassis for enhanced performance and accelerates from 0-100 km/h in 4.7 seconds. Finally, the *Cullinan Frozen Lakes Creation* celebrates the magic of winter and is the answer to owners who want to turn authentic off- and on-road travel into a true luxury experience. It accelerates from 0-100 km/h in 5.2 seconds.

To immerse yourself in the world of Rolls-Royce is a sublime experience – this is enjoying driving in luxury and comfort. Whether as driver or passenger, you will feel powerful inside a car of this range. Every year, the brand tries to modify or modernise something in its models, as we had the opportunity to experience on this trip to Warsaw. So, hit the road!

CULLINAN FROZEN LAKES

FERRARI 296 GTB

VELOCIDADES FURIOSAS
FAST AND FURIOUS

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Apresentamos-lhe o recente *Ferrari 296 GTB*, um modelo furiosamente complexo. Se está desejoso por ouvir o rosnar do novo modelo da marca italiana, conheça antes as suas características, uma vez que poderá ser desafiante dominá-lo.

Com o formato *Gran Turismo Berlinetta*, o novo híbrido da Ferrari incorpora um motor de combustão de 663 cv e um motor elétrico de 167 cv. Esta fusão resulta numa potência de 830 cv, atingindo, em menos de três segundos, os 100 km/h e, em menos de oito, os 200 km/h. Com 4,56 metros de comprimento, o híbrido *plug-in* permite locomoção elétrica que, durante esse modo, atinge a velocidade máxima de 135 km/h e uma autonomia de 25 quilómetros. Contém um motor V6 biturbo e exibe formas exteriores que destacam a musculação dos flancos traseiros, assim como o posicionamento do habitáculo. Tem, até à atual história da Ferrari, a distância mais curta entre os eixos, proporcionando uma maior rapidez de inserção nas curvas.

Introducing the latest *Ferrari 296 GTB*, a furiously complex model. If you're itching to hear the growl of the Italian brand's new model, take a look at its features first, as this may be a challenging thoroughbred to master.

With the *Gran Turismo Berlinetta* format, Ferrari's new hybrid incorporates a 663-hp combustion engine and a 167-hp electric motor. This fusion results in a power output of 830 hp, accelerating to 100 km/h in less than three seconds and 200 km/h in less than eight. At 4.56 metres long, the plug-in hybrid can be driven using electric only, in which mode it can achieve a maximum speed of 135 km/h and a range of 25 kilometres. Inside lies a V6 twin turbo engine, while outside it reveals shapes that highlight the muscularity of the rear haunches, as well as the positioning of the driver's compartment. It has, in Ferrari's history to this day, the shortest distance between axles, enabling greater speed when entering curves.

UM MODELO FURIOSAMENTE COMPLEXO

Trata-se de um modelo com veia futurista, embora não seja o primogénito híbrido *plug-in* da coleção, visto que esse feito cabe ao modelo *SF90 Stradale*. Ainda assim, é uma estreia da marca, se contarmos com a componente da eletrificação. A vertente tradicional da Ferrari tentará sempre invocar a combustão interna, mas a evolução impõe-se no caminho, o que obriga à sua readaptação na construção de novos modelos. E, de facto, o *296 GTB* é uma unidade quase feita do zero. O ângulo entre as bancadas de cilindros, de 120°, é mais aberto, quase *flat*.

A FURIOUSLY COMPLEX MODEL

It is a model with a futuristic streak, although it is not the first plug-in hybrid in the collection, as that title goes to the *SF90 Stradale* model. Still, it is a first for the brand, if you count the electric component. The traditional side of Ferrari will always strive towards internal combustion, but evolution imposes itself along the way, which forces it to change its ways in the construction of new models. And indeed, the *296 GTB* is a vehicle made almost from scratch. The angle between the cylinder banks, 120 degrees, is more open, almost flat. The turbochargers are beefed up so that the rotor spins up to

Os turbos são reforçados para que o rotor gire até 180.000 rotações por minuto, tendo 24% de eficiência. E, para uma experiência intensa, o carro possui ainda os quatro modos de condução – *eDrive*, *Hybrid*, *Qualify* e *Performance*.

São os traços elegantes e minimalistas que fazem do *Ferrari 296 GTB* o protagonista do momento. Foram deixados de parte os elementos ruidosos, os vincos e dobras, apostando-se em dianteiras baixas, faróis em forma de losango, para-lamas traseiros alargados e o elemento identitário imprescindível: a silhueta elegante comum a toda a família italiana.

Em chamas, o novo modelo anda por aí, há procura de alguém que se atreva a domesticá-lo.

180,000 revolutions per minute, making it 24% more efficient. And for an intense experience, the car also has the four driving modes – *eDrive*, *Hybrid*, *Qualify* and *Performance*.

It is the elegant, minimalist features that make the Ferrari *296 GTB* the standout vehicle of the moment. Noisy elements, creases and folds have been left out, focusing on low fronts, diamond shaped headlights, widened rear bumpers and the essential identifying element: the elegant silhouette common to the whole Italian family.

On fire, the new model is out there, looking for someone who dares to tame it.

ALFAIATE **HOME**

Projetos 2D | 3D

Decoração de Interiores

Mobiliário por medida

www.alfaiatedinteriores.pt

EPOCA GROUP

PME líder

CINCO ESTRELAS

PORTO - LEÇA DA PALMEIRA | PORTO - FOZ DO DOURO | LISBOA - PARQUE DAS NAÇÕES

JOÃO TRINCHEIRAS
Diretor de Comunicações Corporativas da BMW Portugal |
Corporate Communications Manager of BMW Portugal

O NOVO LUXO TAMBÉM É SUSTENTÁVEL

Durante muito tempo, um automóvel de luxo distinguia-se por proporcionar uma experiência de conforto única, com equipamento de última geração, combinando uma elevada *performance* na estrada. Estas características eram também muitas vezes associadas a veículos com motores de grande cilindrada e, consequentemente, mais poluentes. Para muitos, a *performance* e o prazer de condução eram incompatíveis com soluções mais amigas do ambiente.

Hoje, a ideia de luxo não se perdeu, antes transformou-se. E para melhor. Para a indústria automóvel, nunca os conceitos de luxo e sustentabilidade foram tão compatíveis, o que não quer dizer que o cliente esteja menos exigente. Pelo contrário, o cliente do presente e do futuro não vai abdicar do conforto, da *performance*, do *design* ou da segurança. Vai continuar a querer tudo isso e ainda a garantia de poder desfrutar de uma experiência única, sem o impacto no ambiente de outrora. Tudo isto é sinal de progresso, mas também de desafio. Nós, no BMW Group, nunca nos negamos a um bom desafio e é por essa razão que temos apostado na economia circular, reduzindo o impacto no planeta, não apenas no momento em que o veículo está na estrada, mas em todo o ciclo de vida, desde a sua produção até à sua reciclagem.

Até 2030, vamos elevar a combinação entre luxo e sustentabilidade a um novo nível, com a ambição de reduzir as emissões de CO_2 em mais de 200 milhões de toneladas.

Sabemos que vivemos tempos desafiantes, com a volatilidade nos preços de bens e matérias-primas, mas, no BMW Group, acreditamos que a estratégia que temos vindo a traçar, atenta ao presente mas muito focada no futuro, será uma garantia de sucesso.

O nosso propósito não mudou, antes cresceu. O futuro do novo luxo já está aí, preparado para se fazer à estrada com zero emissões.

THE NEW LUXURY IS ALSO SUSTAINABLE

For a long time, a luxury car stood out for providing a unique experience of comfort, with state-of-the-art equipment, combined with high performance on the road. These characteristics were also often associated with vehicles with very powerful engine, which were, as a consequence, more polluting. For many, performance and pleasure of driving were incompatible with more environmentally friendly solutions.

Today, the idea of luxury has not been lost, but rather transformed. And for the better. For the car industry, the concepts of luxury and sustainability have never been so compatible, which does not mean that customers are less demanding. On the contrary, the present and future customer will not go without comfort, performance, design or safety. They will continue to want all of this, and also the guarantee of being able to enjoy a unique experience, without the impact on the environment of yesteryear. All this is a sign of progress, but also of challenge. We, in the BMW Group, never shy away from a good challenge and that's why we've been committed to the circular economy, reducing the impact on the planet, not just at the moment the vehicle is on the road, but across the entire life cycle, from when it is produced to when it is recycled.

By 2030, we will take the combination of luxury and sustainability to a new level, with the ambition of reducing CO_2 emissions by more than 200 million tonnes.

We know that we are going through challenging times, with volatility in the prices of goods and raw materials, but, at BMW Group, we believe that the strategy we have been following, attentive to the present but very focused on the future, will be a guarantee of success.

Our purpose has not changed, rather grown. The future of new luxury is already here, ready to hit the road with zero emissions.

LUXO & ESTILO | LUXURY & STYLE

YACHT 800 FLY

QUANDO OS SONHOS SE TORNAM REALIDADE
WHEN DREAMS COME TRUE

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Galeon, a marca que conta com uma longa tradição em construção naval, lança um modelo impossível de cair na indiferença. O *800 Fly* é um iate recente, que não fica atrás de qualquer outro membro da família.

Erigido do luxo, o anfíbio traça o oceano com um *design* imponente e, quando atracado no cais, causa cobiça aos que por ele passam. Envolvido por vidros translúcidos, incorpora traços elegantes e materiais inteligentes. O exterior é destacado pelo *flybridge*, que se estende em todo o *cockpit*, graças à combinação da tecnologia e do carbono. Foi a escolha de materiais leves e rígidos que compensaram o peso do *deck* superior,

Galeon, the brand that can look back over a long tradition in shipbuilding, has launched a model that certainly won't go unnoticed. The *800 Fly* is a recent yacht that is second to no other member of the family.

Built from luxury, the amphibian cuts through the ocean with an imposing design and, attracts covetous glares from passers-by when moored at the dock. Wrapped in translucent glass, it boasts elegant lines and intelligent materials. The exterior is highlighted by the flybridge, which extends across the cockpit, thanks to the combination of technology and carbon. It was the choice of lightweight and rigid materials that has offset

O *800 FLY* INCORPORA TRAÇOS ELEGANTES E MATERIAIS INTELIGENTES

possibilitando a estabilidade exigida. Classificado como pertencente à *Categoria A*, o motor é ideal para embarcações requintadas, com opções diversas e equipamentos *premium*.

No topo, o modelo recebe os passageiros com sofás espaçosos, acompanhados de mesas para desfrutar de refeições ao sabor do vento e, claro, uma área de bar, caso a sede se queira aliar à diversão. Mas não acaba aqui. Uma banheira de hidromassagem é outra das surpresas que o *800 Fly* tem para oferecer, juntamente com uma nova área de lazer, protegida por teto deslizante. Para o capitão e copiloto, foram escolhidos os melhores assentos e, caso queira pernoitar, o iate disponibiliza-lhe camas de solteiro, guarda-roupas, uma pequena cozinha e uma casa de banho com tudo o que precisa. O interior exibe um *design* minimalista, a um nível sem precedentes, onde os pormenores são tidos em conta a partir de acessórios luxuosos e materiais de elevada categoria. As luzes e o contraste entre tons claros e escuros conferem-lhe um toque futurista, resultando num ambiente moderno e rico em *glamour*. Caso esteja com um *mood* festivo, usufrua da área de entretenimento, que inclui sofás em forma de «L», televisão e um bar versátil. Ideal para o convívio. Com motores potentes e um *design* de casco exigente, o iate tem um comprimento de 25,72 m e alberga 18 tripulantes.

Depois disto, sinta-se empolgado para descobrir qual a divisão que proporciona *sunsets* de arrepiar até os ossos.

THE *800 FLY* BOASTS ELEGANT LINES AND INTELLIGENT MATERIALS

the weight of the upper deck, enabling the required stability. Classified as belonging to *Category A*, the engine is ideal for high-end boats with diverse options and premium equipment.

At the top, the model welcomes passengers with spacious sofas, accompanied by tables to enjoy meals caressed by the sea breeze and, of course, a bar area, in case fun means enjoying a drink as well. But it doesn't end there. A whirlpool bath is another surprise the *800 Fly* has to offer, along with a new leisure area, protected by a sliding roof. For the captain and co-pilot, the finest seats have been chosen and, for overnight duty, the yacht provides them with a crew cabin with single beds, wardrobes, a small kitchen and a bathroom with everything they could need. The interior displays a minimalist design, to an unprecedented level, where details are taken care of through luxurious fittings and high-class materials. The lights and the contrast between light and dark shades give it a futuristic feel, resulting in a modern and glamorous environment. If you're in a festive mood, make the most of the entertainment area, which includes L-shaped sofas, television and a versatile bar. Ideal for socialising. With powerful engines and an exacting hull design, the yacht is 25.72m long and can take up to 18 crew members.

After this, get excited to discover which room provides jaw-dropping sunsets.

ANTÓNIO MARQUES
Gerente de Vendas Carclasse S.A. |
Sales Manager Carclasse S.A.

O SEGMENTO DOS AUTOMÓVEIS DE LUXO EM PORTUGAL

O segmento dos automóveis de luxo em Portugal tem crescido nos últimos anos, fruto da aposta das marcas e dos seus representantes no mercado nacional, com a abertura de pontos de venda e assistência técnica fora das duas áreas metropolitanas. O cliente tem, com esta proximidade, uma alavanca para a concretização do negócio. E o surgimento de novos e apaixonantes modelos faz com que o setor dos automóveis de luxo seja cada vez mais competitivo e aliciante.

As novas motorizações híbridas e 100% elétricas, já presentes em quase todas as marcas de luxo, fazem da eletrificação automóvel uma realidade breve em algumas marcas. A Jaguar, por exemplo, tem como objetivo a eletrificação completa da gama, com o posicionamento no topo da cadeia. Por seu lado, a Land Rover aposta em motores híbridos *plug-in*, mas o 100% elétrico chegará para complementar a oferta.

A preocupação ambiental está cada vez mais presente no seio dos fabricantes e na mente dos consumidores. A constante redução de emissão de poluentes, o uso de materiais reciclados e recicláveis, as opções de tecidos sustentáveis e o uso de pele sintética são, por exemplo, preocupações que se mostram cada vez mais presentes na escolha do cliente.

O habitáculo dos novos modelos híbridos terá um placebo acústico que nos dará um bom som, aliado à alta *performance*, para proporcionar as volúpias e o requinte de um segmento que estará sempre presente nas nossas estradas.

Desta forma, a presença de automóveis que fazem virar as cabeças nas estradas portuguesas é cada vez maior e o crescimento do comércio de viaturas seminovas neste nicho contribui também para que isto aconteça.

Um carro de luxo ou superdesportivo não nos brindará com os seus 12 cilindros como nos anos 70 e 80. Passámos para 10 ou 8 cilindros. Aliás, atualmente os 6 cilindros ocupam grande parte dos *capots* dos carros que nos provocam um contemplar em silêncio, como será o silêncio dos elétricos!

Ficam os belos clássicos com os seus odores a pele e gasolina para nos lembrar a glória do segmento.

THE LUXURY CAR SEGMENT IN PORTUGAL

The luxury car segment in Portugal has grown in recent years, as a result of the brands and their representatives committing to the national market and the opening of sales and technical assistance outlets outside the two metropolitan areas. With this proximity, customers have a means to making the deal happen. And the emergence of new and exciting models makes the luxury car sector increasingly competitive and attractive.

The new hybrid and 100% electric engines, already present in almost every brand in the luxury segment, make automobile electrification a reality in the near future for some brands. Jaguar, for example, aims at complete electrification of the range, positioning itself at the top of the chain. For its part, Land Rover is leaning towards plug-in hybrid motors, but 100% electric will arrive to complement the offer.

Environmental concern is more and more present in manufacturers and consumers' minds. The constant reduction of pollutant emissions, the use of recycled and recyclable materials, the options of sustainable fabrics and the use of synthetic leather are, for example, concerns that are increasingly present in customers' choices.

The interior of the new hybrid models will have an acoustic effect that will give us a good sound, allied with high performance, to provide the voluptuousness and refinement of a segment that will always be present on our roads.

This way, the presence of cars that turn heads on Portuguese roads is increasing and the growth of the sale of used cars in this niche also contributes to this.

A luxury or super-sports car will not offer us its 12 cylinders as in the 1970s and 1980s. We have gone to 10 or 8 cylinders. As a matter of fact, nowadays, 6 cylinders lie under many of the bonnets of cars, bringing us a comparative silence, as will be the silence of electric cars!

In the meantime beautiful classics remain with their smells of leather and petrol to remind us of the segment's glory days.

Porto Santo Golfe
Porto Santo · Madeira
Designed by Severiano Ballesteros
A perfect combination of natural beauty and a challenging game
Sítio das Marinhas, 9400-162, Porto Santo
+351 291 983 778
rececao@portosantogolfe.com
www.portosantogolfe.com
@PortoSantoGolfe

VILLAS&GOLFE INTERNATIONAL CUP 2022

TACADAS CÉLEBRES SOBRE 120 ANOS DE HISTÓRIA
FAMOUS SHOTS OVER 120 YEARS OF HISTORY

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY CREATIVE LEMONS

Este ano, as condições climatéricas evidenciaram sinais de tréguas e, após meses de planeamento e dedicação, estava tudo a postos para o começo de mais uma edição especial do *Villas&Golfe International Cup*. Assinalavam-se as nove em ponto quando a partida teve o seu início, naquele que é o clube de golfe mais antigo da Península Ibérica. Muitos dos jogadores já vinham preparados para as adversidades do campo, mas para os que as desconheciam... podia ter sido mais difícil.

A história do Oporto Golf Club confere ao campo o título de segundo mais antigo da Europa, tendo surgido em 1890 pelas mãos de um grupo de jogadores britânicos. Estreando com um total de nove buracos e um Par de 43, a área foi construída entre relva autóctone, *greens* e areia. Já em 1934, foi inaugurado o percurso completo de 18 buracos. Ao longo dos anos, houve também melhoria nos *greens*, *fairways* e *roughs*, e construiu-se um *Driving Range* e uma *Clubhouse*. As arestas têm sido polidas e, atualmente, medem-se 4500 metros verdejantes, com 18 buracos, num campo Par 71 com *green fees* muito sugestivos.

This year, the weather conditions showed signs of abating and, after months of planning and dedication, everything was ready for the beginning of another special edition of the *Villas&Golfe International Cup*. It was nine o'clock on the dot when the start teed off, in what is the oldest golf club on the Iberian Peninsula. Many of the players were already prepared for the adversities of the course, but for those who didn't know them... it might have been more difficult.

The history of the Oporto Golf Club gives it the title of the second oldest course in Europe, having been created in 1890 by a group of British players. It opened with a total of nine holes and a par of 43, and was built between native grass, greens and sand. By 1934, the full 18-hole course had been unveiled. Over the years, the greens, fairways and roughs have also been improved and a driving range and clubhouse have been built. The edges have all been polished and, currently, there are 4500 verdant metres developing over 18 holes on a par of 71 course with very encouraging green fees.

UMA MANHÃ HÁ MUITO ESPERADA NO OPORTO GOLF CLUB

A 15 de outubro reuniram-se 88 jogadores para enfrentar um campo com mais de 120 anos de história. E, ainda que em minoria, as mulheres participantes provaram que o golfe não escolhe géneros. Sempre firmes e unidas, as golfistas mantiveram, até ao fim, a incógnita do sucesso da partida. Já os homens, ora se mostravam reservados, no momento da tacada, ora brincalhões, na hora de fazer a pausa para confortar o estômago. Mas uma coisa é certa, na hora de jogar, o foco era reconhecido no rosto de cada um. Vivia-se um ambiente harmonioso, mas a competição criava a tensão que é exigida para o sucesso de uma partida de golfe. As perguntas eram ruidosas, dentro da cabeça de cada um. Entre «poderia ter feito melhor?» e «a sorte estará do meu lado?», contrastava a serenidade daquela manhã há muito esperada no Oporto Golf Club. Ouviam-se apenas as folhas das árvores a dançar com o vento, acompanhadas do cheiro da maresia e do som agudo do taco a levar a melhor. O céu ameaçou chover até à última, carregado de nuvens escuras e contribuindo para um cenário que espicaçava a adrenalina e o grau de dificuldade. Foi uma manhã exigente e, por isso, à ***V&G*** uniram-se sabores aprazíveis, desde o presunto do Solar dos Nunes, ao azeite Acushla, ao Chá Camélia e ao vinho Vidago Villa,

A LONG-AWAITED MORNING AT OPORTO GOLF CLUB

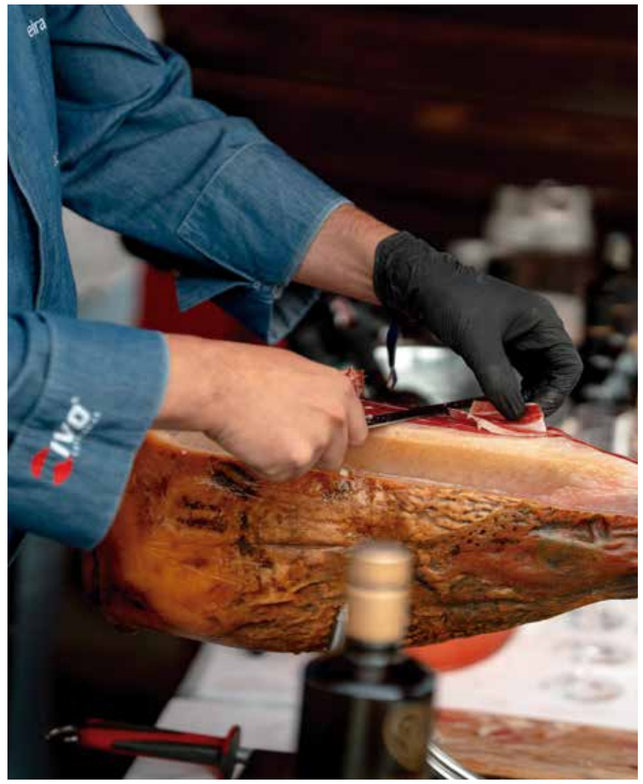
On October 15, 88 players gathered to face a course with more than 120 years of history. And, although in a minority, the women participants proved that golf does not care about gender. Always firm and united, the female golfers kept, until the end, the uncertainty of the success in the match. The men, on the other hand, were at times reserved, when taking their shot, at others playful, when it was time to take a break to appease their stomachs. But one thing was certain, when it was time to play, the focus could be seen on the face of each of them. There was a harmonious atmosphere, but the competition created the tension that is required for a successful round of golf. Questions were loudly asked, inside each person's head. With «could I have done better?» and «is luck on my side?», contrasting with the serenity of that long-awaited morning at Oporto Golf Club. All that could be heard were the leaves of the trees dancing in the wind, accompanied by the scent of the sea air and the sharp sound of the club getting the better of it. The sky threatened to open up until the last moment, laden with dark clouds and contributing to a scenario that spurred on the adrenaline and the degree of difficulty. It was a demanding morning and, therefore, ***V&G*** was joined

colocando a energia dos nossos jogadores no topo. A Decisões e Soluções tornou também exequível um torneio charmoso, marcando o início do evento com a entrada majestosa da equipa, junto dos seus emblemas de luxo, DS Auto, DS Travel e DS Private. O caráter nobre do *Villas&Golfe International Cup* deveu-se, inclusive, à presença de personalidades conhecidas da política, tal como Luís Montenegro e Fernando Teixeira dos Santos, e dos negócios, como Paulo Abrantes e Manuel Violas, entre outros.

No meio de tacadas, frustrações e alegrias, a competição conheceu o seu fim, chegando a altura de os golfistas descansarem e usufruírem daquilo que lhes foi reservado: um almoço *buffet*, com pratos tradicionalmente portugueses e sobremesas que adocicam o coração. A sala de refeições estava cheia em quantidade e sentimento. As suposições de quem seriam os eventuais vencedores eram muitas. As gargalhadas preenchiam os momentos de silêncio e o convívio tinha algo de especial. Não havia lugares destinados. Os desconhecidos não eram mais desconhecidos, porque, a partir do momento em que se sentavam à mesa, o tema era dominado por todos. O golfe não é apenas uma competição, é um desporto

by pleasant flavours, including dry cured ham from Solar dos Nunes, Acushla olive oil, Chá Camélia teas and Vidago Villa wine, ensuring players kept their energy levels up. Decisões e Soluções also made a charming tournament feasible, marking the beginning of the event with the majestic entrance of the team, together with its luxury emblems, DS Auto, DS Travel and DS Private. The premium nature of the *Villas&Golfe International Cup* was also owed to the presence of well-known personalities from politics, such as Luís Montenegro and Fernando Teixeira dos Santos, and from the business world, such as Paulo Abrantes and Manuel Violas, among others.

Between shots, frustration and elation, the competition came to an end, and it was time for the golfers to rest and enjoy what was waiting for them: a buffet lunch, with traditional Portuguese dishes and desserts that sweeten the heart. The dining room was packed in quantity and emotion. The guesses as to who the eventual winners would be were many. Laughter filled the moments of silence and there was special feeling about this gathering. There were no assigned seats. Strangers were soon no longer strangers, because



que promove convívio e cria relações para a vida. E, de facto, a ***V&G***, ao longo de vários anos na realização de torneios, criou orgulhosamente uma família inclusiva e talentosa.

À medida que os cafés se iam bebendo e as sobremesas finalizando, começavam a juntar-se grupos de pessoas no jardim, junto à sala de refeições. Com expectativa, eram muitos os que tentavam contar os múltiplos prémios expostos. Aqueles que não se atreviam a juntar-se no recinto exterior, miravam pelas janelas a quantidade de embrulhos, tentando adivinhar o que estaria por dentro. «Vinho, muito vinho!», ouvia-se na sala. O frenesim começou a crescer e todos perceberam que chegara a altura mais esperada do dia: a entrega dos prémios. Num *mix* de nervosismo e alegria, deu-se início à divulgação das estrelas do *Villas&Golfe International Cup 2022*. O grande vencedor do torneio foi João Batista, ganhando o 1.º *Net*, com 44 pontos. «O segredo foram os bons parceiros de jogo», explicou o vencedor, acrescentando que o torneio estava muito bem organizado. Seguiu-se Tomás Anderson Guimarães, alcançando o 2.º *Net*, com 40 pontos. Mais distante ficou Diogo Alves Santos, ainda que conquistando o 3.º *Net*, graças aos seus 38 pontos. O destaque vai também para César Campos, que esteve à altura do

from the moment they sat down at the table, the subject matter was mastered by all. Golf isn't just a competition, it's a sport that promotes companionableness and creates relationships for life. And indeed, ***V&G***, over several years of hosting tournaments, has proudly created an inclusive and talented family.

While the coffees were being sipped and desserts finished, groups of people began to gather in the garden by the dining room. With anticipation, there were many who tried to count the multiple prizes on display. Those who didn't dare gather in the outdoor area, looked through the windows at the quantity of parcels, trying to guess what was inside. «Wine, so much wine!», could be heard in the room. Emotions began to grow and everyone realised that the most awaited time of the day had arrived: the prize giving ceremony. In a mix of nervousness and joy, the stars of the *Villas&Golfe International Cup 2022* were announced. The overall winner of the tournament was João Batista, coming first in Net event, with 44 points. «The secret was the good playing partners,» explained the winner, adding that the tournament had been very well organised. Tomás Anderson Guimarães followed, coming 2nd in the Net, with 40 points. And then came Diogo Alves Santos, taking 3rd place in

1.º *Gross*, com 33 pontos. «É a segunda vez que ganho o *Gross*», revelou com entusiasmo o golfista. Já o 2.º lugar pertenceu a António Pinheiro de Almeida, com 27 pontos, e a Rui Martins o 3.º *Gross*, com 27 pontos. Na categoria de *Nearest to the Pin* senhora, o prémio destinou-se a Carolina Jesus, já o de homem foi entregue a Joaquim Leite. O prémio na categoria de *Longest Drive* homem foi atribuído a Abílio Gonçalves, vencedor da edição passada. Já a vencedora feminina foi Celeste Duarte. Pensando naqueles que também deram muito de si ao jogo, realizaram-se diversos sorteios para premiar o esforço revelado em campo. As recompensas diversificaram-se entre óculos de sol, estadas, vinhos, malas, azeites, coleções de roupa, etc. Foram poucos os que não tiveram a sorte do seu lado, não deixando de levar para casa o coração carregado de carinho e a certeza de que, para o ano, o convite se mantém firme.

Poderíamos já dizer que este era o resumo de um dia especial no percurso de 21 anos da ***Villas&Golfe***, mas ainda não é tudo. Paulo Martins, o fundador e CEO da PM Media, deixou uma mensagem aos seus parceiros, ficando a promessa de que as expectativas aumentarão no próximo ano: «Estamos a pensar fazer um torneio de golfe mais desenvolvido. Se calhar, em vez de um dia de torneio, um campeonato com jantar de gala, uma iniciativa mais *lifestyle*, mais ***Villas&Golfe***».

Sendo assim, vemo-nos em breve, caros golfistas. E preparem-se para o que aí vem.

the Net competion, thanks to a score of 38 points. Praise also went to César Campos, who proved capable of coming 1st in the Gross event, with 33 points. «This is the second time I have wone the Gross,» enthusiastically revealed the golfer. 2nd place belonged to António Pinheiro de Almeida, with 27 points, while Rui Martins took 3rd, with 27 points. In the Nearest to the Pin, Ladies category, the prize went to Carolina Jesus, while the men's prize went to Joaquim Leite. The prize in the category of men's Longest Drive went to Abílio Gonçalves, winner of the last edition. The female winner was Celeste Duarte. Thinking of those who also gave a lot of themselves to the game, several draws were held to reward the effort revealed on the field. The rewards ranged from sunglasses, accommodation, wines, suitcases, olive oils, collections of clothes, etc. Few were those who did not have luck on their side, and even they went home with their hearts full of affection and the certainty that, next year, the invitation remains firm.

We could already say that this was the summary of a special day in the course of 21 years of ***Villas&Golfe***, but that's not all. Paulo Martins, the founder and CEO of PM Media, left a message to his partners, with the promise that expectations will increase next year: «We are thinking of doing a more developed golf tournament. Maybe, instead of a one day tournament, a championship with a gala dinner, more of a lifestyle event, more ***Villas&Golfe***.»

So, see you soon, dear golfers. And get ready for what's coming.

1ST NET – JOÃO BATISTA

1ST GROSS – CÉSAR CAMPOS

2ND NET – TOMÁS ANDRESEN GUIMARÃES

2ND GROSS – ANTONIO PINHEIRO ALMEIDA

3RD NET – DIOGO ALVES SANTOS

3RD GROSS – RUI MARTINS

LONGEST DRIVE MAN – ABÍLIO GONÇALVES

LONGEST DRIVE WOMAN – CELESTE DUARTE

NEAREST TO THE PIN MAN – JOAQUIM LEITE

NEAREST TO THE PIN WOMAN – CAROLINA JESUS

PREMIUM SPORTS

DIOR

Imagine pedalar e, ao mesmo tempo, libertar os pozinhos estilosos da Dior pelo ar. Um sonho, não é? Parece que já é possível, e andar de bicicleta nunca fez tanto sentido. A grife de luxo uniu-se a um fabricante de peças de desporto e criou a *Gold BMX*, que mais parece uma peça de arte. Mergulhada em ouro, a bicicleta não passa despercebida. O luxo sai pelos seus poros, enquanto se move, saudável. Além da sua silhueta elegante, possui pneus topo de gama, pedais e corrente. Incorporando o logótipo no modelo desportivo, a Dior proporciona viagens desafiantes, garantindo comodidade e aventura.

Imagine pedalling and at the same time kicking up a trail of Dior styled dust behind you. Surely the stuff of dreams? But no, it seems this dream is already possible, with cycling never making more sense. The luxury label has teamed up with a famed bike maker and created the *Gold BMX*, which looks more like a piece of art. Dipped in gold, the bike certainly doesn't go unnoticed. Luxury oozes out of its pores as it moves healthily along. In addition to its elegant silhouette, it has top-of-the-range tyres, pedals and chain. Incorporating its logo on the sporty model, Dior brings you the chance for challenging rides, guaranteeing comfort and old-school adventure.

LOUIS VUITTON

Conheça a mesa de bilhar da Louis Vuitton, a garantia de tardes repletas de diversão para toda a família e amigos. Trata-se de um jogo de mesa que invoca o luxo e a sorte, permitindo que aprimore a pontaria, a habilidade manual, o engenho e, também, a socialização. A mesa é criada com o mesmo trabalho artesanal da equipa da LV, oferecendo acessórios essenciais para o jogo, tais como bolas de bilhar, embelezadas pelo logótipo da marca, dois pares de tacos com acabamento em couro e um triângulo. Na verdade, tudo tem o toque pessoal da marca italiana, desde as bordas meticulosamente tingidas de várias camadas de tinta, às peças metálicas feitas à mão. Se a sorte já o acompanha, agora só resta experimentar uma tacada elegante.

Meet the Louis Vuitton pool table, your ticket to fun-filled afternoons for all the family and friends. It is a game that invokes luxury and luck, allowing you to hone your aim, manual dexterity, resourcefulness and also social skills. The table is created with the craftsmanship as you would expect from the LV team, and boasts essential accessories for the game, such as balls, embellished with the brand's logo, two pairs of leather-finished cues, a triangle, in fact, everything has the French brand's personal touch, from the meticulously dyed edges of several layers of paint, to the handmade metal parts. If luck is already with you, now all that remains is to try an elegant shot.

VERSACE

Peças multicolores e luxo, falamos da Versace, com certeza. E, desta vez, a marca italiana presenteia-o com algo um tanto diferente. O desafio passa, agora, por conferir luxo à sua casa e não apenas ao armário da roupa. Na estante, no centro de uma mesa, na prateleira do quarto, enfim, são muitos os sítios onde poderá colocar o *puzzle* colorido da grife de luxo e, claro, dar-lhe uso será também bastante aliciante. Pronto para decifrar a mensagem que a Versace lhe quer transmitir? Vai ter de estar focado e, acima de tudo, conhecer o expoente da sua paciência. *Go, player*!

Multicoloured pieces galore. Luxury and even more luxury. Who are we talking about? Versace, of course. This time, the Italian brand brings you something a little different. The challenge now lies in adding luxury to your home and not just to your wardrobe. In the bookcase, in the centre of a table, on the shelf in the bedroom, in short there are many places where you can put the colourful puzzle from the luxury brand and, of course, putting it to use would also be enticing. Ready to decipher the message that Versace wants to transmit? You'll need to be focused and, above all, put your patience into practice. Fingers at the ready!

PRADA

Pronto para dar um golpe de mestria no seu maior adversário? Não vemos melhor oportunidade que esta, uma vez que na mira da Prada está o xadrez. A marca viu no jogo uma oportunidade de exaltar a elegância de outros elementos que não tecidos ou peles. E pode dizer-se que ter saído da área de conforto foi, no final, compensatório. Sorte de principiante ou não, a Prada olhou para o interior do xadrez. Estudou-o e extraiu dele o requinte de que precisava para se inspirar. O resultado viu-se na exaltação das torres e do rei, na readaptação do tabuleiro do jogo, na forma como uma simples partida de xadrez se tornou um expoente de luxo.

Ready to play serve a masterstroke to your greatest adversary? What better opportunity than this, given that Prada has chess in its sights. The brand saw chess as the ideal opportunity to exalt the elegance of elements other than fabric or leather. In this case, you'd be right in thinking that stepping out of their comfort zone proved to be a great move. Beginner's luck or not, Prada looked deep inside chess. It studied it and extracted from it the refinement it needed for inspiration. The result was seen in the exaltation of the rooks and the king, in the re-adaptation of the chessboard, ensuring the simple game of chess became a champion of luxury.

OPORTO GOLF CLUB

UMA HISTÓRIA QUE SE PERPETUOU
A STORY THAT GOES ON AND ON

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

O golfe é uma daquelas paixões que se enraíza na vida de todos os amantes da modalidade. Depois de apaixonado, nada o fará voltar atrás. E é sobre esta paixão que lhe vamos falar. A história do Oporto Golf Club já leva mais de 120 anos. Falamos do clube de golfe mais antigo da Península Ibérica, fundado em 1890 por ingleses radicados na cidade do Porto, com negócios no ramo do Vinho do Porto, e é um dos primeiros da Europa Continental.

Com uma história ininterrupta dedicada ao golfe, por onde passaram ilustres jogadores internacionais, foi também ali que muitos dos rostos nacionais do golfe deram os seus primeiros passos, levando, mais tarde, as cores de Portugal às mais desafiantes competições.

A história é longa, ainda que a mesma tenha iniciado com cerca de 25 sócios, mas vamos começar pelo nome. O clube era conhecido como o Oporto Niblicks – nome com origem no taco mais utilizado, por se tratar de um campo quase todo em areia. Dez anos mais tarde, em 1900, contruiu-se um novo campo, nove buracos, um pouco mais a sul do campo original. Por essa altura, deixou de ser integralmente em areia e passou a designar-se Oporto Golf Club. Um ano depois, construiu-se a *Clubhouse*. 20 anos depois, foi aceite o primeiro sócio português, Fernando Nicolau de Almeida. Em 1932, foi revogada a interdição das senhoras serem sócias do clube. A 18 de março de 1934, deu-se a inauguração do novo percurso do golfe, fazendo com que passasse a existir em Portugal o primeiro campo de 18 buracos. Em 1980, passou ao estatuto de instituição de utilidade pública, o que lhe conferiu, a 04 de maio de 1990, o título *Membro Honorário da Ordem de Mérito*, através de Sua Excelência o Presidente da República, Mário Soares.

Com o passar dos anos, o campo foi sofrendo alterações, desde melhorias nos *fairways* e construção de dois novos *greens*, um dos quais com autoria do Arquiteto Mackenzie Ross. Também o buraco 1, dividido pela estrada e pela linha de caminhos de ferro existente no local, foi modificado em 1964, pelo Arquiteto Frank Pennink. E, em 1978, foi concebido um novo *layout*, tendo-se alterado os percursos e construído um *driving range* e uma nova *Clubhouse*, ainda que mantendo sempre as características de um *links*. Atualmente, o campo é Par 71.

Nos últimos anos, a aposta passou por cativar as camadas mais jovens, por isso, a criação do percurso de seis buracos de *pitch and putt*, desenhado pelo Arquiteto Jorge Santana da Silva, tem sido uma das atrações do clube.

Em breves linhas, nomeamos algumas das taças mais antigas

Golf is one of those passions that takes root in the lives of all lovers of the sport. Once you have fallen in love with it, nothing will make you turn back. And it is about this passion that we are going to talk to you. The history of Oporto Golf Club dates back more than 120 years. We're talking about the oldest golf club on the Iberian Peninsula, founded in 1890 by Englishmen settled in the city of Oporto, with businesses in the Port Wine industry, and one of the first in Continental Europe.

With an uninterrupted history dedicated to golf, where illustrious international players have played, it was also here that many of the national faces of golf took their first steps, later taking Portugal's flag to the most challenging competitions.

The story is long, even though it began with around 25 members, but let's start with the name. The club was known as the Oporto Niblicks – a name that came from the most used club, since it was almost entirely in sand. Ten years later, in 1900, a new nine-hole course was built, a little further south of the original course. By then it was no longer entirely sandy and was renamed Oporto Golf Club. A year later, the clubhouse was built. 20 years later, the first Portuguese member, Fernando Nicolau de Almeida, was accepted. In 1932, the ban on ladies being members of the Club was revoked. On March 18, 1934, the new golf layout was opened, making it the first 18-hole, course in Portugal. In 1980, it took on the status of public utility institution, which on May 04, 1990 was awarded the title of Honorary Member of the Order of Merit by His Excellency the President of the Republic, Mário Soares.

Over the years, the course has undergone changes, from improvements to the fairways and the construction of two new greens, one of which was designed by the architect Mackenzie Ross. The first hole, divided by the road and the railway line that went right through it, was also modified in 1964, by architect Frank Pennink. And, in 1978, a new layout was designed, with alterations to the holes and a driving range and a new clubhouse built, while always sticking to the links style. The course is currently par 71.

In recent years, the focus has been on attracting younger players, which is why the six-hole pitch and putt course designed by architect Jorge Santana da Silva has been one of the club's attractions.

In a few lines we can name some of the club's oldest cups: *Skeffington Cup*, 1891; *Dockery Cup*, 1914; *Kendall Cup*, 1927;

O CAMPO ORIGINAL FOI CHAMADO DE «ST. SKEFF LINKS», EM HOMENAGEM AO SEU PRIMEIRO PRESIDENTE

do clube: *Taça Skeffington*, 1891; *Taça Dockery*, 1914; *Taça Kendall*, 1927; *Taça Rabbit Box*, 1932; *Taça Tait*, 1932; *Taça dos Portugueses*, 1935. A taça mais disputada em todo o mundo é a *Taça Skeffington*, que era o nome do primeiro presidente deste clube. Esta competição, criada em 1891, é aberta a todos os jogadores de todos os clubes filiados na Federação Portuguesa de Golfe.

Pelo clube já passaram 20 presidentes, entre ingleses e portugueses, sendo o último o empresário Manuel Soares Violas, que desde 2005 assume o papel.

Se o golfe é uma das suas paixões convidamo-lo a dar uma volta pelos recantos desta história, onde a brisa do mar o levará a viajar no tempo, entre tacadas carregadas de memórias de todos os que já tiveram o privilégio de pisar o verde deste campo.

THE ORIGINAL COURSE WAS NAMED «ST. SKEFF LINKS», IN HONOUR OF ITS FIRST PRESIDENT

Rabbit Box Cup, 1932; *Tait Cup*, 1932; *Portuguese Cup*, 1935. The oldest cup contested without interruption in the world is the *Skeffington Cup*, named after the first president of this club. This competition, created in 1891, is open to all players from all clubs affiliated to the Portuguese Golf Federation.

The club has had 20 presidents, both English and Portuguese, the last being businessman Manuel Soares Violas, who has taken on the role since 2005.

If golf is one of your passions, we invite you to enjoy a round throughout the corners of this history, where the sea breeze will take you on a journey back in time, through shots rich with memories of all those who have had the privilege of walking the grass of this course.

Helping you to see clearly.

www.hyline-bsi.com

HYLINE

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