RESTAURAÇÃO | RESTORATION
CHEF HELT ARAÚJO

CONSTRUÇÃO | CONSTRUCTION
NÓ DE LIGAÇÃO TALATONA
TECNOVIA

MULTI-INDÚSTRIA | MULTI-INDUSTRY
ANTÓNIO HENRIQUES SILVA, AIPEX

GRANDE ENTREVISTA | MAJOR INTERVIEW
LUÍS ROBERTO GONÇALVES, BFA

LOGÍSTICA | LOGISTICS
PROJETO ZONA FRANCA, BARRA DO DANDE

18

MADE OF LUCERNE

88

CARL F. BUCHERER

LUCERNE 1888

MANERO FLYBACK

AUTOMATIC | 18 K ROSE GOLD

espiral
Angola • Portugal

Angola: Hotel EPIC Sana

Pululukwa,

o seu refúgio de sonho no Lubango.

Com um restaurante acolhedor, amplos espaços exteriores, vistas deslumbrantes e vários animais, o Pululukwa Resort é composto por 60 luxuosos bungalows integrados na natureza.

Venha descansar connosco.

Pululukwa Resort Rua da Mapunda, Huíla, Lubango | +244 932 566 017 | recepcao@pululukuwa.co.ao

Com vista deslumbrante para a Baía de Luanda, na 1.ª linha da marginal, junto ao Banco Nacional e às grandes empresas públicas e privadas, as **Kianda Towers** são um dos maiores empreendimentos de escritório em Luanda.

Com preços entre os USD 4.000 e os USD 5.500/m², não deixe de aproveitar esta oportunidade de investir em um dos principais Centros de Negócios de Luanda.

Invista no Centro dos Grandes Negócios KIANDA TOWERS

Promotora

PanService S.A.

KIANDA TOWERS

O CENTRO DOS NEGÓCIOS

Contacte-nos

Largo Rainha Ginga, N.º 3, 1º andar

+ 244 927 543 697

geral@panservice.co.ao

www.torreskianda.com

mcm

WE ARE
STONE TAILORS

mcmstonetailors.com

VIDAGO VILLA
IT'S THE TIME
VIDAGO VILLA
VIDAGO VILLA
VIDAGO VILLA
VIDAGO VILLA
VIDAGO VILLA
GRANDE RESERVA 2018
SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO. (+18 ANOS)

MARIA CRUZ
Editora

TRANSPORTES & LOGÍSTICA, O MOTOR DE ANGOLA

Hoje, os dias vivem-se mais acelerados. O tempo urge. E, cada vez mais, há urgência nas respostas rápidas e eficazes. Tal como se verifica em diversas outras áreas, também acontece nos Transportes & Logística, setor este ao qual dedicamos as páginas desta segunda edição ***Villas&Golfe Industry***. Empresas como a Secil Marítima, a ARCCLA e o projeto da Zona Franca da Barra do Dande apresentam soluções integradas, inteligentes e seguras, com um pensamento de futuro inovador. O investimento feito no setor reflete-se no desenvolvimento que a Logística tem vindo a desempenhar no país. Nunca, como atualmente, foi tão estratégico falar-se de Logística & Transporte. E à medida que o país vai crescendo, também as empresas do setor ganham outra vida. É, sem dúvida, uma aposta certeira. Mais um diamante em bruto para ser esculpido. Mas há muito mais nesta edição. Conheça, por exemplo, a história dos 30 anos da Tecnovia Angola, empresa responsável pela construção do Nó de Ligação de Talatona, inaugurado este ano. Da banca à multi-indústria há muito para ler. Entre uma paragem para um bom jantar, preparado pelo *Chef* Helt Araújo, e uma visita ao mundo artístico do pintor Guilherme Mampuya, convidamo-lo a navegar pelas águas profundas do oceano de novidades que preparamos para si. Boas leituras!

TRANSPORTS & LOGISTICS, THE ENGINE DRIVING ANGOLA

Nowadays, we live our lives in the fast lane. Time is pressing. And, increasingly, quick and effective answers are urgently needed. As is the case in several other areas, so too in Transports & Logistics, a sector to which we dedicate the pages of this second issue of ***Villas&Golfe Industry***. Companies such as Secil Marítima, ARCCLA and the Barra do Dande Free Zone project present integrated, intelligent and safe solutions, with innovative forward thinking. The investment made in the sector is reflected in the development that Logistics has been bringing about in the country. Never before has it been so strategic to talk about Logistics & Transport. And as the country grows, companies within the sector are also gaining a new lease of life. It is, without doubt, a sure bet. Another diamond in the rough to be carved. But there is much more in this issue. Find out, for example, about the 30-year history of Tecnovia Angola, the company responsible for the construction of the Talatona Node, opened this year. From banking to multi-industry there is plenty to read. Between stopping off for a fine dinner, prepared by *Chef* Helt Araújo, and a visit to the artistic world of painter Guilherme Mampuya, we invite you to sail in the deep waters of the ocean of news, which we have prepared for you. Happy reading!

INDUSTRY

Propriedade/Editora:
PM Media, Lda.
www.pmmediacorporate.com
PT: Porto, Portugal
TLF: (+351) 252 299 010
AO: Rua Rainha Ginga, 17 Andar, Porta D, Luanda, Angola
(+244) 922 715 951
www.villasegolfe.com
www.villasegolfe.co.ao
Fotografia de Capa:
©Direitos Reservados
Publicidade e Assinaturas:
villasegolfe@villasegolfe.com

Presidente ADM: Paulo Martins (paulomartins@pmmediacorporate.com)
Diretor: José Lopes
Editora: Maria Cruz (mariacruz@pmmediacorporate.com)
Redação: Filomena Abreu, Joana Rebelo, Maria Cruz
Revisão: PM Media
Tradução: Algarvemedia
Design e Paginação: Marta Teixeira
Tratamento de Imagem: PM Media
Publicidade/RP: Ana Sofia Monteiro (anasofiamonteiro@pmmediacorporate.com)

Dep. Financeiro: Elisabete Alves (contabilidade@pmmediacorporate.com)
Especial Villas&Golfe Industry JUL-DEZ
Impressão: Orgal Impressores
Preço de Capa: €30,00
PT: ISSN: 2183-6779 | Depósito Legal: N.º 205996/04 | Publicação Registada: ERC sob o n.º 124365
AO: Publicação registada no Ministério da Comunicação Social de Angola com o número MCS -605/B/2011 | Depósito legal: 422948/17

VILLAS&GOLFE INDUSTRY® é propriedade da PM Media. 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, os artigos de opinião, os conteúdos e o impacto que deles advier são da total responsabilidade dos seus autores.

CONTENTS

16 NEWS
34 TRANSPORTS & LOGISTICS
36 JOÃO MARTINS
«...transformar a SECIL numa empresa competitiva...»
«...turn SECIL into a competitive company...»
42 CATARINO PEREIRA
«O setor irá desenvolver-se fortemente...»
«The sector will develop strongly...»
48 PROJETO ZONA FRANCA, BARRA DO DANDE
60 TECNOVIA ANGOLA
Por uma nação melhor
For a better Angola
70 ANTÓNIO HENRIQUES DA SILVA
80 GUILHERME MAMPUYA
«Em Angola, falta atrevimento na direção da cultura»
«In Angola there is a lack of boldness when it comes to culture»
96 CHEF HELT ARAÚJO
102 HOTEL INTERCONTINENTAL
106 RAFAELA PINTO
«...Não desistimos do país»
«...we have never given up on the country»
112 KIANDA TOWERS
116 FURNITURE TRENDS
120 DEFORESTATION
126 MAKE-UP
134 LUXURY
142 EVENTS
144 IN VOGUE

PRIMEIRO FERRARI DE ESTRADA

FIRST ROAD DRIVING FERRARI

NOVO MODELO HÍBRIDO COM MOTOR V6

Este ano, a marca italiana apresenta ao mercado o primeiro Ferrari de estrada com motor V6. Vivem-se tempos de mudança para a Ferrari, e este modelo é a prova disso. Modernidade é o que define o 296 GTB, com uma aparência altiva e brilhante. Impossível não olhar para o modelo que contém potência total de 663 cv e um sistema híbrido *plug-in*, disponibilizando alguns modos de condução típicos da marca, tais como *Perfomance* e *Qualify*. O *design* desta força furiosa vai buscar características ao campo da aerodinâmica, com as suas entradas de ar reduzidas, embora não prescinda dos detalhes que sempre fizeram a diferença em todos os modelos da Ferrari, os que continuam a unir as diversas gerações da marca italiana.

NEW HYBRID MODEL WITH V6 ENGINE

This year, the Italian brand unveils the first road driving Ferrari with a V6 engine. These are times of change for Ferrari, and this model is proof of it. Modernity is what defines the 296 GTB, with its proud, shiny appearance. It is impossible to keep your eyes off the model that boasts a total power of 663 hp and a plug-in hybrid system, featuring some of the brand's typical driving modes, such as Perfomance and Qualify. The design of this furious force takes characteristics from the field of aerodynamics, with its reduced air intakes, although it does not dispense with the details that have always made the difference in all Ferrari models, those that continue to unite the various generations of the Italian brand.

IN THE BLACK FANTASTIC

UM UNIVERSO SEM ETNIAS, APENAS ARTE

Hayward Gallery, em Londres, é palco de uma exposição afro futurista, que exibe uma autêntica história de ficção científica, em que todas as pessoas de cor são transportadas para longe do planeta Terra e os corpos são feitos de uma mistura de membros e peças de máquinas, onde vestem roupas multicolores e brilhantes. Trata-se do ponto de encontro da arte africana, que corre nas veias de 11 artistas contemporâneos, colocando o espectador numa viagem ao futuro, mas, quando regressa, volta sem vestígios de preconceito. Mais que o esplendor da arte, está presente uma mensagem subliminar. Os trajes utilizados nas obras servem para camuflar a etnia, de forma que o observador não crie juízos de valor. A exposição está nas bocas do mundo desde a sua estreia, no mês passado, encontrando-se ainda em exibição, com forte procura pelo seu caráter emotivo e futurista e a sua energia efervescente.

NEW HYBRID MODEL WITH V6 ENGINE

The Hayward Gallery in London is hosting a futuristic Afro exhibition, showing an authentic science fiction story, in which all people of colour are transported away from planet Earth and their bodies are made of a mixture of limbs and machine parts, wearing bright, multi-coloured clothes. This is the meeting point of African art, which runs through the veins of 11 contemporary artists, taking the viewer on a journey into the future, but when they return, they come back without a trace of prejudice. More than just the splendour of the art, there is a subliminal message. The costumes used in the works serve to camouflage ethnicity, so that the observer does not create value judgments. The exhibition has been the talk of the world since its debut last month and it is still on show, and very popular for its emotive, futuristic character and effervescent energy.

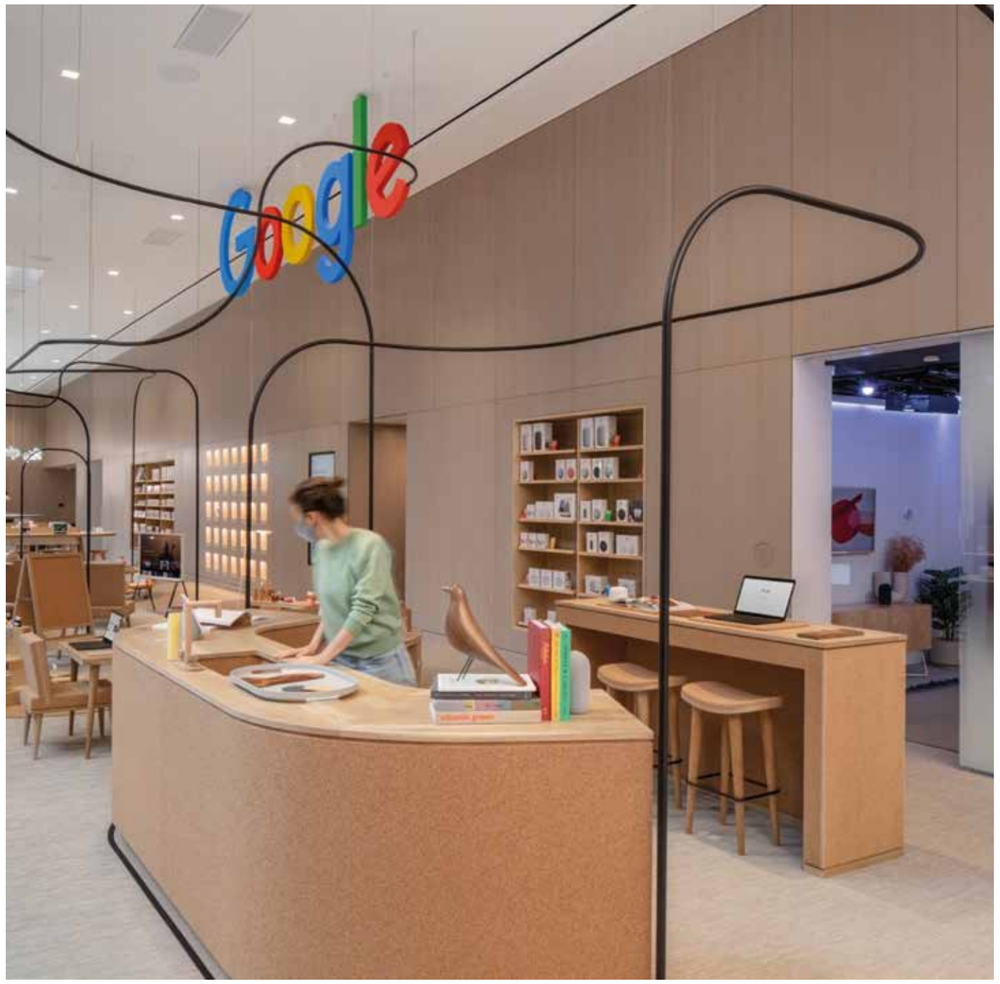
BARBIE'S TRIBUTE COLLECTION

MATTEL CRIA A PRIMEIRA *BARBIE* TRANSGÉNERO

A nova coleção da Mattel, *Barbie's Tribute Collection*, apresenta um modelo inovador: a primeira e única *Barbie* transgénero. Com vista a homenagear mulheres notáveis ao longo da história, a marca faz jus à Laverne Cox, com um modelo de boneca semelhante à atriz. Não se trata apenas de mais uma *Barbie* no mundo cor-de-rosa, mas sim da inclusão de género e de o acabar com escolhas infelizes e situações que se revelam constrangedoras para crianças que optem por seguir outros caminhos que não os mais comuns, segundo Laverne. Nasce, assim, a nova *Barbie* transgénero, um símbolo de inclusão social.

MATTEL CREATES THE FIRST TRANSGENDER *BARBIE*

Mattel's latest collection, Barbie's Tribute Collection, features an innovative model: the first and only transgender Barbie. With a view to paying tribute to remarkable women throughout history, the brand does justice to Laverne Cox, with a doll model resembling the actress. It's not just about another Barbie in the pink world, but about gender inclusion and putting an end to unfortunate choices and situations that prove to be embarrassing for children who choose to follow other paths than the most common ones, according to Laverne. Thus, the new transgender Barbie is born, a symbol of social inclusion.



NYCXDESIGN AWARDS 2022

PRIMEIRA LOJA FÍSICA DA GOOGLE VENCE PELA SUSTENTABILIDADE

A Google vence o *NYCXDESIGN Awards 2022* na categoria de Impacto Ambiental, através do projeto que envolve a sua primeira loja física em Nova Iorque. O destaque vai para o mobiliário, feito integralmente de cortiça portuguesa, fornecido pela Corticeira Amorim, incorporando beleza, sustentabilidade e personalidade, premissas que regem o espaço comercial da marca. O gabinete de arquitetura Reddymade foi quem desenvolveu o projeto ambicioso, juntamente com o *designer* Daniel Michalik, que utilizou a cortiça como protagonista do espaço, desenhando-a. Porquê a utilização deste material? Simples: é um dos elementos mais sustentáveis que existem, com características únicas no que toca à retenção de CO_2. A cortiça consegue ser versátil e resiliente, além de leve e suave.

GOOGLE'S FIRST PHYSICAL SHOP IS A WINNER FOR ITS SUSTAINABILITY

Google has won at the NYCXDESIGN Awards 2022 in the Environmental Impact category, for the project concerning its first physical shop in New York. The spotlight falls on the furniture, made entirely of Portuguese cork, supplied by Corticeira Amorim, incorporating beauty, sustainability and personality, premises that govern the brand's commercial outlet. Architecture studio Reddymade was responsible for designing the ambitious project, teaming up with designer Daniel Michalik, who used cork as the leading element of this space. Why use this material? Simple: it is one of the most sustainable elements in existence, with unique characteristics in terms of CO_2 retention. Cork can be versatile and resilient, as well as light and soft.

Um Serviço para Quem Quer Mais da Vida

Não há bem mais precioso do que o tempo, e não há dádiva mais valiosa do que poder aproveitar o seu tempo da melhor forma. A Quintessentially oferece um serviço de assistência pessoal que cobre todas as áreas da vida dos seus Membros, libertando-os das mais diversas responsabilidades para que possam desfrutar das coisas que os fazem felizes, em qualquer lugar do mundo. Seja encontrar a escola ideal para o seu filho, organizar cada detalhe de uma viagem de negócios, ou simplesmente enviar um ramo de flores a alguém especial, este serviço exclusivo irá assisti-lo em todos os momentos, oferecendo-lhe um acesso incomparável ao estilo de vida que combina consigo.

Seja um Membro Quintessentially
Contacte o seu gestor de conta para mais informações.

BFA
PRIVATE BANKING

INTERNATIONALE FUNKAUSSTELLUNG

IFA ESTÁ DE VOLTA EM 2022

Um dos maiores eventos europeus de tecnologia regressou presencialmente este ano, entre 2 e 6 de setembro, depois de uma pausa dramática causada pela pandemia. A *Internationale Funkausstellung*, realizada na capital alemã, é o ponto de encontro de marcas como Sony, Samsung, Hauwei, Philips e LG, motivadas pela divulgação das suas mais recentes gamas de dispositivos e aparelhos eletrónicos. Em tamanho integral e na vida real, a IFA promete regressar em peso, no tempo certo para ajudar a indústria a recuperar possíveis contactos perdidos entre mercado e consumidores, num registo que dispensa restrições. Para aqueles que, por algum motivo, não possam aterrar em Berlim, têm a possibilidade de acompanhar o evento virtualmente, contando com palestras e uma série de painéis interativos.

IFA IS BACK IN 2022

One of Europe's biggest technology events has return September 02 - 06 this year, after a dramatic break caused by the pandemic. The Internationale Funkausstellung, held in the German capital, is the meeting point for brands such as Sony, Samsung, Huawei, Philips and LG, all keen to unveil their latest ranges of electronic devices and appliances. Full size and in real life, IFA promises to return in full force, in time to help the industry to recover possible lost contact between market and consumers, in a setting free of restrictions. For anyone who for some reason cannot touch down in Berlin, you'll be able to follow the event virtually, which includes talks and a series of interactive panels.

LAMU EXPEDITION 2022

EXPEDIÇÃO PRONTA A COMBATER IMPACTO DE LIXO MARINHO NO OCEANO ÍNDICO

O primeiro veleiro composto de resíduos de plástico e chinelos apanhados do chão das praias, Flip Flopi, vai realizar a expedição Lamu Expedition 2022 no arquipélago de Lamu, no Quênia, com a finalidade de mapear impacto do lixo marinho na região. Durante duas semanas, os fundadores do veleiro pretendem avaliar o alcance dos resíduos, identificando, em simultâneo, os tipos mais comuns e os locais onde mais se acumulam, prestando também apoio às comunidades, oferecendo soluções assentes em métodos de reciclagem. A sugestão passa, inclusive, por adotar uma indústria de construção de barcos com base em plástico. O Oceano Índico Ocidental é um dos locais mais afetados pelos resíduos, e a expedição prevê conduzir pesquisas em 300km da costa, contando com o apoio do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente.

EXPEDITION READY TO COMBAT IMPACT OF MARINE LITTER IN INDIAN OCEAN

The first sailboat made of plastic waste and flip-flops picked up from the beaches, Flip Flopi, will set out on an expedition in Kenya's Lamu archipelago in order to map the impact of marine litter in the region. During two weeks, the founders of the sailboat intend to evaluate the scope of the waste, at the same time identifying the most common types and the places where it accumulates the most, while also providing support to the communities, offering solutions based on recycling methods. The suggestion even involves adopting a plastic-based boat-building industry. The Western Indian Ocean is one of the places most affected by waste and the expedition plans to conduct research on a stretch of 300 km of coastline, with the support of the United Nations Environment Programme.

zee Zona Económica Especial
LUANDA | BENGO
ANGOLA
Special Economic Zone

INVISTA HOJE NUM FUTURO MELHOR NA ZONA ECONÓMICA ESPECIAL LUANDA-BENGO

A Zona Económica Especial Luanda-Bengo (ZEE), criada em 2009, com objectivo principal de fomentar a produção nacional, atrair investimento privado (nacional e estrangeiro), criar emprego e contribuir para a diversificação da economia; É um espaço fisicamente demarcado que comporta duas reservas, nomeadamente:

RESERVA INDUSTRIAL DE VIANA - Um perímetro com uma área de 4.717,91 hectares destinado à ocupação industrial, constituindo o maior espaço em Angola para implementação de projectos da indústria. Comporta também um pólo comercial, projectos habitacionais, serviços e outros investimentos. Uma Zona com bastantes recursos para a dinamização da economia angolana.

RESERVA AGRO-INDUSTRIAL DE UALA - Constituida através do Decreto Presidencial nº81/21 de 8 de Abril, ocupa uma área de 2.860,83 Hectares, no município de Icolo e Bengo. É uma zona com forte potencial para o desenvolvimento de projectos da agro-indústria.

A ZEE oferece:
- Infraestruturas e serviços de qualidade
- Guiché de Apoio aos Investidores
- Localização privilegiada (25 Km do centro de Luanda, maior mercado de Angola)
- Responsabilidade social activa

A ZEE em números:
- Mais de 130 empresas instaladas
- Mais de 6300 postos de trabalho criados
- Mais de 40 novos projectos aprovados nos últimos 3 anos, dos quais mais de 20 já se encontram em pleno funcionamento
- Mais de 10 países estrangeiros com investimentos na ZEE

INVEST TODAY IN A BETTER FUTURE IN THE LUANDA-BENGO SPECIAL ECONOMIC ZONE

The Luanda-Bengo Special Economic Zone (ZEE), created in 2009, with the main objective of promoting national production, attracting private investment (both national and foreign), creating jobs and contributing to the diversification of the economy; It is a physically demarcated space that includes two reserves, namely:

VIANA INDUSTRIAL RESERVE - A perimeter with an area of 4,717.91 hectares intended for industrial occupation, constitutes the largest space in Angola for the implementation of industrial projects. It also includes a logistics and commercial area, housing projects, services and other investments. A zone with plenty of resources to boost the Angolan economy.

UALA AGRO-INDUSTRIAL RESERVE - Established by Presidential Decree nº81/21 of 8 April, it occupies an area of 2,860.83 hectares, in the municipality of Icolo e Bengo. It is an area with strong potential for the development of agro-industrial projects.

ZEE offers:
- Quality infrastructure and services
- Investor Support Office
- Privileged location (25km from the center of Luanda, Angola's largest market)
- Active social responsibility

The ZEE in numbers:
- Over 130 companies installed
- Over 6300 jobs created
- Over 40 new projects approved in the last 3 years, more than 20 of them already in full operation
- Over 10 foreign countries investing in the ZEE

Estrada de Catete km 29 - Luanda, Angola
(+244) 927 631 531 | 919 225 772
www.zee.co.ao
@zee_ep
info@zee.co.ao
zeeluandabengo

LUÍS ROBERTO GONÇALVES

PCE DA BFA

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

«TENHO PROCURADO ENCARAR AS 'AMEAÇAS' COMO 'OPORTUNIDADE'»

A pandemia marcou-lhe o primeiro ano como Presidente da Comissão Executiva do BFA. Nada que o fizesse ser diferente do que é: resiliente. Luís Roberto Gonçalves é o primeiro angolano à frente deste banco, uma casa que conhece bem, pois foi nela que iniciou a sua atividade bancária, em 1996, tendo durante vários anos desempenhado funções de relevo na estrutura que hoje lidera. É licenciado em Contabilidade Superior de Gestão pela Universidade Lusíada de Angola, e com uma Pós-Graduação em Economia Monetária e Financeira pela Universidade de Évora, Portugal. No seu percurso destaca-se a formação em Prevenção de Branqueamento de Capitais e Combate ao Financiamento do Terrorismo e Sanções da PricewaterhouseCoopers (PWC).

«I HAVE STRIVED TO VIEW 'THREATS' AS AN OPPORTUNITY»

The pandemic marked his first year as CEO of BFA. Nothing that would make him any different from what he is: resilient. Luís Roberto Gonçalves is the first Angolan to head this bank, an institution he knows well, as it was here that he began his banking career, in 1996, having held important positions in the organisation he now heads. He has a degree in Management Accounting from the Lusíada University of Angola, and a post-graduate degree in Monetary and Financial Economics from the University of Évora, Portugal. Career highlights include training in the Prevention of Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism and Sanctions by PricewaterhouseCoopers (PWC).

Assumiu o leme do BFA em plena pandemia. Como tem sido para si enfrentar este elevado desafio profissional?

A pandemia da COVID-19 foi completamente inesperada, eu diria que nos apanhou totalmente desprevenidos. No nosso País, em que já vivíamos um contexto macroeconómico pouco favorável, ter que lidar com uma pandemia, com uma grande capacidade de contágio e fatalidade, exigiu um esforço tremendo, quer financeiro quer organizacional. Por todos os constrangimentos pelo qual estamos a passar, somente com uma grande capacidade de adaptação e de resiliência, tem sido possível gerir esta crise. Tenho procurado de uma forma muito positiva encarar as 'ameaças' como 'oportunidade' para inovar, revertendo-as a favor do banco e dos nossos clientes. Nesse sentido, espero poder continuar a contribuir, nos próximos anos, para o crescimento e engrandecimento desta grande instituição, cuja causa abracei desde 1996.

Na sua opinião, dada a atual conjuntura nacional e internacional, como perspetiva económica e financeiramente o país nos próximos dois anos?

A minha visão é positiva porque há vários indicadores que a sustentam. O preço do petróleo está a suportar a posição orçamental do Estado permitindo o retomar de vários investimentos, ao mesmo tempo, o incremento das receitas em divisas tem permitido o fortalecimento do Kwanza e a contenção da inflação, o que poderá ser um bom estímulo para o consumo privado. Além destas causas mais imediatas, existe um conjunto de reformas que começam a dar frutos no campo da diversificação económica, o que é visível no desempenho dos setores não petrolíferos, dos quais podemos destacar a agricultura.

A partir de janeiro do próximo ano, os bancos não vão poder operar diretamente na bolsa de dívida. Como é que o BFA se está a preparar para continuar a ser um ativo de peso no mercado secundário?

Atualmente os bancos fazem a gestão das suas próprias carteiras, portanto têm os seus investimentos no mercado de capitais e também têm a componente de assessoria ou disponibilização de dívida pública aos clientes. Contudo, é expectável que com a evolução do mercado os reguladores queiram separar o negócio do banco (aquilo que é a carteira própria do banco) do negócio que o banco tem com os seus clientes. Foi por essa razão que decidiram que no final deste ano os bancos deixarão de poder de forma direta participar no mercado nas duas frentes. Dado que, o BFA ambiciona continuar a ter um papel importante no mercado secundário vamos adequar-nos as regras que estão definidas pelos reguladores para continuar a operar no mercado secundário, o que poderá implicar a constituição de uma Sociedade distribuidora de Valores Imobiliários, que passará a negociar diretamente com os nossos clientes.

O banco vai continuar a ser um parceiro relevante quer para os pequenos aforradores, para que possam ter alternativas de poupanças diferentes dos depósitos a prazo, quer para as empresas que têm título de divida, porque foi durante muitos anos o modelo de pagamentos que o Estado adotou para pagamento de dívidas aos seus fornecedores. Diria que o papel do banco foi fundamental para que o país tivesse hoje o mercado secundário que tem, que funciona, que tem muito mais liquidez no mercado, que tem um volume de negócios crescente. Este segmento mantém-se estratégico para o negócio do banco.

You took the helm of BFA in the middle of the pandemic. What has it been like for you to tackle this major professional challenge?

The COVID-19 pandemic was completely unexpected, I would say that it caught us totally off guard. In our country, in which we were already experiencing an unfavourable macroeconomic context, having to deal with a pandemic, with a great capacity for contagion and fatality, required a great deal of effort, both financial and organisational. Given all the constraints we are going through, only with a great capacity for adaptation and resilience has it been possible to manage this crisis. I have strived, in a very positive way, to view 'threats' as an opportunity to innovate, turning them to the advantage of the bank and our customers. In this regard, I hope to be able to continue to contribute, in the coming years, to the growth and advancement of this great institution, whose cause I have embraced since 1996.

In your opinion, given the current national and international situation, how do you envisage the economic and financial situation for the country over the next two years?

My outlook is positive because there are several indicators that support it. The price of oil is supporting the state's budgetary position, enabling various investments to be resumed. At the same time, the increase in foreign currency revenues has allowed the Kwanza to strengthen and inflation to be contained, which could be a good stimulus to private consumption. In addition to these more immediate issues, there is a series of reforms that are beginning to bear fruit in the field of economic diversification, which can be seen in the performance of non-oil sectors, of which we can highlight agriculture.

From January next year, banks will no longer be able to trade directly on the stock exchange. How is BFA preparing itself to continue to be a major player in the secondary market?

Currently, banks manage their own portfolios, so they have their investments in the capital market and also have the component of consultancy or making public debt available to customers. However, it is expected that, as the market evolves, the regulators will want to separate bank business (business involving the bank's own portfolio) from the business that the bank has with its customers. It was for this reason that they decided that at the end of this year banks will no longer be able to participate directly in the market on both fronts. Given that BFA aims to continue to play an important role in the secondary market, we will adapt to the rules defined by the regulators to continue operating in the secondary market, which may imply the creation of a securities distribution company, which will deal directly with our customers.

The bank will continue to be an important partner both for small savers, so that they may have savings alternatives other than term deposits, and for companies that have debt securities, because for many years it was the payment model that the state adopted to pay debts to its suppliers. I would say that the bank's role was fundamental for the country to have the secondary market it has today, which works, which has much more liquidity in the market, and which has a growing volume of business. This segment remains strategic for the bank's business.

Porque é que o investimento em dívida corporativa pode ser uma boa aposta?

Na minha opinião, à semelhança do mercado de dívida pública, o investimento em dívida corporativa poderá ser uma ótima opção para diversificação da carteira dos clientes. Inicialmente, no mercado da dívida pública tínhamos poucas operações. Era o Estado e poucos *players*. Hoje, temos particulares, pessoas que com pequenos valores fazem o seu investimento, o que significa que do lado da dívida corporativa eu acho que o caminho vai ser feito dessa forma, criando abertura para que comecem a ser feitos os primeiros negócios.

Estamos a fazer assessoria ao IGAPE (Instituto de Gestão de Ativos e Participações do Estado) no processo de privatização da Sonangalp; não é do lado da emissão da dívida, mas é do lado das ações e, portanto, é uma frente. Tenho a firme convicção de que este novo segmento ganhou um novo impulso e terá, seguramente, nos próximos anos, uma margem de progressão enorme. Por esse motivo, temos mantido um diálogo permanente com parceiros que têm intenções de emitir dívida corporativa.

Why can investing in corporate debt be a safe bet?

In my opinion, as with the public debt market, investing in corporate debt may be an excellent option for diversifying customers' portfolios. Initially, we had few transactions in the public debt market. It was the state and a few players. Today, we have private individuals, people who make their investments with small amounts, which means that, as far as corporate debt is concerned, I think that this is the way forward, opening up so that the first deals can be made.

We are advising IGAPE (Instituto de Gestão de Ativos e Participações do Estado) in the Sonangalp privatisation process; it's not on the debt issuance side, but it is on the equity side and therefore it is a front. I firmly believe that this new segment has gained new momentum and will certainly have huge room for improvement in the coming years. For this reason, we have maintained a permanent dialogue with partners who are intending to issue corporate debt.

O BFA foi a instituição bancária que mais lucrou em 2021, com um resultado líquido de 153,8 mil milhões Kz (295 milhões USD), aumentando 46% em relação ao terceiro trimestre do ano anterior. A que se deveu este sucesso?

O desempenho financeiro do banco é resultado da excelência e esforço do nosso mais valioso ativo, os nossos colaboradores, que abraçaram ao longo do ano inúmeros desafios que permitiram ao BFA o cumprimento da sua missão junto dos seus clientes e restantes *stakeholders*. Eu diria que aumentar o lucro do banco em 74,2%, face a 2020, foi um excelente trabalho de equipa.

Em 2021, o BFA manteve a aposta na universalidade do seu negócio, dispondo de uma oferta de produtos e serviços que permite dar resposta as necessidades e expectativas dos seus clientes. Por esse motivo, em 2021, o BFA

BFA was the most profitable banking institution in 2021, with a net result of Kz 153.8 billion (USD 295 million), growing 46% in relation to the third quarter of the previous year. To what was this success due?

The bank's financial performance is the result of the excellence and effort of our most valuable asset, our employees, who embraced countless challenges throughout the year that enabled BFA to fulfil its mission with its customers and other stakeholders. I would say that increasing the bank's profit by 74.2%, when compared to 2020, was excellent team work.

In 2021, BFA maintained its commitment to the universality of its business, offering products and services which enable it to meet the needs and expectations of its customers. For this reason, in 2021, BFA was market leader in the following business areas. In offering payment methods, with a 21.6% market share in debit cards, representing a total of 1,441,548 cards. The number of POSs, in turn, grew significantly compared to 2020, reaching a total

"SOMENTE COM UMA GRANDE CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO E DE RESILIÊNCIA, TEM SIDO POSSÍVEL GERIR ESTA CRISE"

"ONLY WITH A GREAT CAPACITY FOR ADAPTATION AND RESILIENCE HAS IT BEEN POSSIBLE TO MANAGE THIS CRISIS"

"O PAPEL DO BANCO FOI FUNDAMENTAL PARA QUE O PAÍS TIVESSE HOJE O MERCADO SECUNDÁRIO QUE TEM"

"THE BANK'S ROLE WAS FUNDAMENTAL FOR THE COUNTRY TO HAVE THE SECONDARY MARKET IT HAS TODAY"

foi líder de mercado nas seguintes vertentes de negócio. Na oferta de meios de pagamento com quotas de mercado em cartões de débito de 21,6%, representando um parque de 1 441 548 cartões. O número de TPAs, por sua vez, cresceu de forma significativa face a 2020, atingindo um total de 30 483 TPAs matriculados, o que representa uma quota de mercado de 20,1%. As melhorias que verificamos no mercado cambial permitiram-nos reforçar o parque de cartões de crédito internacionais, tendo atingido no final do ano 29 274 cartões.

Na oferta de produtos de poupança e investimento. Neste âmbito, através da BFA Gestão de Ativos, o Banco disponibilizou ao mercado mais 7 fundos de investimento em valores mobiliários, tendo alcançado no final do ano um total de 196 mMKz de ativos sob gestão;

Na disponibilização de Títulos de Dívida Pública (Mercado secundário). Do total de negócios realizados em 2021, o BFA obteve uma quota de participação superior a 55,3% e uma quota de 29,4% quando analisado o montante dos negócios. No final de 2021, o BFA tinha 13 926 contas ativas abertas junto da Central de Valores Mobiliários da BODIVA (CEVAMA), o que representa um crescimento de 48,5% e um peso de 55,7% no total de contas da CEVAMA.

2021, foi um ano igualmente muito bom em termos de captação de clientes. Com todas as ações que fomos desenvolvendo, sejam ações comerciais junto de particulares ou empresas conseguimos ver o número de clientes crescer de uma forma muito interessante.

Mantivemos e reafirmamos o nosso compromisso com as gerações futuras. Assim, em 2021, o Banco procurou criar impacto positivo em prol de um futuro mais promissor e sustentável para todos os *stakeholders* com os quais nos relacionamos e para Angola no geral. Nesse âmbito, o BFA apoiou diversas iniciativas, alinhadas com os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) das Nações Unidas, tendo como propósito contribuir para a erradicação da pobreza, promoção da saúde, educação e melhoria das condições de vida das crianças angolanas e suas famílias, das quais destacamos o seguinte contributo: mais 20 iniciativas implementadas; mais 44 mil crianças beneficiaram das iniciativas BFA; mais 80 mil angolanos tiveram acesso a água potável, e 22,6 mMKz de dotação para financiar iniciativas com impacto social.

> “AUMENTAR O LUCRO DO BANCO EM 74,2%, FACE A 2020, FOI UM EXCELENTE TRABALHO DE EQUIPA”

> “INCREASING THE BANK'S PROFIT BY 74.2%, WHEN COMPARED TO 2020, WAS EXCELLENT TEAM WORK”

of 30,483 POSs registered, representing a market share of 20.1%. The improvements we have seen in the foreign exchange market have enabled us to reinforce the number of international credit cards issued, having reached 29,274 cards at the end of the year.

In the choice of savings and investment products: within this scope, through 'BFA Gestão de Ativos', the bank has provided the market with seven more securities investment funds, and by the end of the year reached a total of AOA 196 billion of assets under management;

In the provision of Public Debt Securities (Secondary Market): of the total business carried out in 2021, BFA achieved a participation share of more than 55.3% and a share of 29.4% when analysing the actual business amount. At the end of 2021, BFA had 13,926 active accounts opened within the BODIVA Central Securities Depository (CEVAMA), which represents a growth of 48.5% and a share of 55.7% of the total number of CEVAMA accounts.

2021 was also a very good year in terms of attracting customers. With all the actions we have been developing, whether commercial actions to private individuals or companies, we were able to see the number of customers grow in a very interesting way.

We kept up and reaffirmed our commitment to future generations. Thus, in 2021, the bank sought to create a positive impact towards a more promising and sustainable future for all the stakeholders we work with and for Angola in general. Within this scope, BFA supported various initiatives, aligned with the sustainable development goals (SDGs) of the United Nations, with the purpose of contributing to the eradication of poverty, promoting health, education and improving the living conditions of Angolan children and their families, of which we highlight the following contribution: 20 more initiatives implemented; 44,000 more children benefited from BFA initiatives; 80,000 more Angolans had access to drinking water, and AOA 22.6 billion donated to finance initiatives with social impact.

Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.co.ao
Full interview: www.villasegolfe.co.ao

SETOR DOS TRANSPORTES & LOGÍSTICA DE ANGOLA

ANGOLA'S TRANSPORTS & LOGISTICS SECTOR

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

A segunda edição especial da ***V&G Industry*** dedica as suas páginas à Logística e aos Transportes de Angola, um setor com provas dadas, que conquistou a atenção do mundo com o seu papel notável durante a pandemia.

Em tempos, Angola ambicionava a ocupação física do território. Hoje, mais madura, orienta a sua conduta para uma ocupação económica do espaço, fruto do investimento na área da Logística & Transportes. Central e estratégico, o setor é a nova pedra preciosa do país, ganhando mais peso e responsabilidade à medida que Angola vai crescendo. Tem sido uma aposta consciente, numa altura em que os laços com o petróleo passam por uma fase de menos apego, após décadas de forte dependência.

Foram muitos os desafios que a pandemia trouxe às organizações nesta área. Quebras significativas no negócio, confinamentos, outras demandas a nascer... Estiveram longe de navegar em águas calmas. Neste seguimento, a ***Industry*** elegeu empresas conceituadas como a Secil Marítima e a ARCCLA para partilharem as suas batalhas e vitórias no setor dos Transportes & Logística. Em análise estará, sempre, o panorama do ramo no país e no mundo, assim como o impacto da pandemia na saúde dos negócios. E, já que falamos em Transportes, aproveitamos e cruzarmo-los com o setor da Acessibilidade. Para representar esta área, nada melhor que o testemunho da Tecnovia Angola.

À parte das entrevistas, percorremos outros caminhos para chegar a um destino específico: a Barra do Dande. É lá que emerge um dos projetos mais ambiciosos da última década, o Projeto da Zona Franca de Desenvolvimento Integrado da Barra do Dande. Procuramos saber até ao mais ínfimo pormenor o plano que corre as bocas do mundo e que poderá catapultar, ainda mais, Angola.

Agora que está tudo a postos para entrar no mundo do armazenamento e distribuição, sente-se confortável, num local onde nada possa interromper a sua leitura, e deixe-se inspirar pela magia dos Transportes & Logística em 3, 2, 1...

The second special issue of ***V&G Industry*** dedicates its pages to Logistics and Transport in Angola, a sector that has proved itself and that earned the world's attention with its notable role during the pandemic.

In the past, Angola aspired towards the physical occupation of its territory. Today, more mature, it is directing its ambitions towards the economic occupation of the space, the result of investment in the Logistics and Transport sector. Central and strategic, the sector is the country's new gem, gaining more importance and responsibility in line with Angola's growth. It has been a conscious commitment, at a time when ties with oil are going through a phase of less attachment, after decades of strong dependence.

There have been many challenges that the pandemic has brought to organisations in this field. Significant disruption to business, lockdowns, other requirements arising... They were far from sailing in calm waters. In this context, ***Industry*** has selected renowned companies such as Secil Marítima and ARCCLA to share their battles and victories in the Transports & Logistics sector. Our analysis will focus on the state of this industry in the country and in the world, as well as the impact of the pandemic on the health of businesses. And, since we're talking about Transport, we'll take the opportunity to cross-reference it with the Accessibility sector. And nothing could be better than the testimony of Tecnovia Angola to represent this field.

Apart from interviews, we travelled other roads to reach a specific destination: Barra do Dande. Here we find one of the most ambitious projects of the last decade, the Barra do Dande Integrated Development Free Zone Project. We set out to find out as much we possibly can about the plan that is on everyone's lips and that could catapult Angola even further.

Now that you are all set to enter the world of storage and distribution, make yourself comfortable, in a place where nothing can interrupt your reading, and let yourself be inspired by the magic of Transports & Logistics.

JOÃO MARTINS

COORD. DA COMISSÃO DA SECIL

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

«A INTENÇÃO É TRANSFORMAR A SECIL NUMA EMPRESA COMPETITIVA E, QUIÇÁ, A MAIOR E MAIS BEM POSICIONADA NO MERCADO NACIONAL»

João Martins, natural de Angola, é o atual Coordenador da Comissão de Gestão da SECIL Marítima S.A. Em entrevista à ***V&G***, confessa o caráter desafiador do seu cargo na empresa de transportes e logística, revelando uma carreira profissional recheada de inúmeras experiências dentro e fora de Angola. O ensino tem sido uma das suas maiores paixões, procurando estar sempre atualizado em diversos domínios, o que reflete o número admirável de licenciaturas e mestrados que constam no seu percurso académico. Entre muitos temas, João explica o rumo que a SECIL tomou depois de uma forte crise pandémica, divulgando pormenores sobre o crescimento da empresa. Com 60 anos e muita experiência profissional no *curriculum*, o gestor fala das limitações do setor em Angola, assim como do papel fundamental da SECIL Marítima no contexto económico do país.

Como descreve o seu percurso profissional?

Fiz o ensino básico na província de Cabinda, tendo concluído o ensino médio na República Federativa da Jugoslávia, em 1980, na especialidade de criminalística. Seguiu-se a licenciatura e mestrado em Política Económica na República da Bulgária e o regresso ao meu país 10 anos depois. Ao longo do meu percurso, fiz múltiplas formações, tais como Controlo de Gestão Up-To Date 2010 e Comercio Internacional e Gestão Estratégica de Recursos Humanos. Já a minha carreira profissional é extensa. Trabalhei na Direção Nacional de Investigação Criminal e fui assessor na Direção Nacional de Inspeção e Investigação das Atividades Económicas. Lecionei as cadeiras de Introdução à Atividade Económica, Noções de Práticas Administrativas, Marketing e Estudos do Mercado. Fui colocado como Diretor Provincial de Investigação Criminal em Cabinda e desempenhei muitos outros cargos até chegar a setembro de 2015, altura em que fui nomeado para exercer o cargo de Administrador Executivo da Área Administrativa e Financeira na Empresa SECIL Marítima SA., onde atualmente exerço o cargo de Coordenador da Comissão de Gestão da empresa.

Quais as estratégias adotadas pela SECIL Marítima no que toca à logística e transportes?

Não tendo embarcações de transporte de cargas, a administração da empresa enveredou por um processo de transporte de cargas através de embarcações de outros armadores internacionais, proporcionando aos nossos clientes um serviço de logística «porta-a-porta», desde os mercados de aquisição até ao armazém de destino do importador. A SECIL Marítima concentrou maioritariamente a sua atividade logística na gestão da Linha de Crédito da China, que

«THE INTENTION IS TO TURN SECIL INTO A COMPETITIVE AND, PERHAPS, THE BIGGEST AND BEST POSITIONED COMPANY IN THE NATIONAL MARKET»

João Martins, a native of Angola, is the current Coordinator of the Management Committee of SECIL Marítima S.A. In an interview with ***V&G***, he admits to the challenging nature of his position in the transport and logistics company, revealing a professional career filled with numerous experiences inside and outside of Angola. Teaching has been one of his greatest passions, and he always strives to keep up to date in various fields, which reflects the admirable number of degrees and masters that are part of his academic background. Among many topics, João explains the course that SECIL has taken after a strong pandemic crisis, divulging details about the company's growth. 60 years old and with a lot of work experience on his CV, the manager talks about the sector's limitations in Angola, as well as SECIL Marítima's fundamental role in the country's economic context.

How do you describe your career path?

I completed my primary education in the province of Cabinda and finished secondary school in the Federal Republic of Yugoslavia in 1980, specialising in forensics. This was followed by a degree and Master's in Economic Policy in the Republic of Bulgaria and the return to my country 10 years later. Along the way, I have done many training courses, such as Management Control Up-To-Date 2010 and International Trade and Strategic Management of Human Resources. My working career is extensive. I worked in the National Bureau of Criminal Investigation and I was an advisor in the National Bureau of Inspection and Investigation of Economic Activities. I taught Introduction to Economic Activity, Notions of Administrative Practice, Marketing and Market Studies. I was made the Provincial Director of Criminal Investigation in Cabinda and held many other positions until September 2015, when I was appointed Executive Director of the Administrative and Financial Area in the company SECIL Marítima SA, where I currently hold the position of the company's Coordinator of the Management Committee.

What are the strategies adopted by SECIL Marítima regarding logistics and transport?

As it didn't have any freight transport vessels, the management of the company has embarked on a process of transporting freight through vessels of other international ship owners, providing our customers with a «door-to-door» logistics service, from the markets of acquisition to the importer's warehouse of destination. SECIL Marítima concentrated most of its logistics activity on the management of the China Credit Line, which provided it with

lhe proporcionou uma carteira de clientes oriundos desse mercado e, além do segmento de logística, a empresa recebeu do IMPA (atual AMN-Agência Marítima Nacional) quatro catamarãs usados para o transporte de passageiros. Também recebeu da Sonangol seis catamarãs para transporte de passageiros. O maior desafio, agora, é a criação de condições para o arranque da cabotagem de carga com o Ferry Cabinda e a abertura da rota Luanda-Cabinda, diversificando assim a nossa carteira de negócios e clientes através da expansão comercial para novos mercados.

Tem sido desafiador exercer o cargo de Coordenador da Comissão de Gestão? Em que valores assenta a sua liderança?

Fruto da experiência acumulada ao longo dos anos anteriores, considero ter adquirido conhecimentos suficientes para desempenhar esta função. Contudo, não deixa de ser desafiador estar à frente dos destinos de uma empresa ligada ao setor marítimo e portuário, pois os desafios são diários e constantes, se considerarmos que a empresa perdeu todo o seu acervo material e capital humano. A nossa missão é fazer renascer a SECIL como uma empresa rentável, focada no transporte de pessoas e cargas dentro e fora do país. Os valores necessários para o desempenho desta função passam pela honestidade, humildade, integridade, resiliência e gestão parcimoniosa da coisa pública.

É significativo o impacto da pandemia nas receitas de 2020-2022?

Como qualquer agente económico no mercado nacional e internacional, a pandemia criou uma pressão de tesouraria a todos os *players* do mercado. A SECIL Marítima não foi exceção. Muitos dos projetos do Estado foram paralisados e, com isso, deixaram de importar cargas de projetos, o que afetou sobremaneira as nossas receitas. Por esta razão, decidimos fazer da cabotagem a nossa atividade charneira para alavancar o crescimento da empresa.

Falemos do futuro, quais são os planos?

Com base no Plano de Negócios para o período 2020-2030, a administração da SECIL Marítima tem vindo a apostar em ações de investimento, de forma a permitir a operacionalização eficiente da Cabotagem Norte, que passa por um processo de formação, afirmação e estabilização, que proporciona uma estrutura organizacional e funcional que garante um nível de otimização de processos operacionais e de gestão, assegurando uma atividade de cabotagem com continuidade. Ainda tendo em vista a propensão da empresa para o processo de privatização, para além da diversificação dos segmentos de mercado de atuação, a SECIL deverá imperiosamente trabalhar junto das instâncias governamentais de tutela e outros afins, no sentido de capitalizar a empresa e continuar a sanear o excessivo passivo contraído pela empresa ao longo dos anos, de forma a equilibrar o seu capital próprio.

a portfolio of customers from that market. In addition to the logistics segment, the company received four catamarans used for passenger transport from IMPA (now AMN-Agência Marítima Nacional). It also received six catamarans for passenger transportation from Sonangol. The greatest challenge now is the creation of conditions kick-start cargo shipping with the Cabinda Ferry and the opening of the Luanda-Cabinda route, thus diversifying our portfolio of businesses and clients through commercial expansion into new markets.

Has the position of Coordinator of the Management Committee been challenging? On what values is your leadership based?

As a result of the experience accumulated over the previous years, I believe I have acquired sufficient knowledge to perform this function. However, it is still a challenge to be at the head of a company linked to the maritime and port sector, as the challenges are daily and constant, considering that the company lost all its material assets and human capital. Our mission is to revive SECIL as a profitable company, focused on the transportation of people and cargo inside and outside the country. The values required to perform this function include honesty, humility, integrity, resilience and thrifty management of public resources.

Is the impact of the pandemic on the revenues from 2020-2022 significant?

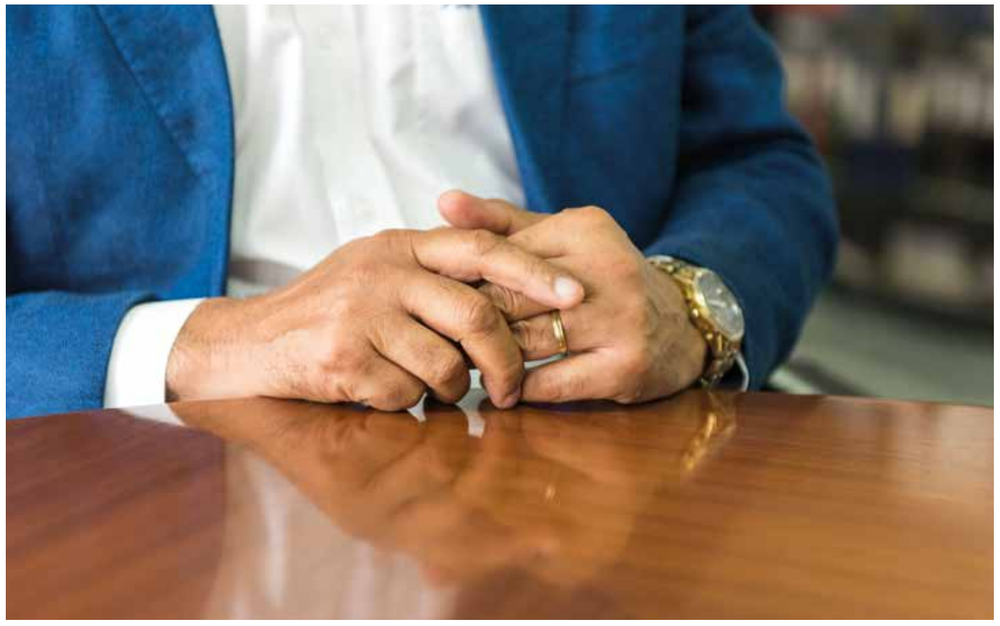
Like any economic player in the national and international market, the pandemic created cash-flow pressure on all market players. SECIL Marítima was no exception. Many of the state projects were paralysed and, as a result, we stopped importing project freight, which greatly affected our revenues. For this reason, we decided to make shipping our core business to leverage the company's growth.

Let us talk about the future, what are the plans?

Based on the Business Plan for the 2020-2030 period, the administration of SECIL Marítima has been focusing on investment actions, in order to allow the efficient operation of Cabotagem Norte, which involves a process of training, affirmation and stabilisation, which provides an organisational and functional structure that ensures a level of optimisation of operational and management processes, ensuring a shipping activity with continuity. Also bearing in mind the company's propensity for the privatisation process, in addition to the diversification of market segments of operation, it is imperative for SECIL to work closely with governmental authorities and other similar bodies, in order to capitalise the company and continue to remedy the excessive liabilities contracted by the company over the years, in order to balance its equity.

"CREIO QUE TEMOS UM CAMINHO LONGO A PERCORRER PARA TRANSFORMAR ESTE SETOR DE ATIVIDADE MAIS ATRATIVO"

"I BELIEVE THAT WE HAVE A LONG WAY TO GO TO MAKE THIS ACTIVITY SECTOR MORE ATTRACTIVE"



O transporte de passageiros é uma aposta da SECIL para os próximos anos?

O transporte de passageiros é, e continuará a ser, uma aposta para a empresa. Nas condições atuais e em função das taxas e tarifas cobradas pelos portos nacionais, o transporte de passageiros ainda não é uma atividade rentável, em função dos custos operacionais altíssimos. Contudo, sendo uma atividade eminentemente social, vamos continuar com este negócio, lutando para que a revisão do tarifário seja um factor para permitir a rentabilização das nossas embarcações.

Com a privatização da empresa o que vai mudar?

A privatização vai representar uma abertura do capital para o setor privado, permitindo uma redefinição da estratégia e posicionamento no mercado interno, trazendo maiores investimentos. A intenção é transformar a SECIL Marítima numa empresa competitiva e, quiçá, a maior e mais bem posicionada no mercado nacional para o transporte de passageiros e cargas.

Is passenger transport a focus for SECIL for the coming years?

Passenger transport is, and will continue to be, a focus for the company. Under the current conditions and with the going rates and tariffs charged by national ports, passenger transport is not yet a profitable activity, due to the very high operating costs. However, being an eminently social activity, we will continue with this business, fighting for the review of the price list to be a factor in order to allow the profitability of our vessels.

What will change with the privatisation of the company?

The privatisation will represent an opening of the capital to the private sector, allowing a redefinition of the strategy and positioning in the domestic market, bringing greater investments. The intention is to turn SECIL into a competitive and, perhaps, the biggest and best positioned company in the national market.

> “O transporte de passageiros ainda não é uma atividade rentável
>
> PASSENGER TRANSPORT IS NOT YET A PROFITABLE ACTIVITY

Qual é a visão que partilha quanto à indústria da logística e transportes em Angola? E que papel ocupa a SECIL no contexto económico do país?

Angola, sendo um país vasto, onde cerca de 51% da população vive no litoral, assenta num progresso sustentável que passa necessariamente pelo desenvolvimento da logística e transportes. No passado, o conceito de logística abarcava somente atividades relacionadas ao armazenamento e transporte de mercadorias, hoje, engloba muitas mais variáveis dentro de um negócio. No nosso país, ainda existem assimetrias no desenvolvimento entre as províncias do litoral e do interior. As políticas governamentais sobre a logística e transportes só começaram agora a serem debruçadas com maior seriedade e enfoque, mas ainda creio que temos um caminho longo a percorrer para transformar este setor de atividade mais atrativo. Importa aprofundar a questão relativa ao impacto económico sofrido pelos países com minguada frota de navios de longo curso, especialmente no que tange à influência negativa sobre a balança de pagamentos pela contratação de serviços junto ao estrangeiro. Com a falta de investimentos sérios, a SECIL Marítima conheceu momentos amargos na sua estrutura de custos e, não tendo frota própria, foi deixada à sua sorte. Hoje, com a atual situação, a empresa começa a conhecer um novo momento, com a receção de embarcações do tipo catamarã para o início do transporte de passageiros e carga, estando assim lançadas as bases para o seu desenvolvimento sustentável. É nesta perspetiva que entendemos que o papel da SECIL, no atual contexto económico do país, seja relevante no sentido de impulsionar as trocas comerciais e o transporte de mercadorias e passageiros entre os portos do país.

What is your vision of the logistics and transport industry in Angola? And what role does SECIL play in the country’s economic context?

Angola, given that it is a vast country, with about 51% of the population living on the coast, is based on a sustainable progress that necessarily passes through the development of logistics and transport. In the past, the concept of logistics only encompassed activities related to the storage and transport of goods, today it encompasses many more variables within a business. In our country, there are still asymmetries in the development between the coastal and inland provinces. Government policies on logistics and transport have only just begun to be addressed with greater seriousness and focus, but I still believe we have a long way to go to make this sector of activity more attractive. We need to deepen the question regarding the economic impact suffered by countries with a minuscule fleet of long-haul ships, especially with regard to the negative influence on the balance of payments by contracting services abroad. With the lack of serious investments, SECIL Marítima lived through bitter moments in its cost structure and, not having its own fleet, was left to its fate. Today, with the current situation, the company begins to experience a new time, with the reception of catamaran type vessels in order to start transporting passengers and cargo, thus laying the foundations for its sustainable development. It is with this perspective that we understand that SECIL’s role, in the country’s current economic context, is relevant in order to boost trade and the transport of goods and passengers between the country’s ports.

CATARINO PEREIRA

PCA DA ARCCLA

T JOANA REBELO EDSON AZEVEDO

«O SECTOR DA LOGÍSTICA E TRANSPORTES IRÁ DESENVOLVER-SE FORTEMENTE NA PRÓXIMA DÉCADA EM ANGOLA»

Amante de *Fórmula 1*, *NBA*, torneios de golfe e grandes ligas de futebol, Catarino Pereira é um PCA que gosta de viver a vida ao ritmo alegre da pátria. A família é a sua maior alegria e acompanhar os netos o seu maior orgulho. Kizomba e Sambe são as danças de eleição e uma boa música faz alegrar o seu coração. Dentro da Agência Reguladora de Certificação de Carga e Logística de Angola, Catarino preenche o seu tempo com aquilo que o fascina: a Logística. Em conversa com a ***V&G***, o engenheiro explica a missão da ARCCLA, revelando os planos da entidade e mencionando os desafios que a pandemia lhe trouxe. De olhar atento, Catarino comenta as debilidades, a nível nacional, do serviço em que opera, frisando também o desafio da implementação da sustentabilidade na cadeia Logística. Apesar das fragilidades, o Presidente do Conselho de Administração mantém-se positivo, prevendo desenvolvimento significativo do setor já nos próximos 10 anos.

«THE LOGISTICS AND TRANSPORT SECTOR WILL DEVELOP STRONGLY OVER THE NEXT DECADE IN ANGOLA»

A fan of Formula 1, NBA, golf tournaments and major football leagues, Catarino Pereira is a CEO who likes to live life to the joyful rhythm of the motherland. Family is his greatest joy and accompanying his grandchildren his greatest pride. *Kizomba* and *Sambe* are his favourite dances and good music makes his heart sing. Working at the Angolan Regulatory Agency for Cargo Certification and Logistics (ARCCLA), Catarino fills his time with what fascinates him: logistics. In a conversation with ***V&G***, the engineer explains the ARCCLA's mission, revealing the body's plans and mentioning the challenges brought to it by the pandemic. Taking a careful look, Catarino comments on the weaknesses, at a national level, of the service in which he operates, while also highlighting the challenge of implementing sustainability in the logistics chain. Despite the weaknesses, he remains positive, foreseeing significant development in the sector over the next 10 years.

Conte-nos a história da Agência Reguladora de Certificação de Carga e Logística de Angola (ARCCLA), como e quando surgiu?

A ARCCLA resultou da fusão de duas Entidades agora extintas: o Conselho Nacional de Carregadores (CNC) e o Gabinete do Corredor do Lobito (GCL). Surgiu pela necessidade de existir em Angola um órgão regulador das atividades logísticas, com uma visão transversal e autónoma sobre os diferentes setores, e que permitisse suportar os diferentes modos de transporte - aéreo, marítimo, ferroviário e rodoviário -, estabelecendo-se como uma entidade facilitadora do processo de transformação do setor da Logística em Angola. Desde a sua criação, a ARCCLA tem vindo a implementar novas atribuições, tendo desenvolvido um conjunto de iniciativas das quais se destacam o estabelecimento de uma estratégia de longo-prazo e a implementação de políticas de recursos humanos e gestão de talento; o desenvolvimento de diplomas e regulamentos necessários à regulação do setor logístico; entre muitas outras.

Qual é a missão da agência?

A ARCCLA tem por missão regular, fiscalizar e supervisionar as atividades logísticas, plataformas logísticas e matérias conexas, bem como as operações de tráfego de mercadorias por vias marítima, terrestre e aérea. No âmbito das suas atribuições e dos seus fins, pretende ainda contribuir para a melhoria da eficiência e da competitividade da República de Angola.

Ocupa o cargo de PCA da ARCCLA. Sabemos que tem uma sólida experiência de liderança, qual é o segredo para o sucesso?

Não sei se posso considerar sucesso, mas se acreditarmos em Deus e se tivermos sempre pensamento positivo, os desafios, a seu tempo, são ultrapassados de forma eficaz. Em muito jovem, aprendi que é necessário ser audaz, perspicaz, resiliente, sempre com o espírito de fazer o melhor para o próximo, porque o próximo um dia serás tu.

Perante o ambiente complexo e imprevisível em que as organizações vivem atualmente, perceber e definir que conceito de liderança aplicar em cada momento, de uma forma autêntica e pessoal, é, cada vez mais, um fator determinante para o sucesso. Talvez seja este o "segredo" do sucesso. Todas as pessoas, a todos os níveis, tornam-se líderes em algum momento das suas vidas, seja no âmbito pessoal ou profissional. Esse é um momento que pode fazer toda a diferença no futuro e, por isso, conhecer-se é fundamental para alcançar os resultados pretendidos, bem como motivar os seus colegas e pares para cumprir aquilo que é proposto. Na minha opinião, para garantir uma liderança eficaz, é essencial demonstrar firmeza e segurança, agir de forma correta e saber como gerir novas situações, trabalhar em equipa, ser dinâmico e motivador, ter atitude, compromisso, conhecimento e domínio sobre o que se faz.

Tell us all about the Angola Regulatory Agency for Cargo and Logistics Certification (ARCCLA). How and when did it come about?

The ARCCLA resulted from the merger of two, now extinct, bodies: the National Shippers Council (CNC) and the Lobito Corridor Department Office (GCL). It came about due to Angola's need to have a regulatory body for logistic activities, with an across-the-board and autonomous vision of the different sectors, which would enable support for the different modes of transport - air, sea, rail and road -, establishing itself as a facilitating body of the transformation process of Angola's logistics sector. Since its creation, ARCCLA has been implementing new assignments, having developed a set of initiatives, highlights of which include the establishment of a long-term strategy and the implementation of human resources and talent management policies; the development of diplomas and regulations necessary for the regulation of the logistics sector; among many others.

What is the agency's mission?

ARCCLA's mission is to regulate, inspect and supervise logistics activities, logistics platforms and related matters, as well as freight traffic operations by sea, land and air. Within the scope of its duties and purposes, it also aims to contribute to improving the efficiency and competitiveness of the Republic of Angola.

You hold the position of ARCCLA's CEO. We know that you have solid leadership experience. What is the secret to your success?

I don't know if I can consider it success, but if we believe in God and always think positively, in due course challenges will effectively be overcome. At a very young age, I learnt that you need to be audacious, insightful, resilient, always with the spirit of doing the best for your fellow man, because your fellow man will be you one day.

Faced with the complex and unpredictable environment in which organisations live today, understanding and defining which concept of leadership to apply in each moment, in an authentic and personal way, is increasingly a determining factor for success. Perhaps this is the "secret" of success. All people, at all levels, become leaders at some point in their lives, whether in their personal or professional sphere. This is a moment that can make all the difference in the future and, therefore, knowing yourself is fundamental to achieving the desired results, as well as motivating your colleagues and peers to fulfil what is planned. In my opinion, in order to ensure effective leadership, it is essential to demonstrate firmness and safety, act correctly and know how to manage new situations, work in a team, be dynamic and motivating, have a good attitude, commitment, knowledge and control over what you do.

O que suscitou o interesse pela área?

Acreditar em Angola, acreditar na visão e liderança do projeto. Era importante mudarmos o paradigma de que a Logística era apenas Distribuição. Muito cedo, tive o desafio de apoiar o desenvolvimento do shipping em Angola e, mais tarde, na especialidade dos derivados dos produtos petrolíferos na indústria marítima. O shipping compreende o embarque, despacho e transporte de mercadorias por navios, pelo que, a partir daí, surge a ligação com a visão da Logística, que permite gerir os fluxos e os recursos necessários ao longo de uma cadeia produtiva. Posto isto, podemos entender como é feito o conjunto de atividades para entregar um determinado produto ao cliente final, no tempo certo e sem desperdícios. É esta a atividade que a ARCCLA pretende regular, supervisionar e fomentar, mas agora numa perspetiva de contributo e visão nacional.

Que desafios trouxe a pandemia para a ARCCLA?

A pandemia trouxe desafios internos, nomeadamente, ao nível da adaptação ao teletrabalho, assim como desafios externos. A Logística mundial e a atividade dos operadores foram muito afetadas, o que, naturalmente, condicionou a atuação de reguladores logísticos como a ARCCLA. Adicionalmente, a dificuldade em reunir presencialmente com stakeholders logísticos restringiu a implementação das novas atribuições e a concretização de projetos previstos. No entanto, adaptámo-nos à nova realidade, implementado todas as medidas necessárias, e o progresso acabou por ser recuperado, tendo já sido desenvolvido um conjunto de iniciativas que colocam a ARCCLA novamente no caminho de adoção das suas novas funções.

Quais são as metas traçadas pela entidade para daqui a cinco anos?

Os objetivos estratégicos da ARCCLA no horizonte 2030 assentam em quatro pilares de atuação: regulação, supervisão e fiscalização das Atividades Logísticas e Controlo do Tráfego; dinamização da RNPL e dos corredores de desenvolvimento; modernização do sector e das Atividades de Transporte e Operacionalização e valorização da ARCCLA.

Temos, ainda, metas até 2025 que assentam na implementação das seis plataformas logísticas da Rede Nacional de Plataformas

What sparked your interest in this field?

Believing in Angola, believing in the vision and leadership of the project. It was important to change the paradigm that logistics was only distribution. Very early on, I faced the challenge of supporting the development of shipping in Angola and, later on, the speciality of oil product derivatives in the maritime industry. Shipping comprises the embarkation, dispatch and transport of goods by ship, and from there comes the connection with the vision of logistics, which makes it possible to manage the flows and resources required along a production chain. Having said this, we can understand how to undertake the series of activities to deliver a certain product to the end customer, at the right time and without waste. This is the activity that ARCCLA intends to regulate, supervise and nurture, but now from a perspective of national contribution and vision.

What challenges has the pandemic brought to ARCCLA?

The pandemic brought internal challenges, namely in terms of adapting to telework, as well as challenges abroad. Global logistics and the activity of operators were greatly affected, which naturally influenced the performance of logistics regulators, such as ARCCLA. Additionally, the difficulty in meeting face to face with logistics stakeholders restricted the implementation of new assignments and the realisation of planned projects. However, we adapted to the new reality, implemented all the necessary measures, and progress was eventually recovered, having already developed a set of initiatives that put ARCCLA back on track to adopt its new functions.

What goals have been set by the body for five years from now?

ARCCLA's strategic goals for 2030 are based on four pillars of action: regulation, supervision and inspection of logistics activities and traffic control; stimulation of the RNPL (National Network of Logistics Platforms) and of the development corridors; modernisation of the sector and of the transport activities and operationalisation and enhancement of ARCCLA.

We also have goals until 2025 that are based on the implementation of the six logistics platforms of the National Network of Logistics Platforms, approved by MINTRANS, in a public-private partnership model between ARCCLA

"NO TOTAL, A ARCCLA PRETENDE CO-INVESTIR ATÉ $100 MILHÕES DE USD EM INFRAESTRUTURAS DE BASE"

"IN TOTAL, ARCCLA INTENDS TO CO-INVEST UP TO $100 MILLION USD IN BASIC INFRASTRUCTURES"

Logísticas, aprovadas pelo MINTRANS, num modelo de parceria público-privada entre a ARCCLA e operadores logísticos. A concretização das plataformas logísticas constitui o principal marco da ARCCLA desde a sua criação, pelo impacto no comércio nacional e internacional, na dinamização da produção e criação de emprego. No total, a ARCCLA pretende co-investir até $100 milhões de USD em infraestruturas de base, estando o investimento privado em fase de negociação.

Considera que este ramo está devidamente desenvolvido no país?

O sector da Logística e Transportes irá desenvolver-se fortemente na próxima década em Angola, com a consolidação da Rede Nacional de Plataformas Logísticas (RNPL), permitindo aos agentes económicos optar pela externalização das atividades logísticas (receção, armazenagem, embalamento, picking, expedição, etc.) a empresas especializadas. Mas, no presente, as grandes indústrias optam por desenvolver as suas próprias infraestruturas logísticas, ao passo que as pequenas e médias empresas estão dependentes de intermediários e transportadores para fazer chegar o produto ao mercado, gerando sobrecustos para o consumidor final e a degradação da margem dos negócios. Num estudo recente sobre a Logística rural, identificámos perdas de até 50% da produção, causadas pelas debilidades do serviço logístico. Angola carece de meios de transporte e armazenagem a temperatura controlada, até para permitir a certificação internacional e exportação da produção agroalimentar.

Qual é o contributo que a ARCCLA oferece à economia de Angola?

A nossa expectativa é contribuir para uma maior transparência nas trocas comerciais, separando devidamente o que é o contrato de fornecimento, do serviço de Logística e Transporte. A modernização do setor logístico permite aos agentes económicos aceder a novos mercados (domésticos e internacionais), sendo prioritária a sua capacitação e qualificação tecnológica. Para esse efeito, a ARCCLA está a trabalhar no projeto da Janela Única Logística, que facilitará a troca de informações relativas à carga em trânsito, permitindo melhorar qualidade do serviço desde o Porto, Armazém Aduaneiro, Plataforma Logística e outras instalações. Adicionalmente, a ARCCLA tem a responsabilidade pela promoção dos Corredores de Desenvolvimento (e.g. Lobito), no contexto da extinção do Gabinete do Corredor do Lobito. Contamos ter um papel ativo na captação de investimento para esses corredores, uma vez que o Acordo de Comércio Livre subscrito por Angola irá potenciar a movimentação de carga (import-export) entre Angola e SADC, uma vez eliminadas as barreiras aduaneiras.

and logistics operators. The implementation of the logistics platforms is ARCCLA's main milestone since its creation, due to its impact on national and international trade, on boosting production and on job creation. In total, ARCCLA intends to co-invest up to $100 million USD in basic infrastructures, with private investment currently being negotiated.

Do you consider that this sector is adequately developed in the country?

The Logistics and Transport sector will develop strongly over the next decade in Angola, with the consolidation of the National Network of Logistics Platforms (RNPL), allowing economic agents to opt for outsourced logistics activities (reception, storage, packaging, picking, shipping, etc.) to specialised companies. But at present, large industries choose to develop their own logistics infrastructures, while small and medium enterprises are dependent on middlemen and transport companies to get the product to the market, generating extra costs for the final consumer and downgrading business margins. In a recent study on rural logistics, we identified losses of up to 50% of production, caused by weaknesses in the logistics service. Angola lacks means of transport and storage at controlled temperatures, even to allow international certification and export of agro-food production.

What contribution does ARCCLA make to the Angolan economy?

Our expectation is to contribute to greater transparency in commercial exchanges, duly separating what is the supply contract from the Logistics and Transport service. The modernisation of the logistics sector allows economic agents to access new markets (domestic and international), making their training and technological qualification a priority. To this end, ARCCLA is working on the project of the 'Logistic Single Window', which will facilitate the exchange of information regarding freight in transit, enabling improvements to the quality of service from the port, customs warehouse, logistics platform and other facilities. Additionally, ARCCLA is responsible for promoting development corridors (e.g. Lobito), in the context of the abolition of the Lobito Corridor Department Office. We expect to play an active role in attracting investment to these corridors, since the free trade agreement signed by Angola will boost the movement of cargo (import-export) between Angola and SADC, once customs barriers are eliminated.

> "A SUSTENTABILIDADE DAS OPERAÇÕES É UM DESAFIO INTEGRAL PARA A CADEIA LOGÍSTICA"
>
> "THE SUSTAINABILITY OF OPERATIONS IS AN INTEGRAL CHALLENGE FOR THE LOGISTICS CHAIN"

Que papel assume a sustentabilidade no controlo das operações de comércio?

A sustentabilidade das operações é um desafio integral para a cadeia logística, que é como um sistema circulatório do comércio. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas são relevantes por mapearem alguns dos pontos de esforço em que temos de trabalhar globalmente para garantir um futuro sustentável. A ARCCLA alinha-se e trabalha com aqueles que dependem de uma cadeia logística eficiente para o efeito, tais como o nº 8, salários dignos e crescimento económico, o nº 9, indústria, inovação e infraestruturas, ou o nº 17, promoção de parcerias público-privadas.

What role does sustainability play in controlling trade operations?

The sustainability of operations is an integral challenge for the logistics chain, which is like a circulatory system for trade. The United Nations' Sustainable Development Goals (SDGs) are relevant as they map out some of the stress points where we have to work globally to ensure a sustainable future. ARCCLA aligns itself and works with those that depend on an efficient supply chain to this end, such as no. 8, decent wages and economic growth, no. 9, industry, innovation and infrastructures, or no. 17, promotion of public-private partnerships.

JOAQUIM PIEDADE

PCA DO PROJETO ZFDIBD

T JOANA REBELO EDSON AZEVEDO

«O SELO '*MADE IN ANGOLA*' COMEÇARÁ A CONQUISTAR UM ESPAÇO MAIS SIGNIFICATIVO»

Nos seus olhos vemos expressividade. Na sua aparência transparece seriedade. No seu coração sentimos Angola. A ***V&G*** partiu em busca de um trabalhador exímio, acabando por descobrir um segredo: não só se chama Joaquim Piedade, como é um jogador nato de xadrez, futebol e de um leque extenso de desportos. Joaquim traça um caminho que já conta com 18 anos de experiência e hoje pode afirmar que está no auge da sua carreira. Os primeiros passos foram dados na indústria *Oil and Gas*, mas a vida encarregou-se de lhe mostrar outros caminhos, onde o amor pela logística nasceu. Atualmente, é o PCA do projeto da *Zona Franca de Desenvolvimento Integrado da Barra do Dande*, um empreendimento que está nas bocas do mundo pelo seu caráter ambicioso e inovador. Curioso? Parece que terá de se envolver nos próximos minutos na história emociante de Joaquim Piedade, onde o próprio conta, em primeira mão, o seu percurso até chegar ao topo. A cereja no topo do bolo: o profissional de logística revela, ainda, alguns pormenores do projeto que poderão colocar Angola num pedestal. Deixe-se inspirar em 3, 2, 1...

«THE '*MADE IN ANGOLA*' STAMP WILL BEGIN TO CONQUER A MORE SUBSTANTIAL SPACE»

We see expressiveness in his eyes. We see seriousness in his appearance. In his heart we feel Angola. V&G set out in search of an excellent worker and ended up discovering a secret: not only is his name Joaquim Piedade, but he is also a natural at chess, football and a wide range of sports. Joaquim is following a path which has so far brought him 18 years of experience and today he can say that he is at the peak of his career. He took his first steps in the Oil and Gas industry, but life has revealed other paths to him, where his love for logistics came to light. Currently, he is the chairman of the board of the Barra do Dande Integrated Development Free Trade Zone (DIDFTZ) project, a venture that is internationally talked about for its ambitious and innovative character. Curious? It seems you'll have to get caught up in Joaquim Piedade's exciting story in the next few minutes, when he tells us first-hand about his journey to the top. The cherry on the cake: the logistics professional also reveals some details of the project that could put Angola on a pedestal. Time to get inspired in 3, 2, 1...

Acumula mais de 18 anos de experiência profissional.

A minha trajetória profissional, após uma curta passagem pelo setor privado na indústria de *Oil and Gas*, foi vivida no setor logístico com experiências no setor marítimo, rodoviário, ferroviário e aéreo, sempre focado na logística de distribuição, liderando equipas no Porto de Luanda, durante 6 anos, e na *Unicargas*, nos últimos 12 anos, para que ela se tornasse numa operadora logística integrada. Neste período, foi também possível contribuir ativamente em instituições regionais e internacionais, como a Associação de Gestão dos Portos da África do Oeste e Centro, a CNUCED no âmbito do projeto *Train for Trade* e o Banco Mundial, durante seis anos, como consultor.

Lidera o projeto da Zona Franca de Desenvolvimento Integrado da Barra do Dande (ZFDIBD). Como nasceu a ideia e porquê na província do Bengo?

A ideia surgiu na sequência da visão económica do Titular do Poder Executivo, no sentido de criar reservas estratégicas nacionais. Ou seja, pretendemos garantir a segurança alimentar, a segurança dos combustíveis, a segurança energética e o desenvolvimento económico e industrial da região do Dande, promovendo a existência da capacidade de resposta a potenciais fenómenos fortuitos (crises económicas, pandemias etc), por meio do armazenamento de produtos essenciais, suficientes para garantir o abastecimento regular da população. A província do Bengo foi escolhida pelo seu potencial hídrico, pelo potencial de desenvolvimento industrial, bem como pelo facto do município do Dante se posicionar num dos principais corredores rodoviários de acesso e escoamento para um grande centro de consumo, que é a República Democrática do Congo.

Qual é a relevância estratégica da Zona Franca? Quais os impactos sociais e económicos?

A Dande Free Zone irá proporcionar o desenvolvimento industrial do país, promover a abertura ao comércio externo e garantir a segurança das reservas estratégicas. Será um impulsionador ao investimento privado e irá gerar bastantes postos de trabalho, bem como promover a capacitação e crescimento profissional das pessoas, combatendo problemas sociais como as assimetrias regionais. Na vertente económica, resultará num aumento do fluxo de importação e exportação de mercadorias e na promoção e desenvolvimento de diferentes serviços no país, como resultado do seu efeito multiplicador.

A ZFDIBD marca a abertura às rotas globais?

Sim, uma vez que estamos determinados a desenvolver uma Zona Franca ao nível mundial, estruturada para atrair investidores com o foco voltado para exportações, assim como a contribuição para a cadeia de abastecimento, com a produção para mercados em África e Europa.

You have accumulated more than 18 years of work experience.

After a short stint in the private sector, in the Oil and Gas industry, I spent my working life in the logistics sector with experience in the maritime, road, rail and air sectors, always focused on distribution logistics, leading teams at the port of Luanda for 6 years and at Unicargas for the last 12 years for it to turn into an integrated logistics operator. During this period I was also able to actively contribute in regional and international institutions such as the West and Central Africa Port Management Association, UNCTAD under the *Train for Trade* project and the World Bank for six years as a consultant.

You lead the Barra do Dande Integrated Development Free Trade Zone project (ZFDIBD). How did the idea come about and why in the province of Bengo?

The idea came about following the economic vision of the Angolan president, in the sense of creating strategic national reserves. In other words, we intend to guarantee food security, fuel security, energy security and the economic and industrial development of the Dande region, promoting the development of responsiveness to potential fortuitous phenomena (economic crises, pandemics, etc.), through the storage of essential products, sufficient to guarantee the regular supply of the population. The Bengo province was chosen because of its water potential, its potential for industrial development, as well as the fact that the Dante municipality is positioned on one of the main road corridors for access and outflow to a large consumer centre, which is the Democratic Republic of Congo.

What is the strategic relevance of the Free Trade Zone? What are the social and economic impacts?

The *Dande Free Zone* will enable the industrial development of the country, promote the opening to foreign trade and guarantee the security of strategic reserves. It will be a driving force for private investment and it will generate many jobs, as well as promote the training and professional growth of the people, combating social problems such as regional asymmetries. On the economic side, it will result in an increase to the import and export flow of goods and the promotion and development of different services in the country, as a result of its multiplier effect.

Does the DIDFTZ mark the opening to global routes?

Yes, as we are determined to develop a Free Trade Zone on a global level, structured to attract investors with a focus on exports, as well as contributing to the supply chain, with production for markets in Africa and Europe.

Qual é a meta prevista no que toca ao contributo para o Produto Interno Bruto do país?

Atendendo ao volume de investimento projetado para o desenvolvimento da Zona Franca e o seu respetivo volume de negócios, prevemos contribuição na ordem dos 1,5% para o Produto Interno Bruto de Angola, após a conclusão da Fase I.

E projeto irá funcionar como catalisador do tecido empresarial de Angola?

Sim. O quadro da legislação e regulamentação das Zonas Francas apresenta um conjunto de regimes especiais, benefícios fiscais e facilidades administrativas que visam oferecer melhores condições de investimento aos investidores privados que, por sua vez, atrairão investidores que até agora não consideravam Angola um país com condições de investimento atrativas e competitivas. Inquestionavelmente, iremos ver crescer o nosso setor industrial e, consequentemente, um tecido empresarial mais forte e presente na nossa economia.

What is the envisaged target regarding the contribution to the country's Gross Domestic Product?

Considering the volume of investment projected for the development of the Free Trade Zone and its respective business volume, we expect a contribution of around 1,5% to Angola's Gross Domestic Product after the conclusion of Phase I.

Will the project act as a catalyst for Angola's business fabric?

Yes. The legislation and regulation framework of Free Trade Zones presents a set of special regimes, tax benefits and administrative facilities that aim to offer better investment conditions to private investors, who, in turn, will attract investors that until now did not consider Angola a country with attractive and competitive investment conditions. Unquestionably we will see our industrial sector grow and, consequently, a stronger and more present business fabric in our economy.

"O sucesso do processo logístico é muito dependente das acessibilidades

THE SUCCESS OF THE LOGISTICS PROCESS IS VERY DEPENDENT ON ACCESSIBILITY

Considera que o país ganhará outra visibilidade com esta nova aposta na economia exportadora?

Hoje, somos um país predominantemente importador, mas a Zona Franca tem potencial e atrairá um conjunto de indústrias com capacidade para servir mercados da região (e não só), onde o selo "*made in Angola*" começará a conquistar um espaço mais significativo na plataforma comercial, a nível mundial.

É um sonhador?

O setor da logística é a minha maior paixão, procurando impactá-lo, diariamente, para que seja mais influente no contexto económico de Angola, sempre com uma atitude muito positiva e resiliência para superar os desafios, partilhando conhecimentos e aprendendo.

Que ambição o move, na área da logística?

Impactar a vida das pessoas e organizações, desenvolvendo soluções para que as necessidades das mesmas sejam sempre satisfeitas. Na logística, temos diariamente diferentes desafios para garantir que a mercadoria certa chega à pessoa/organização certa, na quantidade certa, no horário certo e no local certo. Concretizar esse feito, todos os dias, é revigorante.

Considera que o ramo poderia ser mais influente no contexto económico de Angola?

Sim, mas o sucesso do processo logístico é muito dependente das acessibilidades. Quando evoluirmos na qualidade das acessibilidades, sentiremos o verdadeiro impacto (positivo) das soluções logísticas na vida de cada um.

Do you think that the country will gain a different profile with this new focus on the export economy?

Today we are predominantly an importing country, but the Free Zone has potential and will attract a number of industries with the capacity to serve markets in the region (and not only there), where the "made in Angola" stamp will begin to conquer a more substantial space on the commercial platform, on a worldwide level.

Are you a dreamer?

The logistics sector is my greatest passion, in which I strive to make an impact, on a daily basis, so that it can be more influential in Angola's economic context, while always with a very positive attitude and resilience to overcome challenges, sharing knowledge and learning.

What ambition drives you in the logistics field?

To have an impact on the lives of people and organisations, developing solutions so that their needs are always satisfied. In logistics we have different challenges every day to ensure that the right goods get to the right person/organisation, in the right quantity, at the right time and in the right place. To accomplish that, every day, is invigorating.

Do you think the industry could be more influential in Angola's economic scenario?

Yes, but the success of the logistics process is very dependent on accessibility. When we evolve in accessibility quality, we will feel the real (positive) impact of the logistic solutions in everyone's life.

Fora do trabalho, quais são as suas outras paixões?

Xadrez, futebol e atletismo são as minhas paixões. Tenho dito que sou viciado em desporto por praticar diferentes modalidades, para além das mencionadas.

No seu ponto de vista, qual a principal lacuna do país?

Que pensemos todos mais em Angola, que coloquemos o nosso país acima dos nossos interesses pessoais.

What are your other passions, outside work?

Chess, football and athletics are my passions. I have said that I am addicted to sport as I do different sports besides the ones mentioned.

In your point of view, what is the country's main shortcoming?

That we all should think more about Angola, that we put our country above our personal interests.

Prevemos contribuição na ordem dos 1,5% para o PIB de Angola"

WE EXPECT A CONTRIBUTION OF AROUND 1,5% TO ANGOLA'S GROSS DOMESTIC PRODUCT

Angola é futuro?

Sim. Angola é um país rico em diferentes recursos, bem como pessoas com grandes capacidades e, como foi referido entre os discursos no ato de lançamento da Zona Franca, chegou o momento de o país deixar de ter apenas potencial, e passar a ser verdadeiramente uma potência.

Does Angola have a future?

Yes. Angola is a country rich in different resources, as well as people with great capabilities and, as was mentioned among the speeches at the launch of the Free Trade Zone, the time has come for the country to stop just having potential, and to become a real power.

Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.co.ao
Full interview: www.villasegolfe.co.ao

SETOR DOS TRANSPORTES & LOGÍSTICA
TRANSPORTS & LOGISTICS SECTOR | 03

ZONA FRANCA DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DA BARRA DO DANDE

BARRA DO DANDE INTEGRATED DEVELOPMENT FREE ZONE

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

UM FUTURO SEM BARREIRAS

Nas próximas linhas conhecerá nada mais, nada menos, que o mais recente tesouro da Barra do Dande. Ambicioso e um autêntico veículo de desenvolvimento. Precisa de mais pistas para 'chegar lá'? Nós ajudamos. Garante a segurança alimentar, energética e dos combustíveis. Falamos da Zona Franca de Desenvolvimento Integrado da Barra do Dande. Apesar de extenso, aconselhamos a que decore o nome do projeto, poderá ser-lhe útil nos próximos tempos.

Pertencente à província do Bengo, localiza-se no coração do Dande e apresenta-se como uma importante peça do *puzzle* da comuna angolana. O projeto foi oficialmente apresentado a 21 de julho deste ano. Projeto este que veio agitar as águas do Rio Dande e estremecer as falésias imponentes da região. Parece que aquela vila de 1 350 km² viu as suas preces serem ouvidas, quando uma visão ambiciosa investiu na criação de reservas estratégicas nacionais. «A ideia surge na sequência da visão económica do Titular do Poder Executivo», esclarece a equipa integrante do projeto. Estamos perante um plano que garante a segurança alimentar e energética, a segurança dos combustíveis, assim como o desenvolvimento económico e industrial do Dande. E as repercussões? Não se contam pelos dedos, embora mereça destaque a capacidade de resposta a potenciais fenómeno fortuitos como, por exemplo, crises económicas ou, mesmo, pandemias, através, claro, do armazenamento de produtos que garantam o abastecimento regular da população. O projecto foi pensado e concebido para um horizonte temporal de 30 anos como prova de conceito de uma primeira Zona Franca em Angola com a função exportadora

Acreditamos que se esteja a debater sobre as razões que fizeram do Dande palco desta ambição. O potencial hídrico, a costa marítima e o desenvolvimento industrial em curso, são três dos motivos, aliados ao facto da região se apresentar como um dos principais corredores rodoviários de acesso e escoamento para um centro de consumo, denominado República Democrática do Congo. Ainda que sem entraves legislativos na sua criação, a Zona Franca de Desenvolvimento Integrado da Barra do Dande precisou, primeiro, de reunir alguns requisitos que, em traços gerais, se agrupam no estudo do impacto ambiental, na avaliação

A FUTURE WITHOUT BARRIERS

In the following lines you will be introduced to Barra do Dande's latest treasure. Ambitious and an authentic vehicle for development. Any ideas as to what we might be referring to? We'll give you a clue. It guarantees food, energy and fuel security. We are talking about the Barra do Dande Integrated Development Free Zone. Although long, we advise you to memorise the name of the project, it may be useful to you in the near future.

Being developed in the province of Bengo, it is located in the heart of Dande and can be described as an important piece in the puzzle of the Angolan commune. The project was officially presented on July 21, this year. A project that has come to stir up the waters of the River Dande and shake the imposing cliffs of the region. It seems that this 1350-km² town saw its prayers heard, when an ambitious vision invested in the creation of strategic national reserves. «The idea stems from the economic vision of the Angolan president,» explains the team behind the project. This plan guarantees food and energy security, fuel security, as well as the economic and industrial development of Dande. And the repercussions? You can't count them on your fingers, although the capacity to respond to potential fortuitous phenomena such as, for example, economic crises or even pandemics, through, of course, the storage of products that guarantee the regular supply of the population, deserves to be highlighted. The project was conceived and designed for a 30-year timeframe as proof of concept for Angola's first free trade zone.

We believe there is some debate as to the reasons behind making Dande the stage for this ambition. The hydroelectric potential, the coastline and the industrial development underway are three of the reasons, together with the fact that the region is one of the main road corridors for access and outflow to the consumer centre of the Democratic Republic of Congo. Although without legislative obstacles in its creation, the Barra do Dande Integrated Development Free Zone first needed to meet some requirements that, in general terms, are grouped into an environmental impact study, an assessment of the project's economic viability, a social impact study, as well as the development of a strategic plan

UMA SOCIEDADE DE DOMÍNIO PÚBLICO, QUE PARTILHA UMA SÓ PAIXÃO ENTRE MÚLTIPLOS ACIONISTAS

A PUBLIC DOMAIN COMPANY, WHICH SHARES A SINGLE PASSION BETWEEN MULTIPLE SHAREHOLDERS

TRATA-SE DE UM UMA SOCIEDADE DE DOMÍNIO PÚBLICO, QUE PARTILHA UMA SÓ PAIXÃO ENTRE MÚLTIPLOS ACIONISTAS

da viabilidade económica do projeto, na elaboração do estudo de impacto social, tal como no desenvolvimento de um plano estratégico e plano de ordenamento. O segundo passo foi organizar e prever diferentes momentos para a sua evolução. Há, portanto, três fases de desenvolvimento. A fase I, num horizonte de cinco anos, que pretende atrair o interesse dos investidores nas componentes que integram o projeto onde se destacam o terminal marítimo portuário, os silos para stockagem de cereais e a refinaria de óleo vegetal; a fase II, que consiste na expansão do polo industrial, empreendimentos residenciais e o começo do desenvolvimento dos empreendimentos turísticos; a última fase está prevista para 2032, consistindo na consolidação de tudo o que foi proposto.

O sonho da Dande Free Zone não pertence apenas à Sociedade de Desenvolvimento da Barra do Dande (SDBD), a entidade gestora. Não. Trata-se de um uma sociedade de domínio público, que partilha uma só paixão entre múltiplos acionistas, como é o caso do Porto de Luanda, a Sonangol, a Zona Económica Especial, o Instituto de Gestão de Ativos e Participações do Estado e o Banco de Desenvolvimento de Angola. Em mente está, ainda, o envolvimento do setor privado, e a SDBD confessa que pretende «identificar um

and a land use plan. The second step was to organise and foresee different moments for its development. There are three development phases. Phase I, over a five-year horizon, which aims to attract the interest of investors in the components that make up the project, highlights of which include the maritime port terminal, the silos for grain storage and the vegetable oil refinery; phase II, which consists of the expansion of the industrial hub, residential developments and the start of the development of tourist developments; the last phase is planned for 2032, consisting of the consolidation of everything that had been proposed.

The dream of the 'Dande Free Zone' does not belong only to its managing body, the Sociedade de Desenvolvimento da Barra do Dande (SDBD). No. This is one public company, sharing a single passion between many shareholders, such as the Port of Luanda, Sonangol, the Special Economic Zone, the Institute of Asset Management and State Holdings and the Development Bank of Angola. Also on the horizon is the involvement of the private sector, and SDBD confesses that it plans to «identify one or more strategic partners to build, manage and operate some of the project's components». What is certain is that integrating an ecosystem with different transport components, as well as the supply chain,

THIS IS ONE PUBLIC COMPANY, SHARING A SINGLE PASSION BETWEEN MANY SHAREHOLDERS

ou mais parceiros estratégicos para construir, gerir e explorar algumas componentes do projeto». O que é certo é que integrar um ecossistema com diferentes componentes dos transportes, assim como cadeia de abastecimentos, é um objetivo ambicioso, uma vez que pretender atuar ao nível dos serviços marítimos e na movimentação de várias tipologias de cargas, nos terminais logísticos, na zona industrial e nas ligações ferroviárias e rodoviárias.

Apresentados os compromissos da Zona Franca, falta saber, ao certo, o que Dande pode colher com o projeto. «A Dande Free Zone irá propiciar o desenvolvimento industrial do país, promover a abertura ao comércio externo e garantir a segurança das reservas estratégicas», revela o grupo empreendedor. Além disso, funcionará como incentivador ao investimento privado, permitirá a liberalização da economia, provocará o aumento do fluxo de importação e exportação de mercadorias e originará a promoção e desenvolvimento de diferentes serviços no país. À gente da terra proporcionará bastantes postos de trabalho, promovendo a sua capacitação e crescimento profissional, e a redução das assimetrias regionais existentes. A Sociedade de Desenvolvimento da Barra do Dande ainda vai mais longe, afirmando que, atendendo ao volume de investimentos projetados para

is an ambitious goal, as it intends to act in terms of maritime services and the handling of various types of cargo, in the logistics terminals, in the industrial zone and in the rail and road links.

Now that the commitments of the Free Zone have been presented, it remains to be seen exactly what Dande can reap from the project. «The Dande Free Zone will foster the industrial development of the country, promote openness to foreign trade and ensure the security of the strategic reserves,» reveals the entrepreneurial group. Apart from this it will act as an instigator for private investment, enable the liberalisation of the economy, cause an increase in the flow of imports and exports of goods and will create the promotion and development of different services in the country. It will provide local people with plenty of jobs, promoting their training and professional growth, and reducing existing regional asymmetries. The Sociedade de Desenvolvimento da Barra do Dande goes even further, stating that, given the volume of investments projected for the development of the Free Zone and the respective turnover, it is estimated that over the next 10 years there will be a contribution of between 1.5 and 2 percent to Angola's Gross Domestic Product, in phase I. It adds that projects are expected that

o desenvolvimento da Zona Franca e o respetivo volume de negócios, estima-se que nos próximos 10 anos haja uma contribuição entre 1,5% e os 2% para o Produto Interno Bruto de Angola, na I fase. Adianta, ainda, que se preveem projetos que rondam os 1,5 mil milhões, algo que o grupo comenta como sendo resultado de um «projeto mais atrativo, desafiante e incentivador de verdadeiras parcerias público-privadas para o desenvolvimento de diferentes iniciativas».

A criação de 16 mil postos de trabalho é um dos desafios da SDBD, numa primeira fase de desenvolvimento. Porque a formação é indispensável, os jovens da província de Bengo, assim como os angolanos em geral, poderão usufruir de um Centro de Formação Profissional, estando, assim, 'à altura' das exigências. Mas as novidades não acabam aqui. Procurando alargar horizontes, a Zona Franca prevê a criação de serviços de utilidade pública, tais como hospitais, postos policiais, quartel de

A CRIAÇÃO DE 16 MIL POSTOS DE TRABALHO É O DESAFIO PROPOSTO PELO GRUPO

cost around 1.5 billion, something the group says is the result of a «more attractive, challenging project that encourages real public-private partnerships for the development of different initiatives».

The creation of 16,000 jobs is one of SDBD's challenges in the first phase of development. Because training is indispensable, the young people of the province of Bengo, as well as Angolans in general, will be able to benefit from a Vocational Training Centre, thus being 'up to' the demands. But the news doesn't end there. Aiming to broaden horizons, the Free Zone foresees the creation of public utility services, such as hospitals, police stations, fire stations, schools, «and others to be identified, according to the needs of the members of the region or regions that the project will impact», clarifies the Sociedade de Desenvolvimento da Barra do Dande. We are therefore speaking of a project with its heart painted in the colours of Angola, which looks objectively at the interests and needs of the country. The Free Zone is moving in the same direction as the state, with the stabilisation and

THE CREATION OF 16,000 JOBS IS THE CHALLENGE PROPOSED BY THE GROUP

bombeiros, escolas «e outros a identificar, mediante as necessidades dos integrantes da região ou regiões que o projeto impactará», esclarece a Sociedade de Desenvolvimento da Barra do Dande. Falamos, portanto, de um projeto com o coração pintado das cores de Angola, que olha objetivamente para os interesses e necessidades do país. Na mesma direção que o Estado, caminha a Zona Franca, pensando já na estabilização e redução de preços, «com o surgimento de novas indústrias de processamento alimentar e instalação da reserva nacional de cereais, acreditamos que influenciaremos, de forma positiva, na redução dos preços», confessam. Ao nível das empresas, tudo indica que a Dande Free Zone funcionará como catalisadora do tecido empresarial de Angola, graças ao leque diversificado de regimes especiais, benefícios fiscais e facilidades administrativas que procura oferecer aos investidores privados, resultando, consequentemente, na atração de novos investidores que, outrora, não consideravam Angola um país estratégico.

Quiçá caminhar de mãos dadas com o Estado e o setor privado seja um dos segredos do sucesso, algo que o grupo da Zona Franca acredita que deva acontecer. «O caminho deve ser feito de forma conjunta, no qual o privado deve assumir o seu verdadeiro papel de dinamizador da economia e o estado o de criação do ambiente propício para que os negócios cresçam», explicam. Lançam, inclusive, um desafio ao setor privado, a nível nacional e internacional, apelando a que este seja desafiador através de projetos inovadores e que invista no país angolano.

Sem meias medidas, o grupo está ciente do calibre do projeto que desenvolve, posicionando-o num patamar elevado. Ambiciosa, a Sociedade de Desenvolvimento da Barra do Dande julga estar a marcar a abertura às rotas globais, afirmando ter potencial para voar mais alto, encontrando o limite numa escala mundial. «Hoje somos um país predominantemente importador, mas a Zona Franca tem potencial e irá atrair um conjunto de indústrias com capacidade para servir os mercados da região, e não só, onde o selo «*made in Angola*» começará a conquistar um espaço mais significativo na plataforma comercial mundial».

Sonhando acordado, o projeto não faz pausa para descanso. Quando o motivo é maior que o homem, não há nada que o trave, que o diga o grupo do Projeto da Zona Franca de Desenvolvimento Integrado da Barra do Dande. Nas horas difíceis, é o amor à pátria que prevalece e, *step by step*, Angola fica mais próxima de se tornar um país com um futuro promissor, graças a ambições como esta, que não se ficam pelo esboço.

reduction of prices in mind, «with the appearance of new food processing industries and the installation of the national grain reserve, we believe we will have a positive influence on the reduction of prices,» they say. In terms of companies, everything indicates that the Dande Free Zone will act as a catalyst for Angola's business fabric, thanks to the diverse range of special regimes, tax benefits and administrative facilities that it aims to offer to private investors, resulting, consequently, in attracting new investors that previously did not consider Angola a strategic country.

Working in close conjunction with the State and the private sector might well be one of the secrets of success, something the Free Zone group believes must happen. «The path should be taken together, in which the private sector should assume its true role of driving the economy and the State that of creating the right environment for business to grow,» they explain. They also throw out a challenge to the private sector, both nationally and internationally, daring it to be inspiring through innovative projects and to invest in the Angolan country.

The group is unequivocally aware of the calibre of the project it is developing, positioning it at a high level. Ambitious, the Sociedade de Desenvolvimento da Barra do Dande thinks it is heralding the opening to global routes, stating that it has the potential to fly even higher, reaching a global scale. «Today we are a predominantly importing country, but the Free Trade Zone has potential and will attract a number of industries with the capacity to serve markets in the region, and beyond, where the «made in Angola» seal will begin to conquer a more significant space on the world trading platform».

On a dream course, the project does not pause for rest. When the motive is greater than man, there is nothing to stop it, as the Barra do Dande Integrated Development Free Zone project group says. In difficult hours, it is the love for the home country that prevails and, step by step, Angola gets closer to becoming a country with a promising future, thanks to ambitions such as this, which go beyond the drawing board.

FUNCIONARÁ COMO CATALISADOR DO TECIDO EMPRESARIAL DE ANGOLA

IT WILL ACT AS A CATALYST FOR ANGOLA'S BUSINESS FABRIC

TECNOVIA ANGOLA

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

POR UMA NAÇÃO MELHOR

1962 é o ano que marca o início da construção de um sonho, mas porque a curiosidade se alimenta, recuemos aos tempos de infância de José Guilherme Jorge da Costa. O melhor presente de Natal eram os camiões e as máquinas em tamanho miniatura e tudo o que rolasse sobre quatro rodas. A paixão pelos veículos de grande porte, equipamentos e as suas atividades fizeram com que José Guilherme da Costa sonhasse acordado, influenciado pelo seu pai, Rodrigo da Costa, empresário da área dos

FOR A BETTER ANGOLA

1962 is the year that marks the beginning of the construction of a dream, but to satisfy our curiosity, let us go back to José Guilherme Jorge da Costa's childhood days. For him the best Christmas presents were miniature trucks and machines and anything that rolled on four wheels. Influenced by his father, Rodrigo da Costa, a businessman in the area of transport and services, his passion for large vehicles, equipment and their activities made José Guilherme da Costa daydream. At the age of 23 he began to make his dream

transportes e serviços. Foi aos 23 que começou a tornar o seu sonho realidade, criando a empresa José Guilherme Jorge da Costa, unipessoal, com a ambição de a fazer crescer. Estreou-se como subempreiteiro, com a execução de terraplenagens, urbanizações, estradas e fornecimento de materiais de construção. Os projetos começaram a ser em maior número e escala, com colaboração em grandes projetos de engenharia como a construção das Docas da Lisnave ou a Marina de Vilamoura. A expansão da atividade a praticamente todos os domínios das obras públicas, acompanhada pelo aumento dos recursos próprios e alargamento do quadro técnico, conduziu, em 1973, à fundação da Tecnovia – Infraestruturas José Guilherme da Costa Lda. A empresa constrói as suas primeiras pontes - Pontes do Mega, Amioso e Sinhel.

Os anos de 1976 a 1978 constituem um importante marco: a expansão para as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira. A empresa constrói portos, aeroportos, estradas, edifícios e outras obras estruturantes do desenvolvimento destas regiões insulares. A capacidade técnica e de meios, aliada à qualidade de execução, aumentam o prestígio da empresa, que na década de 90 transforma a sociedade por quotas em sociedade anónima, passando a ter a designação de Tecnovia - Sociedade de Empreitadas, S.A.

Ano após ano, fruto de muito trabalho e dedicação, a empresa expande a sua área de atuação, surgindo em 1992 a oportunidade de fixar a Tecnovia em Angola. Com o desenrolar do tempo, os laços criaram-se, a empresa consolidou a sua marca e hoje, celebra 30 anos. São décadas de empreendedorismo, confiança, profissionalismo e acima de tudo, qualidade. Brindar à vida e ao sucesso nunca será demais e, por isso, a revista ***Villas&Golfe Industry*** dedicou as próximas linhas a uma empresa que aposta, não só, no desenvolvimento económico de Angola, mas também em ações de responsabilidade social que fazem, seguramente, a diferença na vida de muitas famílias.

come true, creating the company José Guilherme Jorge da Costa, unipessoal, with the ambition of making it grow. He began as a subcontractor, carrying out groundworks, urbanisations, roads and supplying construction materials. The projects began to be larger in number and scale, with collaboration in major engineering projects, such as the construction of the Lisnave Docks or the Vilamoura Marina. The expansion of the business into almost all areas of public works, accompanied by an increase in own resources and expansion of technical staff numbers, led to the foundation of Tecnovia - Infraestruturas José Guilherme da Costa Lda. in 1973. The company built its first bridges – the Mega, Amioso and Sinhel bridges.

The years from 1976 to 1978 represent an important milestone: expanding to the Autonomous Regions of the Azores and Madeira. The company has built ports, airports, roads, buildings and other structural works for the development of these island regions. The technical capacity and resources, together with the quality of the execution, increased the company's prestige, which in the 1990s transformed the private limited company into a public limited company, changing its designation to Tecnovia- Sociedade de Empreitadas, S.A.

Year after year, as a result of so much work and dedication, the company expanded its area of operation, and in 1992 the opportunity to establish Tecnovia in Angola arose.

As time went by, ties were formed, the company consolidated its brand and today we celebrate 30 years of Tecnovia Angola. That's three decades of entrepreneurship, trust, professionalism and, above all else, quality. A toast to life and success can never be too much and, for this reason, ***Villas&Golfe Industry*** magazine has dedicated the following lines to a company which is not only committed to the economic development of Angola, but also to acts of social responsibility, which certainly make a difference in the lives of many families.

CONTAM-SE TRÊS DÉCADAS DE EMPREENDEDORISMO, CONFIANÇA, PROFISSIONALISMO E ACIMA DE TUDO, QUALIDADE

THREE DECADES OF ENTREPRENEURSHIP, TRUST, PROFESSIONALISM AND, ABOVE ALL ELSE, QUALITY

NÓ DE LIGAÇÃO TALATONA

PONTE DO RIO CUITO CUANAVALE

CONSTRUÇÃO ETAR CAPANI, BENGO

Luanda é a sede da Tecnovia Angola, estendendo a sua atividade a praticamente todo o território angolano, possui Centros Industriais em diversas províncias. O leque de atividades que o grupo disponibiliza parece interminável, suficiente para dar resposta a muitas das necessidades do país: terraplenagens, infraestruturas hidráulicas, aeroportuárias, marítimas, urbanas e desportivas, vias de comunicação rodoviárias, ferroviárias, pontes, viadutos e túneis, geotecnia; urbanizações e construção civil; obras ambientais e muito mais. Além da área da engenharia e construção, a Tecnovia Angola ainda se dedica ao ramo da produção e comercialização de materiais de construção, como agregados, betão hidráulico, betão betuminoso e pré-fabricados de betão.

Tem sido uma jornada longa no território angolano, com bastantes projetos desafiantes e ambiciosos, mas tudo é possível quando se reúne uma equipa com qualidade, competência, ética, compromisso e espírito de grupo, valores que se encontram alicerçados na cultura da empresa.

Conta com mais de 1100 colaboradores, entre quadros superiores, encarregados, pessoal técnico e de apoio às várias atividades. O investimento na formação interna e em parcerias com várias organizações do ensino médio, profissional e superior, para estágios profissionais e captação de jovens quadros médios e superiores angolanos tem sido uma forte aposta nos últimos anos.

Relativamente a equipamentos pesados, Ricardo Marfim dos Santos, o CEO da Tecnovia Angola, refere que para potenciar a eficiência e a capacidade de intervenção das operações, a empresa tem realizado grandes investimentos e apostado na aquisição de equipamentos novos, contando à data com cerca de 1000 unidades.

Outro factor competitivo da empresa é a capacidade de construção e dinamismo de atuação. Esta capacidade advém do trabalho feito com meios próprios e da produção de uma parte significativa dos materiais de construção necessários ao desenvolvimento das obras, o que resulta num maior controlo sobre a cadeia de valor, desde a produção dos materiais à conclusão do projeto.

Mas, para alcançar o sucesso, a Tecnovia Angola teve de ir às origens. Conhecer a cultura, as necessidades e as tradições de Angola foram fatores decisivos para a criação de importantes parcerias e projetos de sucesso. Moldar-se às raízes do país, compreender o povo e as suas lutas foi algo que a empresa sempre teve em consideração. Quiçá a diferenciação do grupo passe por isso mesmo, pela preservação da identidade e a valorização da ética.

Luanda is the home of Tecnovia Angola, while its business extends to practically the entire Angolan territory, with industrial centres in several provinces. The range of activities offered by the group seems endless, enough to meet many of the country's needs: groundworks, hydraulic, airport, maritime, urban and sport infrastructures, roads, railways, bridges, viaducts and tunnels, geotechnics, housing developments and civil construction, environmental works, etc. I can assure you that the list goes on. Besides the engineering and construction field, Tecnovia Angola is also dedicated to the production and sale of construction materials, such as aggregates, hydraulic concrete, bituminous concrete and precast concrete.

It has been a long journey in Angola, with many challenging and ambitious projects, but everything is possible when you put together a team that exhibits quality, competence, ethics, commitment and group spirit, values which are rooted in the company's culture.

It has more than 1100 employees, including senior management, foremen, technical and support staff for the various activities. Investment in internal training and in partnerships with various organisations in secondary, professional and higher education, for professional internships and to attract young Angolan middle and upper management has been a strong commitment in recent years.

In terms of heavy equipment, Ricardo Marfim dos Santos, CEO of Tecnovia Angola, says that in order to boost the efficiency and intervention capacity of operations, the company has made major investments and acquired new equipment, and currently has about 1,000 units.

Another competitive factor of the company is its construction capacity and operational dynamism. This capacity comes from the work done with its own resources and from the production of a significant part of the construction materials needed for the development of the works, which results in greater control over the value chain, from the production of the materials to the project's conclusion.

But in order to achieve success, Tecnovia Angola had to dig even deeper. Understanding the culture, the needs and traditions of Angola have proved decisive factors in the creation of important partnerships and successful projects. Moulding itself to the country's roots, understanding the people and their struggles, was something the company always took into consideration. Perhaps this is where the group truly sets itself apart: preserving identity and valuing ethics.

A TECNOVIA ANGOLA CONTA COM MAIS DE 1100 COLABORADORES

TECNOVIA ANGOLA HAS MORE THAN 1100 EMPLOYEES

Neste contexto, Ricardo explica que a implantação da Tecnovia no território angolano permitiu adquirir um conhecimento bastante aprofundado da realidade local, o que possibilita uma rápida mobilização de meios técnicos e humanos, e, facilidade de contacto com fornecedores e recursos locais. A capacidade, a agilidade da empresa e o conhecimento do país, permite que esta contribua para o esforço de recuperação e expansão das infraestruturas de Angola.

Questionado sobre a importância da Tecnovia Angola, após 30 anos de atividade em Angola, Ricardo afirma que «é uma empresa de referência no mercado angolano de Construção Civil e Obras Públicas», uma entidade em «constante transformação e modernização, de forma a acompanhar as últimas tendências do mercado da construção».

Porque recordar é viver, lembremos algumas obras feitas pela empresa. O *Aeroporto de Malanje-Pavimentos Aeronáuticos* foi um projeto que consistiu em reabilitar os pavimentos aeronáuticos numa pista de 2200 metros de comprimento e 30 de largura, ou, o aeroporto Manuel Quarta Punza, no Uíge, onde a Tecnovia executou a reabilitação, expansão e modernização de toda a infraestrutura aeroportuária (pista, terminal de passageiros e áreas de apoio). Concluída em 2015, a construção da *Ponte Sobre o Rio Cuito* e Acessos também foi uma obra ambiciosa, executada em tempo recorde, na região de Cuito Cuanavale. Uma outra ponte da autoria do grupo foi a *Nova Ponte Sobre O Rio Cambamba*, uma construção que substituiu a chamada *Ponte Molhada*. As Estradas Nacionais de Cabinda e o acesso à zona portuária e industrial da Pumangol juntam-se à coleção. A diversidade de atuação é surpreendente, basta analisar o histórico que inclui desde remodelações de moradias, a desenvolvimento de áreas agrícolas, subestações elétricas, estações de tratamento de águas e muitas outras.

Mas, falemos de um dos projetos mais emblemáticos da Tecnovia Angola, o Nó de Talatona. Definido pelo CEO como «um dos maiores desafios que tivemos o privilégio de poder superar», o Nó de Talatona foi inaugurado pelo Ministro de Estado e Chefe da Casa Civil do Presidente da República, a 17 de julho deste ano. Trata-se de uma obra complexa em dimensão e execução, dada a sua localização e visto ser uma artéria muito concorrida e de ligação a quatro eixos principais de Luanda. «A importância deste projeto motivou o desenho de uma estratégia diferente da habitual», revela Ricardo Marfim dos Santos. O elevado número de recursos humanos e equipamentos envolvidos, assim como a sua relevância no contexto de modernização das vias urbanas de

In this context, Ricardo explains that bringing Tecnovia to Angola allowed it to acquire a very detailed knowledge of the local reality, which enables a quick mobilisation of technical and human resources and an easy contact with suppliers and local resources. The company's capacity, agility and knowledge of the country allow it to contribute to efforts in the recovery and expansion of Angola's infrastructures.

Questioned as to what, after 30 years of business in Angola, Tecnovia Angola is today, Ricardo states that «it is a leading company in the Angolan civil construction and public works market,» an entity that is, «constantly transforming and modernising, in order to keep up with the construction market's latest trends.»

And as *remembering is living*, let's recall some of the works done by the company. The *Malanje Airport - Runway Pavements* was a project that involved the rehabilitation of the paving on runways 2200 metres long and 30 metres wide, or, Manuel Quarta Punza airport, in Uíge, where Tecnovia undertook the rehabilitation, expansion and modernisation of the entire airport infrastructure (runway, passenger terminal and support areas). Completed in 2015, the construction of the *Bridge over the Cuito River and Accesses* was also an ambitious project by Tecnovia Angola, executed in record time, in the Cuito Cuanavale region. Another bridge built by the group was the *New Bridge over the Cambamba River*, a construction over the river, replacing the so-called *Molhada Bridge*. The Cabinda A Roads and access to the port and industrial area of Pumangol are also part of the collection. The diversity of the projects is astounding, just look at its portfolio, which includes everything from housing renovations, to the development of agricultural areas, electricity substations, water treatment plants and much more.

But let us talk about one of Tecnovia Angola's most iconic projects, the Talatona Node. Defined by the CEO as a project which constitutes «one of the greatest challenges we were privileged to be able to overcome», the Talatona Node was inaugurated by the Minister of State and the President of the Republic's Chief of Staff on July the 17th of this year. It is a complex project in terms of dimension and execution, given its location and being a very busy intersection, which connects to four main road links of Luanda. «The importance of this project led us to design a different strategy from the usual one,» Ricardo Marfim dos Santos reveals. The large number of human resources and equipment involved, as well as its importance in the context of modernising Luanda's roads, meant that this project was a

ENTIDADE ATIVA NA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO PAÍS E DA SUA POPULAÇÃO

AN ACTIVE BODY IN CONTRIBUTING TO THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY AND ITS POPULATION

AEROPORTO MALANJE

VIADUTO PUMANGOL

Luanda, fizeram com que fosse de referência e merecedor de uma atenção especial por parte de toda a equipa. O CEO recorda os desafios que surgiram pelo caminho, «desde a contratação de técnicos, gestão de subempreiteiros, passando pelas negociações com o cliente, entidades financiadoras, entre outros», o que acabou por exigir um esforço extra dos trabalhadores. A construção contou com cerca de 850 pessoas, entre colaboradores diretos e indiretos, sendo o valor contratual da empreitada de aproximadamente 55 milhões de dólares.

Mas engana-se quem toma a Tecnovia Angola por uma empresa que só olha a números. A vertente humana está patente no ADN do grupo. Existe um conceito interno de "obras feitas por pessoas para as pessoas", sendo que cada empreitada tem um cunho pessoal porque efetivamente o que fazem muda a vida das pessoas. A responsabilidade social é outro dos seus principais pilares. A contratação local, a formação, integração e o desenvolvimento das comunidades locais são aspetos de tamanha importância para a entidade. Através do projeto *Tecnovia Angola Cresce Contigo*, a empresa realiza diversas ações de cariz social, particularmente, junto de crianças e jovens em idade escolar. A título de exemplo, a entrega anual de kits escolares a centenas de crianças pertencentes às comunidades onde a Tecnovia opera. Gestos solidários, que despertam sorrisos.

Angola é peça fundamental do *puzzle* para o grupo, nomeadamente, na sua estratégia de globalização. Com a Tecnovia Angola a ser uma entidade ativa na contribuição para o desenvolvimento do país e da sua população, no fundo, uma relação recíproca e transparente, reforçada pelos fortes laços criados, oriundos da miscigenação das culturas portuguesa e angolana.

reference and deserved special attention from the whole team. Ricardo Marfim dos Santos recalls the challenges that cropped up along the way, «from hiring technicians, to managing subcontractors, negotiating with the client, financing entities, among others», which required an extra effort from the workers. The construction involved around 850 people, including direct and indirect employees, and the work's contract value was approximately 55 million US dollars.

But anyone who thinks that Tecnovia Angola is a company that only looks at numbers is mistaken. The human aspect is part of the group's DNA. There is an internal ethos of «works done by people for people», and each project has a personal touch because what they do changes people's lives. Social responsibility is another of its main pillars. Local hiring, training, integration and the development of local communities are aspects of great importance to the company. Through the *Tecnovia Angola Cresce Contigo* (Tecnovia Angola Grows with You) project, the company carries out several social actions, particularly for children and young people of school age. For example, the annual delivery of school kits to hundreds of children belonging to the communities where Tecnovia operates. Gestures of solidarity that bring about smiles.

Angola is the fundamental piece of the puzzle for the group, namely, in its globalisation strategy, while Tecnovia Angola is an active body in contributing to the development of the country and its population, in essence, a reciprocal and transparent relationship, reinforced by the strong ties formed, originating from the miscegenation of Portuguese and Angolan cultures.

ESTRADA BUCO ZAU, SANGA MONGO, CABINDA

CATOCA
SOCIEDADE MINEIRA DE CATOCA LDA.

HÁ 27 ANOS

que contribuímos activamente para o desenvolvimento econômico e social de Angola e dos angolanos, gerando mais de 5.000 empregos directos e indirectos, e através de programas sociais nas áreas de saúde, educação, juventude e desportos, cultura, empreendedorismo, projectos que estão a impactar na vida de milhares de pessoas.

www.catoca.com

ANTÓNIO HENRIQUES DA SILVA

PCA DA AIPEX

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM EDSON AZEVEDO

«A AIPEX É UMA INSTITUIÇÃO COM ELEVADA RESPONSABILIDADE NO PAÍS»

Aos cinco anos já falava três línguas. Hoje, fala 9. Desde cedo se viu obrigado a crescer depressa devido às vicissitudes que os seus pais enfrentaram na luta pela liberdade. Depois de se formar na ex-Jugoslávia, voltou a Angola para colocar ao serviço da Nação os seus conhecimentos. Paulatinamente foi dando mostras do seu espírito de líder. O seu objetivo é levar ao sucesso das suas equipas, já que só assim se pode falar em crescimento verdadeiramente forte e seguro. O PCA da AIPEX – Agência de Investimento Privado e Promoção das Exportações de Angola tem bem claras as metas dos próximos tempos. E todas eles assentam em resiliência e solidez. Este executivo pretende diversificar a empresa de forma a que todo o potencial que Angola tem possa ser aproveitado ao máximo.

«AIPEX IS AN INSTITUTION WITH A HIGH RESPONSIBILITY IN THE COUNTRY»

At the age of five he already spoke three languages. Today he speaks nine. From an early age he was forced to grow up quickly due to the hardships his parents faced in the fight for freedom. After graduating in former Yugoslavia, he returned to Angola to put his knowledge at the nation's service. Gradually, he showed his spirit for leadership. His goal is to lead his teams to success, as only then can we talk of truly strong and secure growth. The Chairman of AIPEX – Angola's Agency for Private Investment and Promotion of Export has clear goals for the near future. And they are all based on resilience and solidity. This executive intends to diversify the company so that all of Angola's potential can be exploited to the full.

Como encara a missão de ser o PCA da AIPEX?

Esta missão encaro com muita responsabilidade porque tenho noção do papel importante que a AIPEX desempenha neste quadro de transformação da nossa economia, em que o nosso executivo pretende diversificá-la de forma a que todo o potencial que Angola tem possa ser aproveitado ao máximo. Não é uma tarefa fácil, não é o resultado de apenas uma entrega pessoal, mas de uma entrega coletiva de todas as pessoas que estão envolvidas nesse trabalho, nessa missão. E certamente que se vê mais facilmente por esse sentido ser partilhado por vários dos meus colegas a quem devo também muito pelos resultados, e pela visibilidade que eu enquanto Presidente do Conselho de Administração acabo por ter. Juntos acabamos por ser cada vez mais capazes de conduzir a bom porto a missão que me foi incumbida.

De que forma a sua experiência de 22 anos, com passagem por vários setores e atividades, públicos e privados, se converte numa liderança de sucesso à frente da AIPEX?

Não me sinto digno de criar significados ou interpretações sobre o processo geral de liderança. Mas, em resumo, considero a liderança como uma oportunidade para ver o melhor de cada pessoa que faz parte da nossa equipa e manter o espírito de grupo vivo e no auge, especialmente quando estamos diante de dificuldades e com necessidades de tomar decisões difíceis, mas necessárias.

A AIPEX é uma instituição com elevada responsabilidade no país e não só. Esta instituição já teve outros responsáveis e cada um jogou o seu papel em momentos extremamente diferentes. Por isso, sinto-me um felizardo por ter sido o primeiro PCA da APIEX, hoje AIPEX, uma casa que conheço desde o princípio da sua existência, depois de ter transitado da ANIP. É um orgulho para mim ter oportunidade de partilhar com homens, mulheres e jovens que fazem parte desta grande equipa de trabalho. Sem eles, estar à frente da instituição não teria significado. É bom quando temos a oportunidade de aprender e partilhar os nossos conhecimentos e, acima de tudo, poder ser importante e significante no momento quando alguém precisa de nós.

Como é que a AIPEX tem contribuído para o fomento da economia de Angola?

Como disse, A AIPEX é uma instituição com elevada responsabilidade no país. O nosso foco é apoiar o crescimento de uma economia diversificada e estável, mediante o fomento da produção nacional, substituição de importações, incremento e diversificação das exportações para que Angola participe de forma significativa e competitiva na economia global. Para isso, a AIPEX persegue valores como o rigor, diligência e precisão no cumprimento da lei, integridade, respeito, transparência, imparcialidade e excelência. A AIPEX é o interlocutor único do investidor em todas as fases do processo de investimento, através da articulação institucional apoia os investidores, acompanha as propostas de investimento e assegura as condições para a boa execução dos projetos de investimento.

How do you regard the mission of being the Chairman of AIPEX?

I view this mission with great responsibility because I am aware of the important role that AIPEX plays in this transformation of our economy, whereby our government intends to diversify it, so that all the potential that Angola has can be used to the maximum. It is not an easy task, it is not the result of just personal commitment, but of the collective commitment of all the people involved in this work, in this mission. And it is certainly easier to see that this sense is shared by several of my colleagues to whom I also owe a lot for the results, and for the visibility that I as Chairman of the Board of Directors end up having. Together we are increasingly capable of carrying out the mission entrusted to me.

How does your experience of 22 years, including stints in various sectors and activities, public and private, translate into a successful leadership at the head of AIPEX?

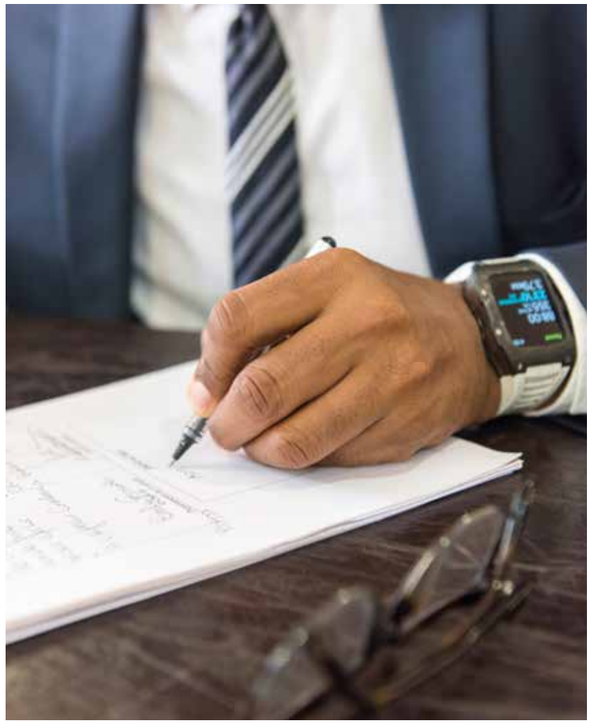
I do not feel worthy of creating meanings or interpretations about the general process of leadership. But in summary, I consider leadership as an opportunity to see the best in each person who is part of our team and to keep the group spirit alive and at its peak, especially when we are faced with difficulties and with needs to make difficult but necessary decisions.

AIPEX is an institution with great responsibility in the country and beyond. This institution has already had other leaders and each one played their role at very different times. Therefore, I feel fortunate to have been the first chairman of APIEX, now AIPEX, an institution that I have known since the beginning of its existence, after having transitioned from the ANIP. I am proud to have the opportunity to share with men, women and young people who are part of this great work team. Without them, being at the head of the institution would have no meaning. It is good when we have the opportunity to learn and share our knowledge and, above all, to be able to be important and significant at the moment when someone needs us.

How has AIPEX contributed to the development of Angola's economy?

As I said, AIPEX is an institution with a high responsibility in the country. Our focus is to support the growth of a diversified and stable economy by promoting national production, replacing imports, increasing and diversifying exports so that Angola participates significantly and competitively in the global economy. To accomplish this, AIPEX pursues values such as rigour, diligence and exactness in complying with the law, integrity, respect, transparency, impartiality and excellence. AIPEX is the investor's sole interlocutor at all stages of the investment process. It supports investors through institutional coordination, accompanies investment proposals and ensures the conditions for the proper execution of the investment projects.

Our assignments include the promotion and attraction of private investments of internal and foreign origin, likely to contribute to the socio-economic development of our country.



As nossas atribuições incluem a promoção e captação de investimentos privados de origem interna e externa suscetíveis de contribuir para o desenvolvimento socioeconómico do nosso país. Assegurar a receção e acompanhamento das propostas de investimento privado a realizar em Angola; Promover a captação de investimento direto estrangeiro para os sectores estratégicos da economia nacional; Promover o incremento e diversificação das exportações de produtos e serviços de Angola; Contribuir para a criação de condições propicias para a realização de investimento privado em Angola; Supervisionar e controlar a execução dos projetos de investimento privado aprovados; Executar políticas e programas de substituição das importações e aumento das exportações.

A AIPEX tem também responsabilidades acrescidas a nível internacional também. Enquanto agência de investimento nacional, detém a presidência do Fórum das Agências de Comércio e Investimentos da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (PALOP), constituída em fevereiro deste ano (2022). É uma honra para nós assumir a primeira presidência deste Fórum dos PALOP, que tem uma missão árdua de ajudar na atracão de mais investimentos e promover o comércio entre os países membros.

A Indústria em Angola é fundamental para o desenvolvimento do país e das suas gentes. Como olha para todos estes anos de industrialização, nos vários sectores, e que futuro esperamos?

As empresas industriais contribuem para aumentar a inovação e a evolução da tecnologia de qualquer país, desta forma sendo responsáveis pela criação dos maiores números de postos de trabalho, Angola tem vindo a se desenvolver no sector industrial de forma gradual e a um ritmo considerado agradável tendo em conta as condições que afetaram todas as economias nos últimos anos a nível global, relativamente ao futuro, o mesmo afigura-se harmonioso por conta das propostas de investimento em avaliação pela AIPEX e o recente projeto de energia fotovoltaica para Angola anunciado Presidente Norte Americano, Joe Biden.

A título de exemplo, desde 2018 até maio do presente ano, a indústria é o sector que mais temos projetos de investimento privado registados com 201 projetos, avaliados em cerca de USD 2.400.000.000,00 (dois mil, quatrocentos milhões de dólares americanos).

To ensure the receipt and accompanying of private investment proposals to be made in Angola; to promote the attraction of foreign direct investment for the national economy's strategic sectors; to promote the increase and diversification of exports of Angolan products and services; to contribute to the creation of conditions conducive to private investment in Angola; to supervise and control the execution of approved private investment projects; to implement policies and programmes to replace imports and increase exports.

AIPEX also has added responsibilities at an international level. As a national investment agency, it holds the presidency of the Forum of Trade and Investment Agencies of the Portuguese Speaking Countries Community (PALOP), established in February this year (2022). It is an honour for us to assume the first presidency of this PALOP Forum, which has an arduous mission to help attract more investment and promote trade between member countries.

Industry in Angola is fundamental to the development of the country and its people. What is your view of all these years of industrialisation, in the various sectors, and what future can we expect?

Industrial companies contribute to increasing innovation and the evolution of technology in any country, making them responsible for the creation of the largest numbers of jobs. Angola has been gradually developing in the industrial sector and at a pace considered satisfying, taking into account the conditions that have affected all economies globally in recent years. With regard to the future, it seems harmonious because of the investment proposals being assessed by AIPEX and the recent photovoltaic energy project for Angola announced by American president, Joe Biden.

As an example, from 2018 until May this year, industry is the sector in which we have the most private investment projects registered with 201 projects, valued at about USD 2,400,000,000.00 (two billion, four hundred million US dollars).

> "A AIPEX tem também responsabilidades acrescidas a nível internacional
>
> AIPEX ALSO HAS ADDED RESPONSIBILITIES AT AN INTERNATIONAL LEVEL

De que forma a guerra na Ucrânia, que está a afetar economicamente o mundo, poderá refletir-se no futuro da AIPEX e no mercado económico do país?

A guerra na Ucrânia deve desacelerar o crescimento global em mais de 1%, ao mesmo tempo, a inflação deverá aumentar 2,5% no mundo. A AIPEX tem como atividade principal a promoção e captação de investimento interno e externo, portanto havendo a possibilidade de retração económica, causada pelos custos das matérias-primas como fertilizantes, cereais e bens primários para o sustento de qualquer sociedade, quanto mais a guerra durar, mais incerteza temos e mais preocupados ficamos, pois a incerteza impede as compras dos consumidores e os investimentos das empresas.

A Ucrânia e a Rússia lideram sectores essenciais para a economia mundial, como o das *commodities*. Apenas no que diz respeito à produção agrícola, a Ucrânia é responsável por 16% de todos os embarques de milho e 12% das exportações de soja do mundo, havendo bloqueios como os que já são notáveis é quase impossível o nosso mercado económico, bem como o dos outros países não sentirem o peso deste conflito.

In which way could the war in Ukraine, which is affecting the world economically, be reflected in the future of AIPEX and the country's economic market?

The war in Ukraine is expected to slow down global growth by more than 1%, at the same time, inflation is expected to increase by 2.5% in the world. AIPEX's main activity is to promote and attract domestic and foreign investment, so there is a possibility of economic downturn, caused by the costs of raw materials, such as fertilisers, cereals and primary goods for the sustenance of any society. The longer the war lasts, the more uncertainty we have and the more concerned we become, as uncertainty prevents consumer purchases and business investments.

Ukraine and Russia lead sectors essential to the world economy, such as commodities. In terms of agricultural production alone, Ukraine is responsible for 16% of all corn shipments and 12% of soybean exports in the world. Having blockades like the ones that are already considerable, it is almost impossible for our economic market as well as that of other countries not to feel the burden of this conflict.

> É uma honra para nós assumir a primeira presidência deste Fórum dos PALOP"
>
> IT IS AN HONOUR FOR US TO ASSUME THE FIRST PRESIDENCY OF THIS PALOP FORUM

Quais os principais objetivos para os próximos anos?

Os investimentos são a base do crescimento de um país. É através deles que o país consegue garantir a geração de empregos, melhores rendas e qualidade de vida, os nossos principais objetivos passam por tentarmos garantir a boa imagem do país para atrair mais investimentos, aumentar o número de projetos de investimento privado, sejam eles nacionais ou estrangeiros, com vista a criação de mais postos de trabalho.

What are the main goals for the coming years?

Investments are the basis of a country's growth. It is through them that the country can ensure the generation of jobs, better incomes and quality of life. Our main goals are to try to guarantee the good image of the country in order to attract more investment, increase the number of private investment projects, whether they are national or foreign, with a view to creating more jobs.

Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.co.ao
Full interview: www.villasegolfe.co.ao

MÁRIO RUI LOURENÇO RIBEIRO
DIRETOR GERAL DA C. WOERMANN ANGOLA LDA.
MANAGING DIRECTOR OF C. WOERMANN ANGOLA LDA.

Angola, um país em transição com enorme potencial

Quando olhamos a primeira vez para Angola há 17 anos, tomamos a decisão de nos estabelecer neste país. Já naquela altura deu para perceber que Angola tinha uma dinâmica diferente de muitos outros países africanos. O nosso grupo, com experiência vasta no Gana e na Nigéria, identificou um enorme potencial nos vários setores (energia, agricultura e silvicultura), que já faziam parte da nossa competência no continente africano. Depois de 17 anos, podemos dizer que não nos arrependemos de ter acreditado e apostado neste país, mesmo estando consciente que os «tempos dourados» já não irão voltar mais. Durante os últimos anos, também a nossa empresa teve que se adaptar à nova realidade do mercado, o que nos obrigou a fazer alguns ajustes nas nossas áreas de atuação. Enquanto nos anos 2007 até 2013 a área da construção civil estava a bombar e era, além do petróleo, o motor principal da economia angolana, hoje os paradigmas de um negócio sustentável são outros, mesmo sabendo que ainda não alcançamos uma diversificação saudável da economia, para o desenvolvimento e crescimento sustentável do país. Nós, como C. Woermann Angola, estamos agora mais focados nos setores da agricultura e silvicultura que tem vindo a crescer nos últimos anos. Olhando para o potencial agrícola deste país, com três possíveis colheitas ao longo do ano, acredito que apostamos num setor que se tornou, nos últimos anos, indispensável para poder fugir os enormes custos da importação de muitos produtos básicos, que podem ser produzidos cá. Com a nossa experiência neste ramo e os artigos especializados, esperamos continuar a dar a nossa contribuição para uma Angola melhor para todos nós.

Angola, a country in transition with huge potential

When we first looked at Angola 17 years ago, we made the decision to establish ourselves in this country. Even back then we could see that Angola had a different dynamic to many other African countries. Our group, with vast experience in Ghana and Nigeria, identified enormous potential in various sectors (energy, agriculture and forestry), which were already part of our expertise on the African continent. After 17 years, we can say that we do not regret having believed and invested in this country, even though we are aware that the «golden times» won't be coming back. During the last few years, our company also had to adapt to the new market reality, which forced us to make some adjustments in our areas of activity. While the civil construction industry was booming and was, besides oil, the main engine of the Angolan economy in the years between 2007 to 2013, today the paradigms of a sustainable business are different, even when we know that we have not yet achieved a healthy diversification of the economy, for the development and sustainable growth of the country. We, as C. Woermann Angola, are now more focused on the sectors of agriculture and forestry, which have been growing in recent years. Looking at the agricultural potential of this country, with three possible harvests throughout the year, I believe that we are investing in a sector that, in recent years, has become indispensable in order to surmount the enormous costs of importing many basic products, which can be produced here. With our experience in this field and in specialised items, we hope to continue to make our contribution to a better Angola for all of us.

ROTAS MARÍTIMAS
Luanda - Cabinda em 10 horas
Cabinda - Soyo em 3 horas
Soyo - Luanda em 8 horas

CABOTAGEM
TRANSPORTE MARÍTIMO
COSTEIRO DE PASSAGEIROS E CARGA

SECIL marítima, SA

A SOLUÇÃO PARA
O TRANSPORTE
DA SUA CARGA
www.secilmaritima.co.ao

Avenida 4 de Fevereiro 42-1°A, Cx Postal 5910 | Luanda - Angola
Tel: +244 935 918 008 | Email: secretariado@secilmaritima.co.ao

PROGRAMAS SOCIAIS ESTRATÉGICOS

STRATEGIC SOCIAL PROGRAMMES

T GUILSON SAXINGO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

MAIS DE TRÊS MIL PESSOAS BENEFICIADAS NO LESTE

Com o objetivo de reduzir dificuldades da população, de diversas faixas etárias na região Leste de Angola, a Sociedade Mineira de Catoca, em parceria com o Governo Provincial da Lunda Sul, e a Fundação Brilhante, implementou quatro programas sociais estratégicos que beneficiam atualmente cerca de 3442 pessoas. Tratam-se dos programas Catoca Aluno, Académico, Jovem Empreendedor e Crédito Mulher Rural, que representam o reafirmar do compromisso da diamantífera com o desenvolvimento económico e social das províncias das Lundas Norte e Sul e Moxico.

Segundo o diretor-geral adjunto para Estudos e Projectos da Fundação Brilhante, Flávio Fernandes, os apoios disponibilizados visam suprir algumas necessidades registadas durante o processo de ensino e aprendizagem no seio da população, bem como estimular melhores desempenhos nos estudos, no empreendedorismo, bem como empoderar as mulheres do campo, com o propósito de elevar os níveis de desenvolvimento da região. O responsável fez saber que o Programa Catoca Aluno beneficia directamente 1500 alunos do ensino primário, com um investimento na ordem de 180 milhões de kwanzas. Quanto ao Catoca Académico, disse, beneficia 282 estudantes do ensino superior em diversas universidades no país e no exterior, dos quais, 202 em Licenciatura a nível interno, 29 licenciandos no exterior, 37 em Pós-graduação externa e 14 em Pós-graduação interna, que perfaz no total de um orçamento de 305 milhões, 923 mil e 922 kwanzas, em diversas áreas de formação, que vem efetivar a preocupação da empresa em apostar na formação dos residentes ou naturais da região Leste para a assumpção de desafios que se impõem para o desenvolvimento da região Leste do país.

Cerca de 60 jovens empreendedores que apresentaram projectos válidos e se viram reforçados com o crédito operacionalizado pelo Banco Sol de 3 milhões de kwanzas para os diversos negócios que, por essa via, contribuem para o fomento da empregabilidade.

Já no campo, as1600 mulheres também beneficiaram de crédito para dinamizarem as suas actividades agrícolas, na aquisição de imputes e alargamento do raio de atuação, visando reduzir a fome e a pobreza. Neste programa, Catoca desembolsou dos seus cofres 57 milhões de kwanzas.

Na cerimónia de apresentação oficial dos programas na província da Lunda Norte que decorreu em Outubro do ano passado, na cidade do Dundo, o Governador Ernesto Muangala afirmou na ocasião que a riqueza de uma nação está consubstanciada nos recursos humanos. O governante apelou os beneficiários a fazerem maior proveito académico das ajudas que passarão a receber, para que no culminar da formação possam vir a contribuir com o seu saber no desenvolvimento da província e do País em geral.

A coordenadora adjunta da Comissão Técnica dos programas emergentes do governo provincial da Lunda Sul, Maria Luísa Martins, sustentou que o apoio resulta dos esforços do Governo Provincial da Lunda Sul em apoiar as famílias carenciadas através da responsabilidade social de Catoca e a Fundação Brilhante.

A também directora do Gabinete Provincial de Acção Social, Família e Igualdade de Género referiu igualmente que o apoio, visa incentivar os alunos apostarem seriamente na formação académica. Com provisão financeira de Catoca Os programas estratégicos ou emergenciais obedecem a ciclos nos níveis de Licenciatura, Mestrado e Doutoramento.

MORE THAN 3,000 PEOPLE BENEFIT IN EASTERN ANGOLA

With the aim of reducing the difficulties of the Eastern Angolan population, throughout various age groups, the Catoca Mining Company, in partnership with the Provincial Government of Lunda Sul and the Brilhante Foundation, has implemented four strategic social programmes that currently benefit about 3442 people. These are the Catoca Student, Academic, Young Entrepreneur and Rural Woman Credit programmes, which represent the reaffirmation of the diamond company's commitment to the economic and social development of the provinces of North and South Lunda and Moxico.

According to the assistant general director for Studies and Projects of the Brilhante Foundation, Flávio Fernandes, the support given aims to meet some of the needs registered during the teaching and learning process within the population, as well as to stimulate better performance in studies, entrepreneurship, and to empower rural women, with the purpose of elevating the region's development levels. The manager said that the Catoca Student Programme directly benefits 1500 primary school pupils, with an investment of around 180 million Kwanza. With regard to the Catoca Academic programme, he says that it benefits 282 higher education students in several universities in the country and abroad, of which 202 are undergraduate students in Angola, 29 undergraduate students abroad, 37 post-graduates abroad and 14 post-graduates in Angola, totalling a budget of 305,923,922 Kwanza, in several areas of training, which reflects the company's concern for focusing on training residents or natives of the eastern region to take up the challenges that are needed for the development of the country's eastern region. Around 60 young entrepreneurs who presented valid projects were reinforced with a loan of 3 million kwanzas from Banco Sol for the various businesses that, in this way, contribute to the promotion of employability.

In the countryside, 1,600 women also benefited from a loan to boost their agricultural activities, with the acquisition of implements and an expansion of the activity, aiming to reduce hunger and poverty. In this programme, Catoca gave out 57 million Kwanza from its coffers.

At the programmes' official presentation ceremony in the Lunda Norte province, which took place in October last year in the city of Dundo, Governor Ernesto Muangala said that the wealth of a nation is embodied in its human resources.

The governor appealed to the beneficiaries to increase the academic profit of the aid they will receive, so that at the end of the training their knowledge may contribute to the development of the province and of the country in general.

The assistant coordinator of the Technical Commission for the emerging programmes of the provincial government of Lunda Sul, Maria Luísa Martins, said that the support was a result of the efforts of the Provincial Government of Lunda Sul to support needy families through the social responsibility of Catoca and the Brilhante Foundation.

Also the director of the Provincial Office of Social Action, Family and Gender Equality she went on to say that the support aims to encourage students to seriously focus on their academic training. With financial provision from Catoca, the strategic or emergency programmes correspond to Bachelor, Master and Doctorate levels.

GUILHERME MAMPUYA

T MARIA CRUZ EDSON AZEVEDO

«EM ANGOLA, FALTA ATREVIMENTO NA DIREÇÃO DA CULTURA»

Numa conversa descontraída, fomos conhecendo o mundo artístico de Guilherme Mampuya. Ele faz desenho, escultura e pinta sobre tela. E até em peças de porcelana podemos ver retratada a sua obra. O artista plástico tem obras espalhadas pelo mundo. Formou-se em Direito, na Universidade de Kinshasa, na República Democrática do Congo. Mas foi na pintura que se viu realizado. Nasceu na província do Uíge, viveu a sua infância entre Alvalade, o Bairro Popular e, mais tarde, em Viana. À ***V&G*** falou-nos das memórias desse tempo, do seu percurso artístico, da cultura em Angola e das exposições realizadas fora do país. Representou Angola na *Expo Dubai*; e este ano vai estar na *Art Basel Miami Beach*. Com a pandemia surgiu a vontade de criar uma espécie de museu, no seu *atelier*, de forma que as pessoas possam ver antigas coleções, o seu universo, mas também o de tantos outros artistas nacionais.

«IN ANGOLA THERE IS A LACK OF BOLDNESS WHEN IT COMES TO CULTURE»

In a relaxed conversation, we got to know the artistic world of Guilherme Mampuya. He draws, sculpts and paints on canvas. And you can even see his work portrayed in porcelain pieces. The artist has works spread all over the world. He graduated in Law from the University of Kinshasa, in the Democratic Republic of Congo. But it was in painting that he found fulfilment. He was born in the Uíge province and spent his childhood between Alvalade, Bairro Popular and later in Viana. He spoke to ***V&G*** about his memories of that time, his artistic career, culture in Angola and the exhibitions he has held abroad. He represented Angola at *Expo Dubai*; and this year he will be at *Art Basel Miami Beach*. With the pandemic came the desire to create a kind of museum, in his studio, so that people can see old collections, his universe, but also that of so many other national artists.

Onde começa a história do Guilherme Mampuya, no que toca à pintura?

É uma história longa. Começa na minha infância. Na disciplina de Desenho era basicamente o melhor da sala. Obviamente lá surgia um 'concorrente', mas ao longo da fase escolar fui-me destacando sempre. Em Biologia tínhamos de fazer desenhos para o professor explicar a matéria e era eu quem desenhava. Entretanto, veio a faculdade. Ingressei em Direito. E nos períodos mais 'calmos' na sala de aula acabava sempre por pintar. Os meus amigos até me diziam que devia ir para Belas Artes.

Mas nunca ingressou em Belas Artes?

Não. Tanto é que no ano 2000 terminei a licenciatura em Direito e, na altura, enquadrei-me como defensor oficioso no tribunal na República Democrática do Congo, onde estive um ano. Regressei a Luanda em 2001. Comecei a visitar alguns *ateliers* de arte e, em 2002, fui para um deles aprender os princípios básicos da pintura. Em 2003, comecei a trabalhar numa empresa como assessor jurídico. E esqueci a pintura. Mas o meu registo não era andar com fato e gravata, gostava de andar mais descontraído. Então, em 2006 dediquei-me à pintura. A minha primeira exposição na galeria Umbi Umbi foi um fiasco, não vendi nada, ninguém conhecia o Guilherme. Tirei as obras da galeria e coloquei no hotel Alvalade. Ali passavam pessoas de elite, que entendiam arte, e a verdade é que logo na primeira semana faturei 3,600 USD. A partir daí a minha arte começou a ser valorizada. Na altura, o Emídio Pinheiro, PCA do BFA, assumiu-se como um padrinho. Desde então a minha carreira já leva 16 anos.

Where does Guilherme Mampuya's story begin, in terms of painting?

It's a long story. It begins in my childhood. In drawing class, I was basically the best in the class. Obviously there was a 'competitor', but throughout my school years I always stood out. In Biology we had to draw pictures so that the teacher could explain the subject and I was the one who drew. In the meantime, I went to university. I studied law. And during the 'calmer' periods in class, I always ended up painting. My friends even told me that I should go and do Fine Arts.

But you never went to study fine arts?

No. So much so that in 2000 I finished my degree in Law and, at that time, I worked as a public defence lawyer in court in the Democratic Republic of Congo, where I stayed for a year. I returned to Luanda in 2001. I started visiting some art studios and in 2002 I went to one of them to learn the basics of painting. In 2003, I began working in a company as a legal adviser. And I forgot about painting. But it wasn't my thing to wear a suit and tie, I was more into being relaxed. So, in 2006 I dedicated myself to painting. My first exhibition at the Umbi Umbi gallery was a fiasco. I didn't sell a thing. Nobody knew who Guilherme was. I took the works out of the gallery and put them up in the Alvalade hotel. There were people from the elite there, who understood art, and the truth is that in the very first week I made 3,600 USD. From then on, my art started to be appreciated. At the time, Emídio Pinheiro, chairman of the board at BFA bank, became a patron. My career has continued some 16 years since then.

Nestes 16 anos já pintou um pouco de tudo?

De tudo, mesmo. Quando comecei achava que a minha inspiração era focada em livros, lia muito. Lia muitos romances. Lia um romance, convertia-o em pintura. Depois a experiência mostrou-me que a vida tem outras coisas. Aqueles momentos de tristeza, de conflito e de conquista pessoal, isso tudo é fonte de inspiração. Observar a população, conversar, é sempre algo que ajuda. Isso foi bom para diversificar a minha abordagem. Achei que tinha de ser mais genuíno, vivendo na pele as emoções e os problemas do dia a dia, e passar para as obras esse sentimento.

Quantos quadros já pintou?

Perdi a conta. Antes tinha paciência para contar, depois, com o tempo, deixei de o fazer. Precisava de ter uma secretária para ter esses apontamentos (*risos*). A pressão social faz-te perder um pouco a noção do tempo, e passamos a produzir, produzir.

Lembra-se qual foi o primeiro quadro que pintou?

O meu primeiro quadro pintei em 2000. Foi um quadro experimental. Tinha 50 x 70 cm. Eram duas peças. Na altura, estava no *atelier* há seis meses, por curiosidade fui à praça, comprei o material e pintei. Depois levei as peças à praça do artesanato, coloquei-as no chão. Curiosamente, na mesma hora, foram vendidas.

> AQUELES MOMENTOS DE TRISTEZA, DE CONFLITO E DE CONQUISTA PESSOAL, ISSO TUDO É FONTE DE INSPIRAÇÃO

Tem feito exposições?

Sim, sim. De cinco em cinco meses fazia exposições. Amealhava dinheiro, ia para Bruxelas, e corria as galerias. Consegui em 2007 a primeira exposição em Bruxelas, a segunda, em 2008, depois fui para Lisboa, em 2009. Já estive em Macau, no Brasil, Amesterdão, já fiz exposições em muitos sítios. Representei Angola em muitas atividades fora do país, a última foi na *Expo Dubai*; a penúltima foi em Macau, no *Festival da Lusofonia*, das Artes. Este ano vou estar na *Art Basel Miami Beach.*

E agora tem também um projeto pessoal em curso.

Sim. É um museu que estou a desenvolver, em que as pessoas possam ver antigas coleções, fica onde eu vivo, no Zango, em Viana. Estou a transformar o meu atelier num espaço artístico. Comecei por viver lá, passados cinco anos criei o meu atelier, e agora quero transformá-lo num museu.

In these 16 years, have you painted a little bit of everything?

Of everything, really. When I started, I thought my inspiration was focused on books, I read a lot. I read a lot of novels. I would read a novel, and then convert it into a painting. Then experience showed me that life has other things. Those moments of sadness, of conflict and of personal accomplishment, all that is a source of inspiration. Observing people, conversing, is always something that helps. That was great for diversifying my approach. I thought I had to be more genuine, living emotions and problems of everyday first-hand, and passing this feeling on to my paintings.

How many pictures have you painted so far?

I've lost count. Before I had the patience to count, then, with time, I stopped doing it. I should have a secretary to keep records on such things (*he laughs*). Social pressure makes you lose sense of time a little, and you start producing, producing.

Do you remember the first picture you painted?

I painted my first picture in 2000. It was an experimental painting. It was 50 x 70 cm. There were two pieces. At the time, I had been in the studio for six months, out of curiosity I went into town, bought the material and painted. Then I took the pieces to the handicrafts fair, put them on the floor. Curiously, in the same hour, they were sold.

> THOSE MOMENTS OF SADNESS, OF CONFLICT AND OF PERSONAL ACCOMPLISHMENT, ALL THAT IS A SOURCE OF INSPIRATION

Did you put on exhibitions?

Yes, yes. Every five months I would put on exhibitions. I would amass some money, go to Brussels, and go to all the galleries. I had my first exhibition in Brussels in 2007, the second in 2008, then I went to Lisbon in 2009. I've been to Macao, Brazil, Amsterdam, I've had exhibitions in many places. I've represented Angola in many activities outside the country, the last one was at Expo Dubai; the one before that was in Macao, at the Festival da Lusofonia, of the Arts. This year I'll be at Art Basel Miami Beach.

And now you also have a personal project underway.

Yes. It's a museum that I'm developing, in which people can see old collections, it's where I live, in Zango, in Viana. I am turning my studio into an art space. I started by living there, after five years I created my studio, and now I want to turn it into a museum.

Quando é que o museu abre ao público?

O projeto do museu arrancou em tempo de COVID, no ano passado, e até final deste ano quero abrir ao público. O confinamento levou a que muita gente trabalhasse em casa e as pessoas como se viram com as paredes de casa sem vida, acabei por vender bem nesse tempo pandémico. E foi essa fase que me deu força para lançar esta ideia do museu.

Como é que define a sua arte?

É uma arte figurativa. Numa primeira fase quem me inspirou era muito fã de Salvador Dalí. Gostava daquela mística, aquele surrealismo. Picasso nem tanto, achava-o muito popular, e a arte dele não pedia muita filosofia. Já a arte de Salvador é mais profunda. Depois veio a arte Pop. Com tempo fui pesquisando, e cheguei a Jean Dubuffet, o francês. A minha arte tem um pouco de cada um deles. Depois, tem muito a vertente africana, aquelas cores e aquela quentura não podem faltar. Vivo num continente quente e colorido, logo não há como fugir à alma do africano.

O Guilherme teve em mãos o desafio de criar uma obra de arte para o espaço *V&G*, em Angola. Quer-nos falar desse quadro?

A nossa sociedade é muito conservadora. Pensei num quadro festivo, um ambiente de euforia, com muita dança, loucura. Coloquei o Baco negro, umas senhoras alegres e o vinho como sinónimo de festejo, além disso, modernismo, sem muita ousadia, sendo que o quadro é um pouco ousado, pois são pessoas em fase de êxtase, pessoas deitadas no chão.

> “
> O MEU PRIMEIRO ENCONTRO
> FOI COM SALVADOR DALI.
> GOSTAVA DAQUELA MÍSTICA,
> AQUELE SURREALISMO

E como olha para o setor da cultura e das artes em Angola?

Teve os seus atrasos. Muito por causa das consequências da guerra. Quando o país obteve a paz, em 2002, as famílias tinham as suas prioridades: contruir casas, pagar as escolas aos filhos, comprar carro...uma tela não era prioridade. Entre 2006 e 2012 quem comprava arte eram os portugueses e os ingleses. A partir daí os angolanos também passaram a investir mais em arte. Agora o meu cliente é mais angolano do que português, por exemplo. Houve uma mudança, a aceitação da arte como património de uma casa.

Vive exclusivamente da arte, da venda de quadros?

Sim, vivo exclusivamente da venda dos quadros. Não me posso queixar. Mas requer disciplina, organização e confiança no que faço.

When will the museum open to the public?

The museum project started in COVID times, last year, and by the end of this year I want to open to the public. The lockdown led to many people working at home, and as people found the walls of their houses lifeless, I ended up selling well in that pandemic period. And it was that phase that gave me the strength to launch this idea of the museum.

How do you define your art?

It is figurative art. At an early stage, the person who inspired me, of whom I was a big fan, was Salvador Dalí. I liked that mystique, that surrealism. Picasso not so much. I thought he was very popular, and his art didn’t demand much philosophy. Salvador’s art is more profound. Then came pop art. Over time I did some research, and I came across Jean Dubuffet, the Frenchman. My art has a bit of each of them. Then there’s a lot of the African side to them, you can’t go without those colours and that warmth. I live in a warm and colourful continent, so there’s no escaping the African soul.

You were given the challenge of creating a work of art for the *V&G* space in Angola. Would you like to tell us about this painting?

Our society is very conservative. I thought of a festive painting, a euphoric atmosphere, with lots of dancing, madness. I put the black Bacchus, some merry ladies and wine as a synonym for celebration, apart from this, modernism, without much daring, as the painting is bit daring because it’s people in a phase of ecstasy, people lying on the ground.

> “
> MY FIRST ENCOUNTER WAS
> WITH SALVADOR DALI.
> I LIKED THAT MYSTIQUE,
> THAT SURREALISM

And what is your opinion. of the culture and arts sector in Angola?

It had its delays. Largely because of the consequences of the war. When the country achieved peace, in 2002, families had their priorities: building houses, paying for their children’s schools, buying cars... a picture wasn’t a priority. Between 2006 and 2012 people buying art were either Portuguese or British. From then on the Angolans also began to invest more in art. Now my clients are more Angolan than Portuguese, for example. There’s been a change, the acceptance of art as a household asset.

Do you live exclusively from art, from selling paintings?

Yes, I live exclusively from selling paintings. I can’t complain. But it requires discipline, organisation and confidence in what I do.

O Estado devia apoiar mais o setor da cultura e os artistas?

Devia apoiar mais. O problema que existe em nações como a nossa, que vive muito bem do seu petróleo, é que nem todos os funcionários da cultura têm o seu salário indexado no Orçamento do Estado. Temos tanto dinheiro que sai do petróleo... e as conversas sobre a cultura e o turismo não passam disso, de conversas. Se fôssemos um país como Portugal, que precisa do turismo, em grande parte, apoiar-se-ia muito mais a cultura. A arte devia estar em vários pontos da cidade, porque a arte é uma história também do país. Paris sem o Louvre não era a mesma coisa. O que me levou a ir a Paris foi a Mona Lisa. Já tinha lá estado em criança, mas não entendia, tinha 10 anos. E o que me levou, em 2014, a voltar foi a Mona Lisa, a Torre Eiffel, o Arco de Triunfo, são estes marcos históricos que nos ficam. Em Angola, falta atrevimento na direção da cultura. Foi-nos permitido um museu de arte moderna. É o que estou a tentar fazer com o meu espaço, criar um museu, não quero ser conhecido, mas é para pegar em artistas como Neves e Sousa, que foi um grande artista, e ter peças dele lá, assim como de outros artistas. Eu, Guilherme, quero criar um espaço onde possa ter vários artistas expostos. Neste museu, quero que as pessoas possam viver a história do artista.

Onde nasceu e passou a sua infância?

Nasci no Uíge, depois viemos viver para Alvalade. Depois mudamo-nos para o Bairro Popular. Em 1986, mudamo-nos para Viana. Estudei 12 anos na Escola Congolesa. Fui estudar para o Congo em 1994, concluir o 12.º ano. E em 1995 comecei a faculdade, também no Congo. Regressei a Angola no ano 2000. Sobre a minha infância estamos a falar de um país que estava em guerra. Havia felicidade, sim, era a inocência da infância. Tenho memórias boas dos meus pais, do primeiro namoro, as idas para o Mussulo, para o Barra do Kwanza. Essas lembranças continuam. Tive um pai muito autoritário [O pai faleceu em 2022], para ele todos os filhos tinham de fazer faculdade. Eramos seis irmãos. Tenho três filhos.

Should the State give more support to the cultural sector and the artists?

It should give more support. The problem in nations like ours, which do very well from their oil, is that not all cultural workers have their salaries indexed in the state budget. We have so much money coming from the oil... and the conversations about culture and tourism are nothing but that, conversations. If we were a country like Portugal, which needs tourism to a great extent, we would support culture much more. Art should be in various parts of the city, because art is also a history of the country. Paris without the Louvre wouldn't be the same. What made me go to Paris was the *Mona Lisa*. I had already been there as a child, but I didn't understand it, I was 10 years old. And what led me, in 2014, to return was the *Mona Lisa*, the Eiffel Tower, the Arc de Triomphe, it is these historical landmarks that stay with us. In Angola, there is a lack of boldness when it comes to culture. We have been allowed a museum of modern art. That is what I am trying to do with my space, to create a museum, I don't want to be known, but it is to take artists like Neves e Sousa, who was a great artist, and have works of his there, as well as works by other artists. I, Guilherme, want to create a space where I can have various artists exhibited. In this museum, I want people to be able to experience the artist's story.

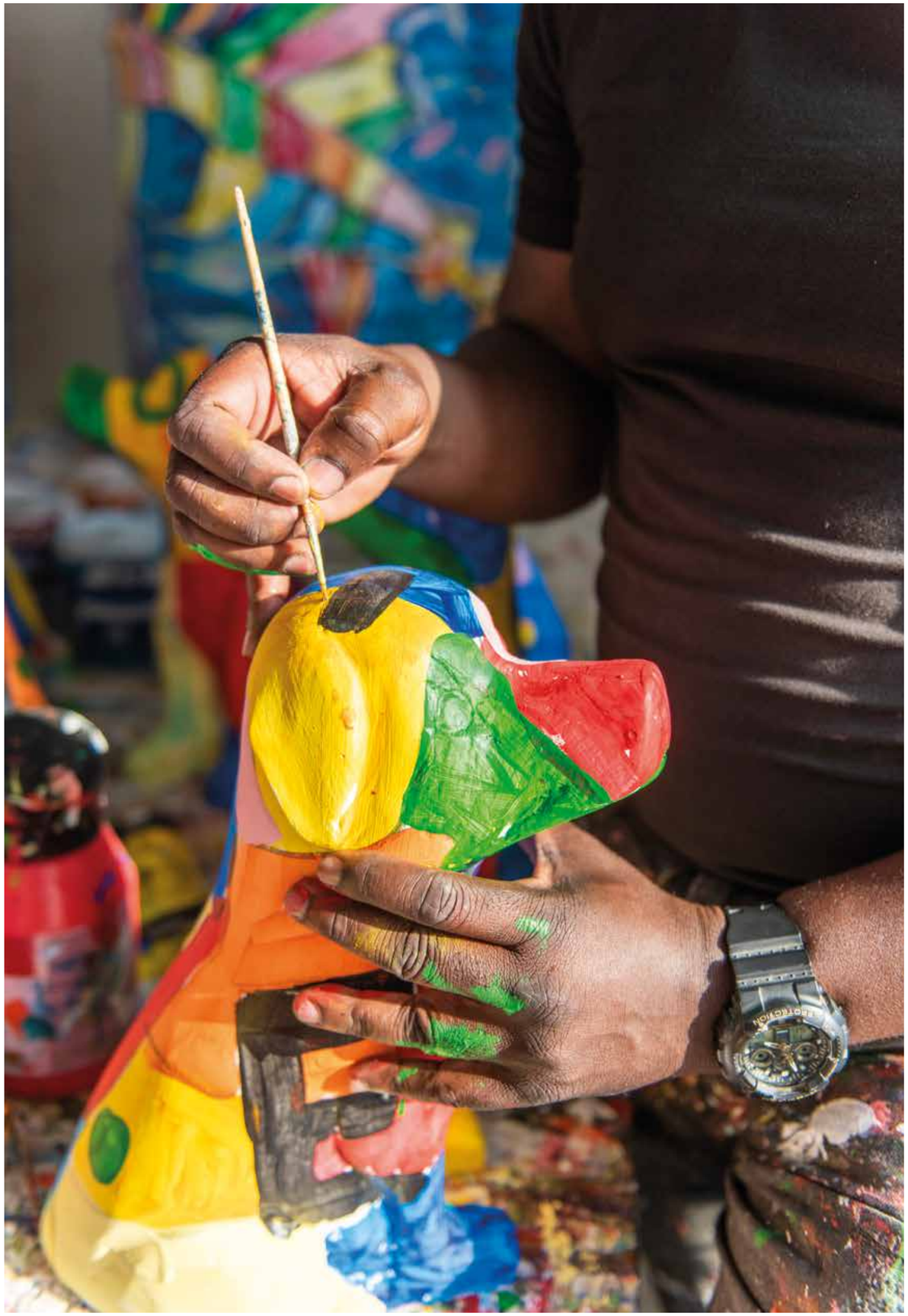
Where were you born and where did you spend your childhood?

I was born in Uíge, then we came to live in Alvalade. Then we moved to Bairro Popular. In 1986, we moved to Viana. For 12 years I studied at the Congolese School. I went to study in Congo in 1994, to finish 12th grade. And in 1995 I started university, also in Congo. I returned to Angola in 2000. When it comes to my childhood, we're talking about a country that was at war. There was happiness, yes, it was the innocence of childhood. I have good memories of my parents, of my first date, trips to Mussulo, to Barra do Kwanza. These memories are still with me. I had a very authoritarian father [His father died in 2022], for him all the children had to go to university. We were six brothers. I have three children.

> A ARTE DEVIA ESTAR EM VÁRIOS PONTOS DA CIDADE, PORQUE A ARTE É UMA HISTÓRIA TAMBÉM DO PAÍS

> ART SHOULD BE IN VARIOUS PARTS OF THE CITY, BECAUSE ART IS ALSO A HISTORY OF THE COUNTRY

QUADRO ***VILLAS&GOLFE***



EM NOME DE ÁFRICA, BY MO LAUDI

IN THE NAME OF AFRICA, BY MO LAUDI

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

GLOBALISTO, UMA FILOSOFIA EM MOVIMENTO

Já é possível ver o mundo sob a lente pan-africa no Museu de Arte Moderna e Contemporânea de Saint-Étienne, em França. Se ainda não teve a oportunidade de embarcar numa viagem espiritual pelo território africano, damos-lhe as boas notícias: há uma exposição que o transporta até lá, pelo menos até dia 16 de outubro. Cor, história e inclusão são as três garantias dos 19 artistas que deram vida a uma filosofia singular, traduzida em obras de arte.

GLOBALISTO, A PHILOSOPHY IN FLUX

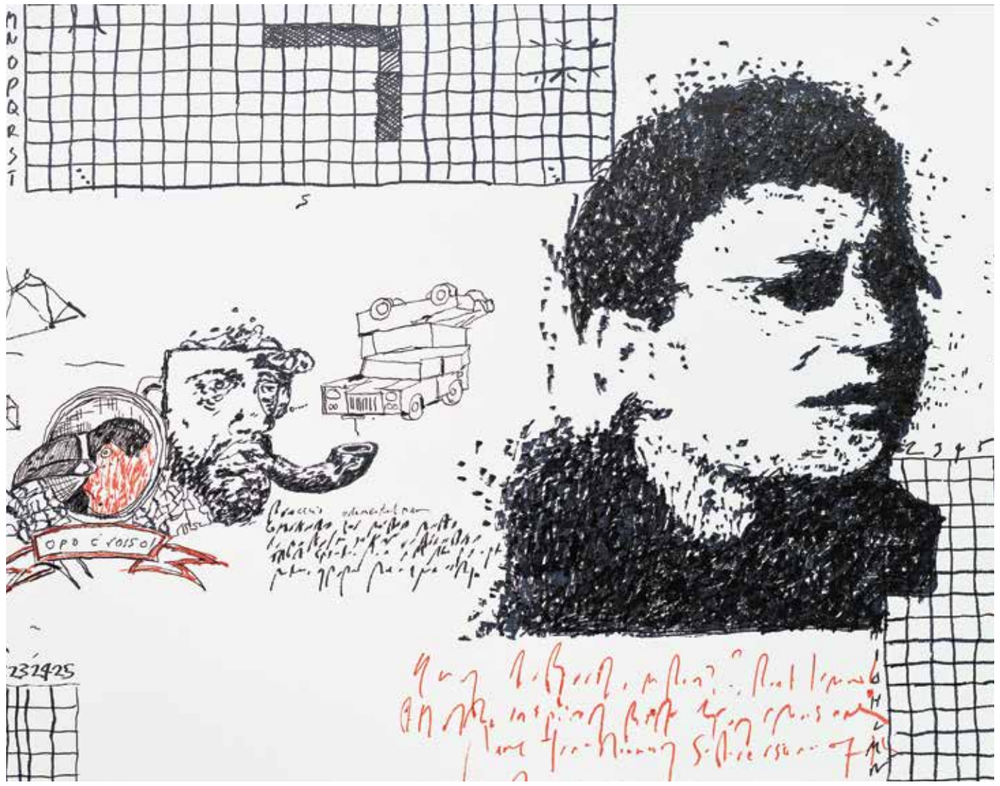
You can now see the world through a pan-African lens at the Museum of Modern and Contemporary Art in Saint-Étienne, France. If you haven't yet had the chance to embark on a spiritual journey through African territory, we have good news for you: there is an exhibition that takes you there, at least until the 16th of October. Colour, history and inclusion are the three guarantees given by the 19 artists who have brought to life a distinct philosophy, translated into works of art.

Recontar a história africana através de uma visão alternativa foi o ponto de partida de Mo Laudi, o curador da exposição. Aliás, o próprio nome da exibição, *Globalisto, uma filosofia em Movimento*, é único, uma vez que Mo Laudi criou o termo «globalisto» para intensificar a experiência do observador, oferecendo pormenores que permitam ver o mundo de maneiras diferentes. Este desejo de transpor as pessoas para um universo diferente, sem ideias pré-concebidas, surgiu com a inconformidade da história do seu país. A escrita dos tempos é feita através dos «olhos» da Europa que, segundo o curador da exposição, resulta numa perspetiva centrada no ocidente. O sul-africano crê que uma das vítimas desse facto é a sua terra natal, notando uma acentuada tendência europeia em perspetivar o mundo, daí desejar criar um lugar único, sem fronteiras, uma vez que até as fronteiras do seu país foram criadas pelos poderes europeus. Com o aparecimento do movimento *Black Lives Matter*, o artista percebeu o impacto social que o escrutinar de situações gerou, visto que mostrou à humanidade a discriminação que ainda persiste. Nessa altura, a sua ideia já começava a ganhar mais força e consistência.

Recounting African history from an alternative viewpoint was the starting point for Mo Laudi, the curator of the exhibition. In fact, the very name of the exhibition, Globalisto, a philosophy in flux is unique, since Mo Laudi created the term «globalisto» to intensify the observer's experience, offering details that allow them to see the world in different ways. This desire to transpose people into a different universe, without preconceived ideas, arose from the non-conformity of his country's history. The writing of history happens through the «eyes» of Europe which, according to the exhibition's curator, results in a perspective centred in the West. The South African believes that one of the victims of this fact is his homeland, noting a marked European tendency to look at the world, hence his desire to create a unique place, without borders, as even the borders of his country were created by European powers. With the emergence of the Black Lives Matter movement, the artist became aware of the social impact that the scrutinising of situations generated, as it showed to humanity the discrimination that still persists. At that time, his idea was already starting to gain more strength and consistency.

VER O MUNDO SOB A LENTE PAN-AFRICANISTA

SEEING THE WORLD THROUGH A PAN-AFRICAN LENS



DEZANOVE ARTISTAS QUE DERAM VIDA A UMA FILOSOFIA SINGULAR

NINETEEN ARTISTS WHO HAVE BROUGHT TO LIFE A DISTINCT PHILOSOPHY

A exibição conta com artistas de diferentes gerações, que questionam a realidade em que se inserem, desde o sistema político à biopolítica. Gerard Sekoto, Jamika Ajalon, Sammy Baloji e Elsa M'Bala são alguns dos talentos que marcam presença no museu de Saint-Étienne. Poderá também encontrar diversos trabalhos de ativistas, poetas e filósofos que, no seu conjunto, se complementam numa emotiva exposição. Marie Aimée Fattouche, por exemplo, desenvolveu a sua expressão de arte a partir de imagens *3D*, modelos *3D* e arquivos de famílias sobre rituais ancestrais, mitologia africana, ciência e filosofia. Já Raphaël Barontini inspirou-se na história da arte africana, apresentando-nos heróis tanto reais como imaginários, a partir de têxteis que incorporam colagem. Um verdadeiro jogo entre escala, cores e padrões.

Resta deixar o convite para o *Globalisto, uma filosofia em Movimento*, a exibição que o fará questionar a vida e o mundo ao seu redor e, para o espicaçar na dose certa, deixamos-lhe a frase de abertura da exposição: «Enquanto os leões não tiverem os seus próprios historiadores, a história da caça vai sempre vangloriar o caçador» (Chinua Achebe).

The exhibition features artists from different generations, who question the reality in which they are located, from the political system to biopolitics. Gerard Sekoto, Jamika Ajalon, Sammy Baloji and Elsa M'Bala are some of the talents present at the Saint-Étienne museum. You will also find various works by activists, poets and philosophers which, as a whole, complement each other in a moving exhibition. Marie Aimée Fattouche, for example, developed her art expression from 3D images, 3D models and family archives about ancestral rituals, African mythology, science and philosophy. Raphaël Barontini, on the other hand, was inspired by the history of African art, presenting us with both real and imaginary heroes, via textiles that incorporate a collage. An exciting interaction between scale, colours and patterns.

All that remains is an invitation to *Globalisto, a philosophy in flux*, the exhibition that will make you question life and the world around you and, to spur you on in the right measure, we leave you with the exhibition´s opening sentence: «Until lions have their own historians, the history of hunting will always glorify the hunter» (Chinua Achebe).

QUADROS DE GUERRA, CORPOS DE LUTO

WAR PAINTINGS, BODIES IN MOURNING

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

YOLA BALANGA REÚNE UMA EXPOSIÇÃO QUE RETRATA A BATALHA DAS MULHERES ANGOLANAS

As cicatrizes profundas que evidenciam as lutas difíceis das mulheres são o tema a que Yola Balanga se entregou de alma e espírito, traduzindo-se na exposição «Quadros de Guerra, Corpos de Luto», patente no Ela-Espaço Luanda Arte, em Angola. A artista plástica, cujo nome real é Margarida Balanga, desafia os limites impostos à mulher, as constantes guerras que a limitam e constringem, utilizando o corpo feminino como instrumento de revolta e arma de combate para estas questões culturais. Trata-se de uma exposição de emoções fortes, repartida em nove pinturas, seis fotografias, uma *performance* e uma instalação, formando um espaço repleto de 17 obras marcantes. Inspirada pela filosofia de Judith Butler, a jovem estreia-se no mercado nacional com uma dura reflexão sobre o quotidiano da mulher angolana. A temática da igualdade de género é abordada de forma surpreendentemente singular, trazendo à tona questões vulgarizadas e romantizadas pelos agentes de poder. Assim, Yola levanta o véu contra as ideias políticas de uma sociedade que manipula noções como forma de subjugar e limitar a figura feminina. Sempre em torno do universo da mulher, as expressões de arte espelham uma cultura que sofre de desigualdade de género, tema que está entre os mais explorados pela artista, embora também aborde espiritualidade, transcendência e questões políticas e religiosas. Margarida Balanga é licenciada em Artes Visuais e Plásticas e o seu veículo transmissor de arte varia entre a fotografia, o vídeo, a instalação ou a pintura. Caracterizando-se como uma artista transdisciplinar, Yola é representada pela galeria «Ela», em Angola, um espaço envolvido pela arte contemporânea e que já acumula mais de sete anos de história. Resta apenas uma questão por parte da artista: afinal, quais são os corpos que merecem luto público e quais os que se apresentam como precários? Só a exposição o dirá, disponível até setembro, entre terça e domingo, das 12h00 às 20h00.

AS EXPRESSÕES DE ARTE ESPELHAM UMA CULTURA QUE SOFRE DE DESIGUALDADE DE GÉNERO

YOLA BALANGA PUTS TOGETHER AN EXHIBITION THAT PORTRAYS THE BATTLE OF THE ANGOLAN WOMEN

The deep scars that reveal the difficult struggles of women are the subject to which Yola Balanga has surrendered herself, body and spirit, resulting in the exhibition «War Paintings, Bodies in Mourning», on show at the Ela-Espaço Luanda Arte, in Angola. The artist, whose real name is Margarida Balanga, challenges the limits imposed on women, the constant wars that limit and constrain them, using the female body as an instrument of revolt and a weapon to combat these cultural issues. This is an exhibition of strong emotions, divided into nine paintings, six photographs, a performance piece and an installation, forming a space filled with 17 striking works. Inspired by the philosophy of Judith Butler, the young woman makes her first appearance on the national market with a hard reflection on the daily life of Angolan women. The theme of gender equality is dealt with in a surprisingly unusual way, bringing to the fore issues vulgarised and romanticised by the agents of power. Thus, Yola lifts the veil on the political ideas of a society that manipulates notions as a way of subjugating and limiting the female figure. Ever revolving around the universe of women, the art expressions mirror a culture that suffers from gender inequality, a subject that is among the most explored by the artist, although she also addresses spirituality, transcendence and political and religious issues. Margarida Balanga has a degree in Visual and Plastic Arts and her vehicle for transmitting art varies between photography, video, installation and painting. Characterising herself as a transdisciplinary artist, Yola is represented by the «Ela» gallery in Angola, a space engaged in contemporary art that can already look back over more than seven years of history. Only one question remains for the artist: after all, which are the bodies that deserve public mourning and which ones can be deemed precarious? Only the exhibition will tell, open until September, between Tuesday and Sunday, from 12pm to 8pm.

THE ART EXPRESSIONS MIRROR A CULTURE THAT SUFFERS FROM GENDER INEQUALITY

INVESTOR GATEWAY
ONE STOP SERVICE
GOVERNO DE ANGOLA
aipex
AGT ADMINISTRAÇÃO GERAL TRIBUTÁRIA
zee
GUE
ENDE

CHEF HELT ARAÚJO

T JOANA REBELO EDSON AZEVEDO

«É UM ORGULHO IMENSURÁVEL PODER LEVAR O MEU PAÍS ALÉM-FRONTEIRAS»

A curiosidade fez dele um *Chef* de eleição, desde pequeno habituado a colocar à prova a magia da cozinha. O despertar dos sentidos, consolidados na Escola de Hotelaria e Turismo, em Lisboa, tornou Helt Araújo um verdadeiro contador de histórias, a partir dos seus pratos, inspirados na vasta e rica cultura angolana. Em entrevista à ***V&G***, o *Chef* garante que é possível conciliar tradição e inovação, tendo sempre por base o respeito absoluto pelos ingredientes e as suas origens. Defende que a gastronomia é o elemento identitário de cada país, fazendo a diferença quando é confecionada com alma e coração. Entre muitos assuntos, Helt aponta a sustentabilidade como o atual desafio do mundo contemporâneo, partilhando a sua visão do panorama gastronómica de Angola. Como não poderia faltar, o *Chef* oferece algumas sugestões para viagens gustativas de outro mundo, confessando a sua preferência pelos salgados e a sua fidelidade com o sal, julgando-o o melhor tempero de todos os tempos.

«BEING ABLE TO SHOWCASE MY COUNTRY ABROAD MAKES ME PROUD BEYOND MEASURE»

Curiosity made him choose to be a *Chef*, and from a young age he was used to putting the magic of cooking to the test. The awakening of his senses, consolidated at the Hotel and Tourism School in Lisbon, turned Helt Araújo into a true storyteller, using his dishes as his canvas, inspired by the vast and rich culture of Angola. In an interview with ***V&G***, the *Chef* assures us that it is possible to combine tradition and innovation, always using absolute respect for the ingredients and their origins as a basis. He advocates that gastronomy is the identifying element of each country, and makes all the difference when it is prepared with heart and soul. Among many issues, Helt points to sustainability as the current challenge of the contemporary world, sharing his vision of the gastronomic scene in Angola. And of course, the *Chef* gives us some suggestions for taste journeys from another world, confessing his preference for savoury dishes and his loyalty to salt, judging it to be the best seasoning of all time.

Quem é o Helt Araújo? Continua a ser a mesma pessoa a partir do momento em que veste a farda de Chef?

Sou um angolano de alma e coração, natural de Benguela, orgulhoso das minhas raízes e fiel aos meus ideais, com ou sem a jaleca, dentro e fora da cozinha.

Já foi distinguido pela Academia Internacional de Gastronomia como «Chef do Futuro». O que dizem os seus pratos? São tão emotivos quanto deliciosos?

Essa distinção foi, sem dúvida, um marco na minha carreira, sobretudo, pelo facto de ter sido atribuído pela grande instituição Academia Internacional de Gastronomia. Os meus pratos contam histórias. Para mim, a energia e a emoção de todos os intervenientes que integram esta cadeia e processo até ao produto final são vitais e refletem-se na degustação. A viagem sensorial que cuidadosamente desenvolvemos prima por proporcionar uma experiência para que, quem os prova, possa conhecer a nossa cultura.

Que características o diferenciam de todos os outros Chefs de cozinha do mundo?

As minhas raízes.

Qual foi o prato, produzido por si, que mais sucesso fez até hoje?

Todos os pratos têm a sua fase, os seus momentos e a sua importância. Neste sentido, poderia enumerar três pratos muito especiais: *Couscous*, com Muamba de Camarão de Manzana e Catato; o Folhado de Menha Ndungo, com Queijo Cabra Do Lubango, e, por fim, o Ravioli de Calulu, com Espuma de Kizaca.

Who is Helt Araújo? Are you still the same person from the moment you put on your chef's attire?

I am an Angolan at heart and soul, born in Benguela, proud of my roots and faithful to my ideals, with or without the coat, in or out of the kitchen.

You've already been distinguished by the International Gastronomy Academy as «Chef of the Future». What do your dishes say? Are they as emotional as they are delicious?

This accolade was, without a doubt, a milestone in my career, above all, because it was awarded by the great institution International Academy of Gastronomy. My dishes tell stories. For me, the energy and emotion of all those involved in this chain and process right through to the final product are vital and are reflected in the tasting. The sensory journey that we carefully develop strives to provide an experience so that anyone who tastes them can get to know our culture.

What is it about you that sets you apart from all the other chefs in the world?

My roots.

What is the dish, that you created, that has been the most successful to date?

Every dish has its phase, its moments and its importance. In this sense, I could list three very special dishes: *Couscous*, with Manzana Prawn *Muamba* and *Catato*; the *Menha Ndungo* Pastry, with Lubango Goat's Cheese, and finally, the Calulu Ravioli, with *Kizaca* Foam.

Aquando da elaboração de uma refeição, o valor nutricional é um aspeto que faz parte da missão de um profissional de cozinha?

É fundamental que uma refeição tenha tanto de nutritiva quanto de saborosa. Alcançar esse equilíbrio é o que nos permite apresentar uma proposta saudável.

A tradição e inovação são dois ingredientes compatíveis?

Sem dúvida, este é o futuro da gastronomia. A cozinha moderna é dinâmica e evolutiva, devemos reinventar o produto nacional, concebendo soluções tanto criativas quanto ousadas. A inovação não é sinónimo de complexidade. Usualmente, é mais difícil fazer menos com um prato, do que aplicar muitas técnicas e ingredientes. No processo de criação, é vital manter a integridade dos ingredientes, seja o produto uma ostra ou gimboa. Cada um dos ingredientes deverá ser a estrela do prato, e tudo o que devemos fazer é ajudar a elevá-los na experiência global da prova. Hoje, estudo e inspiro-me no passado, nos nossos alimentos e nas técnicas que compõem a história da nossa gastronomia, de forma a manter a integridade e a origem do ingrediente, integrada numa perspetiva genuína. É fundamental a fusão da tradição e inovação, pelo que ambas proporcionam a narrativa, a ligação emocional e a forma como o prato transmite a mensagem aos clientes.

When preparing a meal, is the nutritional value part of a chef's mission?

It is fundamental that a meal should as nutritious as it is tasty. Achieving this balance is what allows us to present a healthy proposal.

Are tradition and innovation two compatible ingredients?

Without a doubt, this is the future of gastronomy. Modern cuisine is dynamic and evolving. We have to reinvent the national product, coming up with both creative and daring solutions. Innovation is not synonymous with complexity. It is usually more difficult to do less with a dish than to apply many techniques and ingredients. In the creative process, it is vital to maintain the integrity of the ingredients, whether the product is an oyster or gimboa. Each of the ingredients should be the star of the dish, and all we have to do is help elevate them in the overall taste experience. Today, I study and draw inspiration from the past, from our food and the techniques that make up the history of our gastronomy, in order to maintain the integrity and origin of the ingredient, keeping things genuine. The fusion of tradition and innovation is fundamental, whereby both provide the narrative, the emotional connection and the way the dish conveys the message to customers.

> "A GASTRONOMIA DE QUALQUER NAÇÃO REPRESENTA O SEU ADN"

> "THE GASTRONOMY OF ANY NATION REPRESENTS ITS DNA"

O que diferencia a cozinha tradicional angolana de todas as outras?

A gastronomia de qualquer nação representa o seu ADN e a sua identidade. A comida tradicional angolana carrega um enorme legado de essência, desde a sua origem, hábitos de cultivo e ligação entre a comunidade, na terra e no mar. A cozinha tradicional representa a natureza, a humildade do povo, a riqueza e diversidade da sua costa marítima, o sacrifício da lavra, a alegria das crianças e a partilha familiar.

Grande parte da minha investigação incide numa reflexão profunda de como o mundo perceciona a nossa gastronomia. A comida angolana deve ser internacionalmente aceite e reconhecida, pois integra o nosso património cultural e a nossa energia como nação. É um orgulho imensurável poder levar o meu país além-fronteiras, através dos nossos produtos sob uma reinterpretação onde a tradição e a evolução se fundem para contar uma história.

Como faz a gestão do desperdício nos seus restaurantes?

Este é um dos pontos de diária abordagem na mesa do grupo CHA: desenvolver estratégias para minimizar e otimizar o desperdício. A nossa abordagem parte do princípio de que não consideramos o desperdício lixo, mas uma solução na cadeia, o que nos permite implementar, nas nossas unidades, a separação de lixo, criando subprodutos e, a partir dos mesmos, gerar novos pós, temperos e refeições para o próximo. Mas temos, sem dúvida, um grande caminho a percorrer.

What differentiates traditional Angolan cuisine from any other?

The gastronomy of any nation represents its DNA and its identity. Traditional Angolan food carries an enormous legacy of essence, from its origin, farming habits and connection between the community, on land and sea. Traditional cuisine represents nature, the humility of the people, the wealth and diversity of its coastline, the sacrifice of farm work, the joy of the children and sharing with your family.

A large part of my research focuses on a detailed reflection of how the world perceives our gastronomy. Angolan food should be internationally accepted and recognised, as it integrates our cultural heritage and our energy as a nation. Being able to showcase my country abroad makes me proud beyond measure, through our products and a reinterpretation where tradition and evolution merge to tell a story.

How do you manage waste in your restaurants?

This is one of the points of our daily approach to the CHA group table: developing strategies to minimise and optimise waste. Our approach develops from the principle that we do not consider waste to be rubbish, rather a solution in the chain, which allows us to implement, in our outlets, waste separation, creating by-products and, from them, generating new powders, seasonings and meals for the next. But we undoubtedly have a long way to go.

O ingrediente secreto para se ser um excelente cozinheiro é...

O respeito pelo ingrediente e por toda a sua cadeia de sustentabilidade. A magia da cozinha incide no momento em que selecionamos um ingrediente e o transformamos a partir da nossa impressão digital. Consideramos que 60% de um bom prato é um bom ingrediente. Cozinhar é uma ação muito primitiva, é a primeira atitude humana fruto de uma necessidade vital que o homem transformou em prazer. O ingrediente secreto passa também pela atitude individual, competência, iniciativa, interação e muito foco, pois a cozinha é exigente, sobretudo, quando falamos da de alto nível.

Como caracteriza o cenário atual da gastronomia no país e no mundo?

Gastronomia é cultura, é uma ferramenta social, é a valorização do nosso património e, sem dúvida, o maior elo entre a natureza e o ser humano. Tendo este pressuposto

The secret ingredient to being an excellent cook is...

Respect for the ingredient and its entire sustainability chain. The magic of cooking happens the moment we select an ingredient and transform it through are fingers. We consider that 60% of a good dish is good ingredients. Cooking is a very primitive activity; it is the first human process resulting from a vital need that man transformed into pleasure. The secret ingredient also involves individual attitude, skills, initiative, interaction and a great deal of focus, because cooking is demanding, especially when talking about high-level cooking.

How would you describe the current gastronomy scene in the country and in the world?

Gastronomy is culture, it is a social tool, it is the enhancement of our heritage and, without doubt, the greatest link between nature and human beings. Taking this into consideration, all countries have unique ingredients, colours, aromas and flavours in their gastronomy, which symbolise the identity and customs of each nation. We have witnessed a remarkable evolution in the enhancement of gastronomy

em consideração, todos os países têm na sua gastronomia ingredientes, cores, aromas e sabores singulares, que simbolizam a identidade e os costumes de cada nação. Temos assistido a uma evolução notória da valorização da gastronomia a nível mundial, da procura por novas experiências e de um novo significado inerente à prova de comida.

A nível nacional, devemos investir na promoção e disseminação dos nossos produtos, sobretudo, para aqueles que nos visitam através de *souvenirs*, de forma a levarem um pouco de nós até ao seu destino final.

Quais são os maiores desafios que se impõem no futuro da profissão?

A sustentabilidade é o maior desafio, atualmente. O respeito e a preservação do meio ambiente, como fonte de todos os processos produtivos, carece de uma reflexão profunda de todos nós, consumidores.

Como é ser *Chef* de cozinha por um dia?

Hoje em dia, ser *Chef* é uma profissão polivalente. Para além de cozinheiro, é ser gestor, não apenas de uma empresa, mas de seres humanos. Trata-se de acompanhar as diferentes operações do grupo, estimular a criatividade, assegurar o cumprimento dos procedimentos implementados e abraçar os desafios do quotidiano com alegria.

worldwide, in the quest for new experiences and a new meaning inherent to tasting food.

Nationally speaking, we should invest in the promotion and dissemination of our products, especially for those who visit us, through *souvenirs*, so that they can take a piece of us to their final destination.

What are the greatest challenges for the future of the profession?

Sustainability is the greatest challenge, currently. We all, consumers, need to reflect deep and hard on respect and preservation of the environment, as the source of all productive processes.

What is it like to be a chef for a day?

Nowadays, being a *Chef* is a multi-tasking profession. Apart from being a cook, it means being a manager, not only of a company, but of human beings. It involves monitoring the different operations of the group, stimulating creativity, ensuring compliance with the procedures implemented and embracing the challenges of everyday life with joy.

Um verdadeiro profissional de gastronomia comete erros na cozinha?

Temos de cometer erros, faz parte do nosso dia-a-dia como cozinheiros. A criatividade está relacionada com o facto de fazer o que todo o mundo faz, de uma forma que ninguém espera, enquanto a inovação é o passo seguinte, é a criação com utilidade. A parte estimulante de transformar a criatividade em utilidade tem por base as experiências, e a tentativa erro faz parte do exercício diário da cozinha.

Qual é o seu tempero de eleição?

O sal. Ele preserva, purifica e enfatiza os outros sabores.

"A SUSTENTABILIDADE É O MAIOR DESAFIO, ATUALMENTE

Qual o top 3 de melhores refeições para esta estação do ano?

Primeiramente, a *Sopa de Tomate* da Marina Baia, seguindo-se a *Partilha de Carnes da Flor* e, em terceiro lugar, o *Bacalhau Confitado com Esparregado de Lombi.*

Does a true gastronomy professional make mistakes in the kitchen?

We have to make mistakes, it's part of our everyday life as cooks. Creativity is related to the fact that doing what everyone else does, in a way that no one expects, while innovation is the next step, it is creation with usefulness. The stimulating part of turning creativity into usefulness is based on experimentation, and trial and error is part of the daily exercise of cooking.

What is your favourite seasoning?

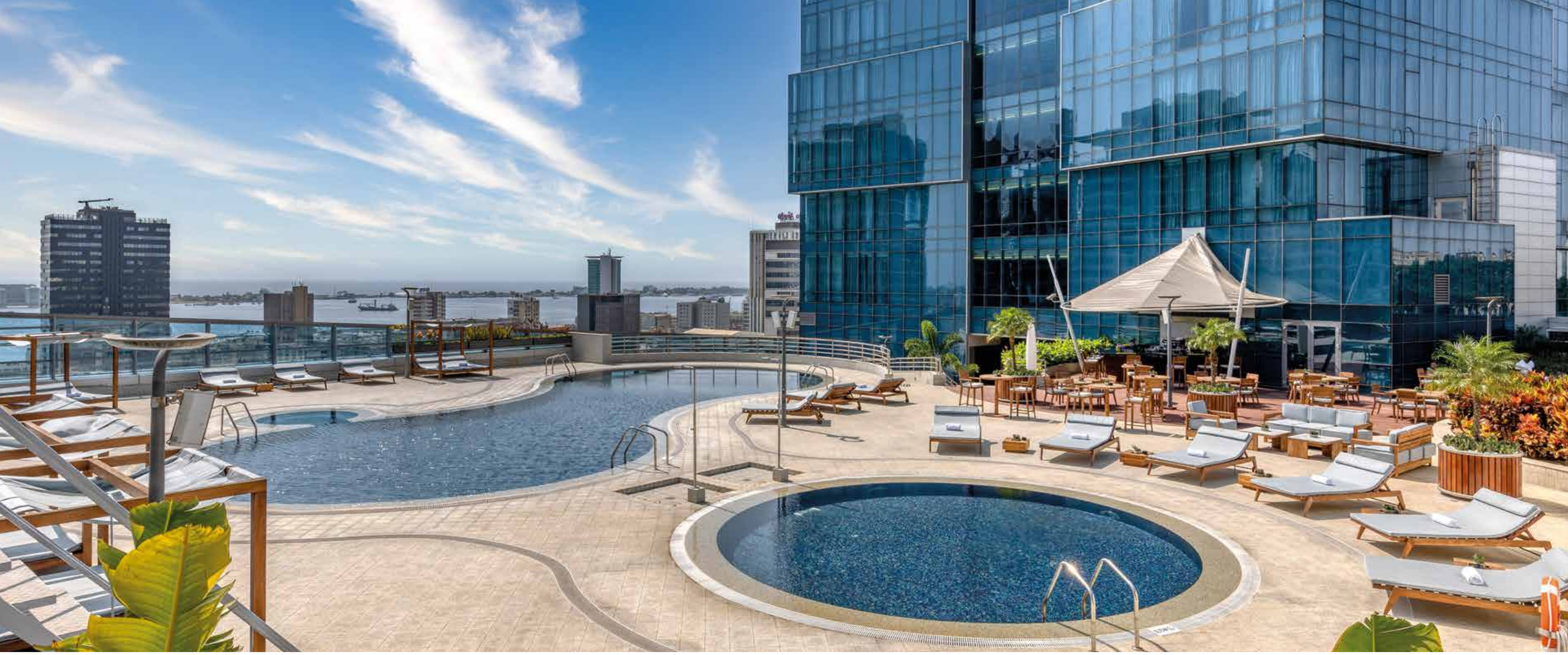
Salt. It preserves, purifies and emphasises other flavours.

"SUSTAINABILITY IS THE GREATEST CHALLENGE TODAY

What are your top three best meals for this season?

Firstly, Marina Baia Tomato Soup, followed by *Partilha de Carnes da Flor* and, in third place, the Confit Cod with *Esparregado de Lombi.*

Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.co.ao
Full interview: www.villasegolfe.co.ao



INTERCONTINENTAL LUANDA MIRAMAR

T REDAÇÃO | EDITORIAL TEAM DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

ONDE MORA A SUPREMACIA DO LUXO

É no coração de Luanda que se encontra o Hotel InterContinental Luanda Miramar, um edifício de partilha, elegância, variedade e, acima de tudo, qualidade. São muitos os locais culturais que rodeiam o hotel, desde museus a fortalezas seculares que se mostram locais preferenciais por parte dos turistas. Embaixadas, serviços médicos e empresas nacionais também fazem parte da vizinhança do InterContinental, o que acaba por emanar uma energia rica em cultura e empreendedorismo para o interior das próprias instalações do hotel. Dentro das quatro paredes do recinto, as suítes e os quartos são elegantes e espaçosos, os restaurantes oferecem um extenso leque de opções, existem áreas excecionais e um serviço personalizado de eleição. Com 377 luxuosos quartos, destacam-se as vistas deslumbrantes a partir do 4º andar, alternadas entre a cidade de Luanda, a baía ou o oceano. Independentemente da opção da paisagem, os quartos e suítes estão equipados com têxteis de excelência, comprovando aquilo que o InterContinental se propôs oferecer: qualidade e conforto. Wi-fi de alta velocidade, minibar e máquinas de café e chá,

HOME TO THE SUPREMACY OF LUXURY

Right in the heart of Luanda stands the InterContinental Luanda Miramar Hotel, a building of sharing, elegance, variety and, above all, quality. There are many cultural sites surrounding the hotel, from museums to centuries-old fortresses that prove to be favourite spots with tourists. Embassies, medical services and national companies are also part of the InterContinental's neighbourhood, which ends up emanating a rich energy of culture and entrepreneurship inside the hotel's own premises. The suites and rooms within the hotel's four walls are elegant and spacious, the restaurants offer an extensive range of options, there are exceptional areas and personalised service of the finest level. With 377 luxurious rooms, the stunning views from the 4th floor, alternating between the city of Luanda, the bay or the ocean are something else. Regardless of the choice of landscape, the rooms and suites are equipped with textiles of excellence, proving what the InterContinental has set out to offer: quality and comfort. High-speed Wi-Fi, minibar and tea and coffee machines, orthopaedic mattresses with

colchão ortopédico com uma seleção de almofadas, serviço de quarto 24/7, janelas de vidros duplos e casas de banho em mármore com banheira e poliban fazem parte do pacote base que o hotel disponibiliza. Engana-se quem pensa que não pode esperar mais. Quartos Classic, Quartos Club InterContinental e Suítes são outras tipologias para noites inesquecíveis, que disponibilizam várias opções, consoante a preferência da área do espaço e o tamanho da cama. Ainda assim, os clientes que optam pelos Quartos Club InterContinental ou superiores têm livre acesso ao lounge Club InterContinental, um espaço que eleva o luxo a outro nível, exclusivo, para desfrutar de privilégios extra como canapés à noite e uma receção de cocktails.

Descendo até ao primeiro andar, e depois de saciados os olhos, resta satisfazer o paladar. Saltam logo à vista os múltiplos espaços amplos e versáteis para autênticos banquetes. Sete é o número de salas funcionais do hotel, com destaque para o Salão Diamante, capaz de acomodar até 800 pessoas. Já o Chef executivo, com o auxílio da sua equipa de catering, garante refeições incríveis, com menus personalizados e uma vasta seleção de comidas e bebidas. Trata-se de uma miscigenação de confeções, onde existem variadíssimos pratos para dar resposta aos mais peculiares e exigentes palatos.

Partindo para o espaço exterior, reúnem-se as exigências primárias dos clientes, uma zona três em um: sol, água e qualidade de vida. Bem, a qualidade de vida ou provém da tranquilidade que a paisagem panorâmica reflete, ou do leque interminável de bebidas do bar. Ainda assim, não há nada como mergulhar numa piscina elegante com a água a temperaturas maravilhosas. Não esquecendo os mais novos, existe ainda uma piscina exclusiva dedicada aos pequenos, prometendo segurança e momentos divertidos. O hotel dispõe ainda de um multi storey car park, o maior jardim privativo da cidade, e, em 2023, terá também ali lugar o casino.

A cereja no topo do bolo localiza-se no terceiro andar, num espaço dedicado à veia desportista, ou então para aqueles que se queiram redimir das refeições calóricas dos dias anteriores. O motivo deixa de ser relevante quando o ginásio oferece equipamentos de cardio, pesos livres, sauna e muitos outros equipamentos, acompanhados de instrutores fitness para dar assistência e aconselhamento, desde as 06h00 às 22h00. O Intercontinental Luanda Miramar é o espelho de um hotel multifuncional, definido pela qualidade e requinte que coloca em todo o seu serviço. Por último, são as vistas deslumbrantes do 24.º piso que nos captam toda a atenção, um espaço preparado para receber eventos privados, repletos de *glamour.*

O ESPELHO DE UM HOTEL MULTIFUNCIONAL, DEFINIDO PELA QUALIDADE E REQUINTE

a selection of pillows, 24/7 room service, double-glazed windows and marble bathrooms with bath and shower are part of the basic package that the hotel offers. You're wrong if you think you can't expect more. Classic Rooms, Club InterContinental Rooms and Suites are other types of rooms for unforgettable nights, offering various options, depending on the preferred size of the space and the size of the bed. Guests who opt for Club InterContinental Rooms or above have free access to the Club InterContinental lounge, a space that takes luxury to another, exclusive level, in order to enjoy extra privileges such as evening canapés and a cocktail reception.

Heading down to the first floor, and after indulging your eyes, all that remains is to satisfy your palate. The multiple large and versatile spaces for authentic banquets immediately stand out. The hotel has seven function rooms, including the Diamond Room, which can accommodate up to 800 people. The executive chef, with the help of his catering team, guarantees incredible meals, with personalised menus and a wide selection of food and drinks. It is a blend of culinary confections, of a wide variety to satisfy the most particular and demanding palates.

Moving on to the outdoor space, guests' primary demands are met in a three in one area: sun, water and quality of life. Well, quality of life either comes from the tranquillity that the panoramic landscape reflects, or from the endless range of drinks in the bar. Still, there's nothing like diving into an elegant pool with the water at wonderful temperatures. Not forgetting the younger swimmers, there is also an exclusive pool dedicated to the little ones, promising safety and fun times. The hotel also has a multi storey car park, the largest private garden in the city, and, in 2023, the casino will also be located there.

The icing on the cake is on the third floor, in a space dedicated to sports, or for those who want to make amends for the calorific meals of the previous days. Whatever the reason, the gymnasium offers cardio equipment, free weights, sauna and many other facilities, accompanied by fitness instructors to give assistance and advice, from 6 am to 10 pm. The Intercontinental Luanda Miramar is the image of a multifunctional hotel, defined by the quality and refinement it puts into all its service. Finally, it is the stunning views from the 24th floor that capture all our attention, a space prepared to receive private events, full of *glamour.*

THE IMAGE OF A MULTIFUNCTIONAL HOTEL, DEFINED BY QUALITY AND REFINEMENT

RAFAELA PINTO

T MARIA CRUZ EDSON AZEVEDO

«POR ACREDITARMOS SEMPRE QUE ANGOLA TEM UM FUTURO, NÃO DESISTIMOS DO PAÍS»

Aos 27 anos vive, talvez, e cá para nós, uma das maiores aventuras da sua vida, em terras angolanas. Rafaela Pinto é uma jovem, mas tem uma coragem e uma força inacreditáveis, que se notam logo mal a conhecemos. Chegou a Angola há três anos. Numa altura em que o país atravessava uma crise, principalmente no setor da construção – área de negócio que a empresa familiar, a MSTR, atua. Em 2021, após uma visita ao shopping Fortaleza, em Luanda, decidiu levar de Portugal os sabores da sua terra e os vinhos – outra área de negócio familiar –, e aventurou-se ao abrir um espaço *gourmet*, onde se encontram os produtos da Quinta da Terrincha, pertencente à família. Um desafio, bem-sucedido. A ideia da loja foi sua, não teve medo. Confessou-nos que, de certa forma, se sentiu «protegida por ter o background da família». Mas, ainda assim, é preciso ter coragem, para arriscar numa altura de pandemia. Diz nunca se «sentir sozinha», pois é «o grande segredo da família», todos podem contar uns com os outros. É a neta mais velha da casa. E é motivo de orgulho.

«BECAUSE WE ALWAYS BELIEVE THAT ANGOLA HAS A FUTURE, WE HAVE NEVER GIVEN UP ON THE COUNTRY»

At 27 years of age she is perhaps living, let's face it, one of the greatest adventures of her life on Angolan soil. Rafaela Pinto may be young, but she has unbelievable courage and strength, which are clear to see as soon as you meet her. She came to Angola three years ago. At a time when the country was going through a crisis, mainly in the construction sector – the business area in which the family company, MSTR, operates. In 2021, after a visit to the Fortaleza shopping centre in Luanda, she decided to bring from Portugal the flavours of her homeland and wines – another area of the family business –, and ventured into opening a *gourmet* outlet, where you can find the products of Quinta da Terrincha, which belongs to the family. A challenge, and a successful one at that. The idea for the shop was hers – she wasn't afraid. She confessed to us that, in a certain way, she felt «protected by having the family background». But, even so, it takes courage, to take risks at a time of pandemic. She says she never «feels alone», because it is «the great secret of the family», everyone can count on each other. She is the oldest granddaughter of the house. And she is a source of pride.

Como é que uma jovem como a Rafaela vai para Angola?

Faço parte da família Seixas Pinto. Sou a terceira geração. Quando vim para Angola, este grupo empresarial já existia, do tempo do meu pai, dos irmãos dele e dos meus avós. A minha família está aqui desde 2006. Abrimos uma empresa de construção civil em 2008. Após ter terminado o curso de Direito decidi dar continuidade a este barco, que é a família, e dedicar-me aos projetos. Deixei a minha vida jurídica de parte. Vim sem pensar muito naquilo em que se tornaria a minha vida.

Como é que tem sido este desafio?

Quando cheguei o país estava numa crise, principalmente no que toca ao setor da construção civil. Não tínhamos projetos. Felizmente, esta é uma empresa estável, bem constituída, e com pilares muito fortes, e por acreditarmos sempre que Angola tem um futuro, não desistimos do país. Claro que isto já vem de quem começou este projeto. Acreditamos que as coisas, mais tarde ou mais cedo, iam mudar. Estou aqui há três anos. É uma realidade completamente diferente da que era há 10 anos. Aquilo que eu vejo de Angola é uma evolução. Tivemos a pandemia, mas as portas começaram-se a abrir, principalmente este ano.

> “AQUILO QUE EU VEJO DE ANGOLA É UMA EVOLUÇÃO

E foi precisamente na pandemia que abriram a loja *gourmet*?

Sabíamos que o mundo não ia parar para sempre devido a uma pandemia, ou seja, tal como numa crise, as coisas voltam à normalidade. A minha família já tinha o negócio ligado à viticultura há alguns anos, que surgiu em Portugal, com a Quinta da Terrincha, e com a minha vinda para Angola (até então só tinham vindo homens da família para cá, fui a única mulher a vir) claro que trouxe este lado mais intimista e requintado da família. A empresa MSTR está sediada no Bié, eu fiquei em Luanda como responsável administrativa da empresa. O shopping da Fortaleza abriu em dezembro de 2020, em plena pandemia, visitei o espaço e percebi que tinha potencial para marcar a diferença com a loja *gourmet*. Na altura, questionaram-me porquê abrir num shopping sem lojas, numa altura de pandemia, num país em crise. Nós acreditamos que aqui tínhamos a possibilidade de vencer. Sempre soube que trazia uma coisa diferente, que ia apresentar o vinho de uma forma diferente. Queremos mostrar diretamente às pessoas quem somos, o vinho não é só para se beber, o vinho tem uma história por detrás. Daí que o primeiro passo foi abrir uma loja. Este ano vamos dar mais um passo. Temos cinco gamas de vinho, o mais recente, o *Terrincha*, depois temos o *Quinta da Terrincha*, que é uma gama acima, temos os dois Reservas, isto sempre no que toca a branco e tinto, e lançamos, o ano passado, um Grande Reserva. Estamos direcionados para

How did you get to Angola at this young age?

I’m part of the Seixas Pinto family. I’m the third generation. When I came to Angola, this business group already existed, from the time of my father, his brothers and my grandparents. My family has been here since 2006. We opened a construction company in 2008. After finishing law school, I decided to continue this boat, which is the family, and dedicate myself to its projects. I left my legal life aside. I came here without thinking much about what my life would become.

What has this challenge been like?

When I arrived, the country was in a crisis, mainly with regard to the construction sector. We had no projects. Fortunately, this is a stable, well-established company, with very strong pillars, and because we always believe that Angola has a future, we have never given up on the country. Of course, this comes from those who started this project. We believed that things would change sooner or later. I’ve been here for three years. It’s a completely different situation to what it was 10 years ago. What I see in Angola is an evolution. We had the pandemic, but the doors have begun to open, especially this year.

> “WHAT I SEE IN ANGOLA IS AN EVOLUTION

And it was precisely during the pandemic that you opened the gourmet shop?

We knew that the world wouldn’t stop forever because of a pandemic, that is to say, just like in a crisis, things go back to normal. My family already had business connected to winegrowing for a few years, which started in Portugal, with Quinta da Terrincha, and when I came to Angola (until then only men in the family had come here, I was the only woman to come) of course I brought this more intimate and refined side of the family. The company MSTR is based in Bié, I stayed in Luanda as the administrative head of the company. The Fortaleza shopping centre opened in December 2020, in the middle of the pandemic, I visited the space and realised it had the potential to stand out from the rest with the gourmet shop. At the time, they asked me why open in a shopping centre with no shops, at a time of pandemic, in a country in crisis. We believed that we had the possibility to make a go of it here. I always knew that I would bring something different, that I would present wine in a different way. We want to show people squarely who we are, wine is not just for drinking, wine has a story behind it. So the first step was to open a shop. This year we are going to take another step. We have five ranges of wine, the latest one, *Terrincha*, then we have *Quinta da Terrincha*, which is one range up, we have the two Reservas, this is always the case with red and white, and last year we launched a *Grande Reserva*. We cater to a high-end target group and so this year, as we want

um target alto e, por isso, este ano, como queremos chegar a outras pessoas, vamos lançar em setembro uma gama de vinho mais baixa, que se vai chamar *Pêra Amarela*, para também conseguirmos estar presentes em supermercados.

O que podemos encontrar na loja gourmet?

A loja é muito direcionada para os produtos da Quinta da Terrincha, principalmente o vinho, que é o nosso produto principal. Para além disso, temos o azeite, as compotas, feitas com a nossa fruta e o queijo de ovelha e de cabra. Depois, por ser uma loja nova, e por ser indispensável criar a necessidade de o cliente nos procurar, trouxemos a Castelbel, uma marca de aromas portuguesa, a Nespresso, por ser um produto muito procurado, e nem sempre existir nas grandes superfícies. O conceito da loja foi trazer os nossos produtos, mas montar uma loja gourmet. Algo com qualidade. Temos também amêndoas, de Torre de Moncorvo. E temos também duas parcerias com a Iva Viana (faz flores em gesso) e a Sofia Sustelo (faz cerâmicas com toques em ouro), são peças produzidas à mão.

> SEMPRE SOUBE QUE TRAZIA UMA COISA DIFERENTE, QUE IA APRESENTAR O VINHO DE UMA FORMA DIFERENTE

Esta loja nasceu na pandemia. Como tem sido a sua evolução, valeu a aposta neste conceito?

A loja nasceu a 15 de agosto de 2021, em plena pandemia. Não me arrependo de nada daquilo que fiz. A loja tem sido muito bem recebida pelo público angolano. Claro que a altura do Natal foi a melhor que tivemos, era novidade, criamos cabazes para essa época. Este meio ano tem sido bom, a loja tem vindo a ser falada, o vinho é falado pela qualidade que tem. Já temos clientes que procuram nela os seus vinhos preferidos, clientes fidelizados.

E quanto às perspetivas?

Neste momento, a construtora está em crescimento. Queremos expandir o negócio, provavelmente abrir uma nova loja, não em Luanda, mas em Talatona. E com a nova referência do vinho chegar às grandes superfícies.

to reach other people, we are going to launch a lower range of wine in September, which will be called *Pêra Amarela*, so that we can also be present in supermarkets.

What can we find in the gourmet shop?

The shop is very much focused on Quinta da Terrincha products, mostly wine, which is our main product. Besides that, we have olive oil, jams made from our fruit and sheep and goat cheese. Then, because it is a new shop, and because it is essential to create the need for the customer to come to us, we brought Castelbel, a Portuguese fragrance brand, and Nespresso, because it's a much sought-after product, and can't always be found in the large supermarkets. The concept of the shop was to bring our products, but to set up a gourmet shop. Something with quality. We also have almonds, from Torre de Moncorvo. And we also have two partnerships with Iva Viana (who makes flowers in plaster) and Sofia Sustelo (who makes ceramics with touches of gold).

> I ALWAYS KNEW THAT I WOULD BRING SOMETHING DIFFERENT, THAT I WOULD PRESENT WINE IN A DIFFERENT WAY

This shop was launched in the pandemic. How has it evolved, has it been worth investing in this concept?

The shop was launched on the August 15, 2021, in the middle of the pandemic. I don't regret anything I've done. The shop has been very well received by the Angolan public. Of course, Christmas was the best time for us, it was new, we created hampers for the festive season. This half year has been good, the shop has been talked about, the wine is talked about because of its quality. We already have customers who look for their favourite wines there, loyal customers.

And what about the outlook?

At the moment the construction company is growing. We want to expand the business, probably open a new shop, not in Luanda, but in Talatona. And to reach supermarkets with the new standout wine.

TORRES KIANDA

KIANDA TOWERS

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

ONDE O NEGÓCIO NASCE E PROSPERA

Azul é a cor que as define, como se de um sinal de evolução se tratasse, transmitindo valores com os quais as quadrigémeas se identificam: conhecimento, transparência, qualidade, inovação, sustentabilidade e eficiência. São elas as Torres Kianda, vigiadas pela sereia tradicional da ilha de Luanda, que atribui carisma ao conceito. É verdade, um dos maiores empreendimentos de escritório de Luanda está a germinar na zona baixa da cidade, na 1.ª linha da marginal, na vizinhança de grandes empresas públicas e privadas e do Banco Nacional. Impossível ficar indiferente à magnitude de 112.000 m² das irmãs Kianda que, entre 2009 e 2010, estiveram resvés de se tornarem um hotel luxuoso de 5 estrelas. A ideia não foi avante, acabando

WHERE BUSINESS IS FORGED AND THRIVES

Blue is the colour that defines them, as if it were a sign of evolution, transmitting values with which the foursome is identified: knowledge, transparency, quality, innovation, sustainability and efficiency. These are the Kianda Towers, watched over by the traditional mermaid of the Island of Luanda, adding charisma to the concept. It's true, one of Luanda's largest office developments is taking form in the lower part of the city, on the waterfront frontline, close to major public and private companies and the National Bank. It is impossible to remain indifferent to the magnitude of the 112,000 square metres making up the Kianda buildings, which, between 2009 and 2010, were on the verge of becoming a

por se pensar numa funcionalidade híbrida, operando no ramo habitacional e, em simultâneo, como registo de escritório. Mas não foi longe, mais uma vez. O mercado é que dita as regras do jogo e, na altura, o 'grito' do mercado imobiliário falou mais alto. Foi assim que surgiu a ideia dos escritórios e galerias comerciais, inseridos num projeto de olhar atento às necessidades do mercado, que procura constante desenvolvimento e evolução. Com vistas inspiradoras para o mar, o setor empresarial pretende instalar-se nos edifícios monumentais para apostar no setor financeiro, petrolífero e outras grandes empresas nacionais e internacionais, embora tenha de aguardar por maio de 2023, data em que está prevista a conclusão da obra. A Sociedade Panservice, SA, é quem promove e comercializa, estando à responsabilidade de diversas empresas de notoriedade no mercado.

luxury five-star hotel. The idea didn't go ahead, and eventually a hybrid function was thought of, operating in the housing sector and, at the same time, as office space. But once again, this idea didn't go far. The market dictates the rules of the game and, at the time, the 'cry' of the real estate market spoke louder. This is how the idea of offices and shopping arcades came about, as part of a project with a keen eye for market needs, which strives for constant development and evolution. With inspiring views to the sea, the business sector intends to settle down within these monumental buildings to invest in the financial and oil sectors and other large national and international companies, although this will have to wait until May 2023, when the construction work is scheduled to be completed. Sociedade Panservice, SA, is the developer and promoter, and is in charge of several well-known companies in the market.

PROJETO DE OLHAR ATENTO ÀS NECESSIDADES DO MERCADO

Os nomes atribuídos às quatro torres são fáceis de memorizar, identificadas pura e simplesmente como A, B, C e D. Exibindo alturas vertiginosas, medidas pelos 22 a 25 pisos, as irmãs oferecerão um leque extenso de serviços, a começar pelos primeiros pisos, que irão conter Galerias Comerciais com 43 lojas, um *food court*, uma área destinada à Saúde e Bem-Estar, ginásio, Spa e clínica de estética e uma área de escritórios. Claro, disponibilizará o -1 e -2 para estacionamento. Boas ou más notícias, as torres A e B, que se encontram de frente para a Baía, estão 50% comercializadas, enquanto as C e D estão mais disponíveis. Ainda há espaço para gozar de um emprego de sonho, que concilia lazer e ofício, só não se sabe se haverá muito tempo, dadas as vantagens e oportunidades que o edifício oferece, já conhecidas por muitos.

PROJECT WITH A KEEN EYE FOR MARKET NEEDS

The names given to the four towers are easy to remember, as they are purely and simply identified as A, B, C and D. With dizzying heights, measured between 22 and 25 floors, the towers will offer an extensive range of services, starting from the first floors, which will contain Shopping Arcades with 43 shops, a food court, a Health and Wellness, gym, spa and beauty clinic, as well as an office area. Of course, the basement and lower basement floors will be available for parking. Good or bad news, towers A and B, which face the Bay, are 50% sold, while more is available in C and D. There's still room to enjoy a dream job, which reconciles leisure and business, but how long you might have left remains unknown, given the advantages and opportunities that the towers offer, which so many are already aware of.

TENDÊNCIAS DO MOBILIÁRIO

FURNITURE TRENDS

T JOANA REBELO DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

MUDAM-SE OS TEMPOS, MUDAM-SE AS NECESSIDADES

O mundo não imaginava o que estava por vir quando lançava pelo ar os *confettis* do «Feliz 2020». As expectativas eram muitas, os desejos eram ainda maiores, só não se sabia que o «Ano novo, vida nova» iria assumir uma dimensão tão radical, para todos. Os dias foram passando e a humanidade assistiu ao surgimento de uma pandemia que custou a vida a milhões de pessoas. Os meses correram a custo e, quando nos julgávamos livres de um "parasita", o mundo ficou, de novo, do avesso. Num abrir e fechar de olhos, começou uma guerra na Europa. Em simultâneo, preparamo-nos para uma crise económica e acentuam-se os efeitos do aquecimento global. Têm sido anos desafiantes, cá pela Terra.

Há quem diga que das circunstâncias resultam as mudanças, talvez seja isso que esteja a acontecer com o Homem, depois destes últimos anos a viver em constante efeito de bola de neve. Lá está, a velha conversa da evolução, não só da estrutura dentária ou da utilidade do polegar, mas também a evolução da mente. Posto isto, a ***V&G*** partiu em busca de algumas respostas. Desta vez, fomos desvendar as mais recentes mudanças na Indústria do Mobiliário, desafiamos a cara da JetClass Group, o CEO Agostinho Moreira. Em cima da mesa esteve sempre o tema do luxo, um forte indicador de que, de facto, em tempos de mudança, nada corre dentro das previsões.

É provável que o nome Jetclass Group lhe seja familiar, mas, se não for o caso, permita-nos a breve apresentação. A empresa trabalha com o setor mobiliário de luxo, contendo diferentes marcas para diferentes públicos e estilos. Está presente em várias partes do mundo, nomeadamente, em Angola, tendo sido uma «feliz aposta do Grupo», segundo o CEO. A harmonia entre o clássico e o contemporâneo faz parte da imagem muito própria da empresa, optando por materiais *premium* que conferem luxo ao produto. Contextualização? *Check*. Está na hora de vestirmos o traje do Sherlock Holmes e de começar a procurar evidências.

Questionado sobre o panorama do setor mobiliário antes do surgimento da COVID-19, Agostinho menciona uma franca expansão para determinados mercados que outrora mais fechados.

NA HORA DA COMPRA, AS PESSOAS SÃO MAIS CONSCIENCIOSAS E EXIGENTES

TIMES CHANGE, NEEDS CHANGE

The world could never have imagined what was to come when the «Happy 2020!» fireworks flew into the air. Expectations were high, wishes were even higher. We just didn't know that «New Year, New Life» would take on such a radical meaning, for everyone. The days went by and humanity witnessed the outbreak of a pandemic that cost the lives of millions of people. The months went by at great cost, and just when we thought we were free of a "parasite", the world was turned upside down once again. In the blink of an eye war broke out in Europe. At the same time, we are preparing for an economic crisis and the effects of global warming are increasing. It has been a challenging few years here on earth.

Some say that circumstances bring about change, maybe that's what's happening to mankind after the constant snowballing effect of recent years. There it is, that old discussion about evolution, not only about the tooth structure or the usefulness of the thumb, but also about the evolution of the mind. With that in mind, ***V&G*** set out in search of some answers. This time, we set out to unveil the most recent changes in the furniture industry, laying down the gauntlet to the face of JetClass Group, CEO Agostinho Moreira. The subject of luxury was a constant topic of conversation, a strong indicator that, in fact, in times of change, nothing goes according to plan.

There's a good chance the name Jetclass Group sounds familiar, but if this is not the case, allow us a brief introduction. The company works in the luxury furniture sector, boasting different brands for different markets and styles. It is present in various parts of the world, in particular in Angola, having been a «lucky commitment of the group», according to the CEO. Harmony between classic and the contemporary is part of the company's very particular image, opting for premium materials that confer luxury to the product. Context? Done. Now it's

NA HORA DA COMPRA, AS PESSOAS SÃO MAIS CONSCIENCIOSAS E EXIGENTES

> “O conforto e funcionalidade são características muito procuradas
>
> COMFORT AND FUNCTIONALITY ARE VERY SOUGHT-AFTER FEATURES

O RUMO MAIS VERDE QUE O LUXO TEM OPTADO POR SEGUIR

THE GREENER DIRECTION THAT LUXURY HAS CHOSEN TO FOLLOW

As empresas estavam positivas e os planos de expansão eram muitos. Não tardou a mudar, também no setor mobiliário. Segundo o CEO da empresa, da pandemia resultaram mudanças de paradigma, nomeadamente, ao nível das casas, trazendo, consequentemente, um aumento das vendas de mobiliário. Durante o período de pandemia, Agostinho explica que os consumidores entenderam que «o conforto do lar é uma necessidade e passaram a olhar mais para as suas casas. Como consequência, passaram a procurar um mobiliário mais funcional, duradouro e confortável.» A casa tem-se vindo a tornar o centro de reunião para famílias e amigos, deixando de ter um papel meramente secundário. As exigências dos clientes são hoje outras, tanto no que toca à qualidade dos materiais, como ao *design*, conforto e funcionalidade. Na hora da compra, as pessoas são mais conscienciosas e exigentes.

Mas, afinal, o que procura hoje o consumidor? A era digital permitiu o fácil acesso a tudo o que se passa ao redor mundo, sem ter de se ausentar de casa. Só isto potencializou o desejo por produtos de luxo com diversos materiais e características. Agostinho esclarece que “os clientes hoje pesquisam, têm mais consciência sobre aquilo que estão a comprar, além de serem, consequentemente, influenciados por essas mesmas plataformas digitais, os media e as redes sociais.” Então, se as necessidades mudam, o mobiliário se molda às novas circunstâncias e os consumidores estão mais exigentes, o que acontece ao luxo? Bem, o CEO da Jetclass dá uma resposta clara: o conceito de luxo também se alterou. «Mas o que temos de observar é que o luxo está muito ligado a conceitos de tradicionalidade e, por isso, há um processo mais longo para que se note uma mudança efetiva». Quiçá seja a tecnologia o que mais impulsiona tal disrupção, confessa o empresário. Ainda assim, já é possível notar o rumo mais verde que o luxo tem optado por seguir. Sustentabilidade e conforto começam a funcionar como alicerces do luxo contemporâneo, este que se molda, não só às preferências do cliente, como às necessidades do planeta. «O conforto e funcionalidade são características muito procuradas nas nossas peças», revela Agostinho, mencionando que o próprio fabrico dos seus produtos também visa minimizar os desperdícios e gastos. Depois de longos dias de confinamento, a humanidade começou a olhar para o seu lar com uma perspetiva significativamente profunda. O conforto e funcionalidade começaram a sobrepor-se ao «esteticamente bonito», e a sustentabilidade tornou-se uma aliada. Mas serão estes os indicadores que marcam o início de um novo império do luxo? Agostinho Moreira crê que sim. Mas, ainda que a evolução se ponha no caminho do mobiliário, o CEO acredita que há elementos que permanecerão, sempre, intemporais.

Gostaria de conhecer alguns dos segredos do luxo? A Jetclass ajuda. Comecemos com a identidade. Para potencializar um ambiente mágico, tente contar uma história primeiro. Depois, é importante criar um jogo harmonioso de cores e texturas. *Old but gold*, esta etapa é imprescindível. O último segredo é o ponto fulcral. Todos os ambientes precisam desta componente, algo que atraia a visão como se de um íman se tratasse. E agora que começa a conhecer o idioma do luxo, lembre-se que o mercado tem certos padrões mundiais, o que não quer dizer que se deva ignorar a vertente cultural em que se insere. Trata-se também de um fator identitário.

E aí, desse lado, considera que estamos no começo de uma mudança de paradigma no domínio do luxo? A incógnita permanecerá, por agora.

time to put on our Sherlock Holmes costume and start looking for evidence.

Questioned on the outlook of the furniture sector before the outbreak of COVID-19, Agostinho mentions a rapid expansion into certain markets that had been more closed before. Companies were positive and there were many expansion plans. It didn’t take long for this to change, and this was certainly true in the furniture sector. According to the company’s CEO, the pandemic resulted in paradigm shifts, namely in terms of houses, consequently bringing an increase in furniture sales. During the pandemic period, Agostinho explains, consumers understood that «home comfort is a necessity and they began to look at their homes more. As a consequence, they started looking for more functional, durable and comfortable furniture.» The home has become the meeting place for families and friends, and no longer plays just a secondary role. Customers’ demands are different now, in terms of quality as well as materials, design, comfort and functionality. When it comes to buying, people are more conscientious and demanding.

But, in the end, what are consumers looking for today? The digital era has enabled easy access to everything that is going on around the world, without having to leave home. This alone has boosted the desire for luxury products with diverse materials and characteristics. Agostinho explains that «customers today do research, they are more aware of what they are buying, as well as, consequently, being influenced by these same digital platforms, the media and social networks.» So if requirements change, furnishings are moulded to new circumstances and consumers are more demanding, what happens to luxury? Well, the Jetclass CEO gives a clear answer: the concept of luxury has also changed. «But what we have to see is that luxury is very much linked to concepts of tradition and so there is a longer process before you can notice an effective change.» Perhaps it is technology that most drives such disruption, the entrepreneur confesses. Even so, you can already see the greener direction that luxury has chosen to follow. Sustainability and comfort are beginning to function as foundations of contemporary luxury, which is moulded not only to the preferences of the customer, but also to the needs of the planet. «Comfort and functionality are very sought-after features in our pieces,» reveals Agostinho, mentioning that the very manufacture of his products also aims to minimise waste and expense. After long days of lockdown, humanity began to look at their home from a significantly deeper perspective. Comfort and functionality began to override the «aesthetically beautiful», and sustainability became an ally. But are these the indicators that mark the beginning of a new luxury empire? Agostinho Moreira believes so. But, even if evolution stands in the way of furniture, the CEO believes that there are elements that will remain, always, timeless.

Would you like to know some of the secrets of luxury? Jetclass can help. Let’s start with identity. To maximise a magical environment, try to tell a story first. Then it’s important to create a harmonious interplay of colours and textures. ‘Old but gold’, this step is a must. The last secret is the nub of the issue. All environments need this component, something that attracts the eye like a magnet. And now that you are starting to understand the language of luxury, remember that the market has certain global standards, which does not mean that you should ignore the cultural aspect in which it is located. This is also an identity factor.

And then, with that in mind, do you think that we are at the beginning of a paradigm shift in the field of luxury? The unknown will remain, for now.

DESFLORESTAÇÃO

DEFORESTATION

T JOANA REBELO WWF

MOLDAR O SETOR ALIMENTAR ÀS NECESSIDADES DO MEIO AMBIENTE

Uma floresta silenciosa, sem lobos, linces ou ninhos de pássaros. Um espaço verde sem verde, ou amarelo, ou azul, uma floresta sem vida. É este o resultado da desflorestação: a morte. A Amazónia, a maior floresta tropical do mundo, contem aproximadamente 10% da biodiversidade do planeta Terra, mas desde há 50 anos que perdeu 20% do seu território, estando constantemente em alerta devido à desflorestação. Na Indonésia, três espécies de orangotangos estão em risco de extinção, fruto da desflorestação. No ano passado, a World Wide Fund for Nature (WWF) relatou que aproximadamente 43 milhões de hectares de floresta foram perdidos a nível mundial, entre 2004 e 2017, graças à desflorestação. Os cientistas temem que este problema dê lugar à próxima pandemia, uma vez que pode

SHAPING THE FOOD SECTOR TO THE NEEDS OF THE ENVIRONMENT

A silent forest, without wolves, lynxes or bird nests. A green space without green, or yellow, or blue, a forest without life. This is the result of deforestation: death. The Amazon, the world's largest tropical forest, contains approximately 10% of the planet's biodiversity, but in the last 50 years it has lost 20% of its territory and is constantly on alert due to deforestation. In Indonesia, three orangutan species are at risk of extinction as a result of deforestation. Last year, the World Wide Fund for Nature (WWF) reported that between 2004 and 2017 approximately 43 million hectares of forest were lost globally thanks to deforestation. Scientists fear that this problem will lead the way to the next pandemic, as it could trigger the spread of infectious diseases. According to the *Proceedings of the National*

desencadear a propagação de doenças infeciosas. Segundo o estudo *Proceedings of the National Academy of Sciences*, entre 2003 e 2015, o aumento anual de 10% da perda de floresta originou o aumento de 3% dos casos de malária. Começando a tomar proporções incontroláveis, de ano para ano, o mundo viu-se obrigado a descruzar os braços. A mudança surgiu dos números exorbitantes e alarmantes que a imprensa comunicava ao mundo, dos discursos de cientistas, presidentes e ambientalistas, surgiu do medo pelo futuro e do risco de as gerações vindouras viverem num mundo sem cor e inundado de doenças.

A sustentabilidade começou, assim, a fazer parte da realidade das marcas, tornando-se uma condição necessária para o cliente e um requisito obrigatório no serviço e produção das empresas. O esteticamente bonito já não é suficiente, visto que a composição do produto pode ser enganadora e, por isso, informar de onde e como é um dever da empresa e um direito do consumidor. A importação de produtos como soja, óleo de palma, madeira, cacau e café colocam a Europa como um dos principais motores de desflorestação

Academy of Sciences study, between 2003 and 2015, a 10% annual increase in forest loss led to a 3% increase of malaria cases. With the onset of uncontrollable proportions, from year to year, the world has been forced to uncross its arms. The change came from the exorbitant and alarming figures that the press communicated to the world, from the speeches of scientists, presidents and environmentalists, it came from the fear for the future and from the risk of future generations living in a world without colour and engulfed in diseases.

Sustainability hence began to be part of brands' reality, becoming a necessary condition for customers and a mandatory requirement in company service and production. The aesthetically beautiful is no longer enough, since the composition of the product may be misleading and, therefore, informing people about where a product comes from and how is a company's duty and a consumer's right. The importing of products, such as soy, palm oil, wood, cocoa and coffee make Europe one of the main drivers of global deforestation and, as a response, the food sector has adopted

EUROPA É UM DOS PRINCIPAIS MOTORES DE DESFLORESTAÇÃO

mundial e, como resposta, o setor alimentar tem adotado uma postura mais consciente. A marca *Nestlé*, por exemplo, comprometeu-se a trabalhar com óleo de palma de forma mais sustentável. O produto, bastante utilizado pela empresa, consiste num óleo extraído do fruto de uma palmeira, que normalmente vive entre 28 e 30 anos. Já a *Danone* começou a racionalizar a soja, a polpa de madeira, utilizada para as embalagens, e o óleo de palma. Tal como elas, existem outras marcas como *Reckitt Benckiser* e *Procter & Gamble*. O próprio consumidor também se teve de adaptar. O equilíbrio do meio ambiente depende da alimentação mundial, e não foi há muito tempo que se começou a ouvir falar das *future foods*. Este termo corresponde ao pilar da

EUROPE IS ONE OF THE MAIN DRIVERS OF DEFORESTATION

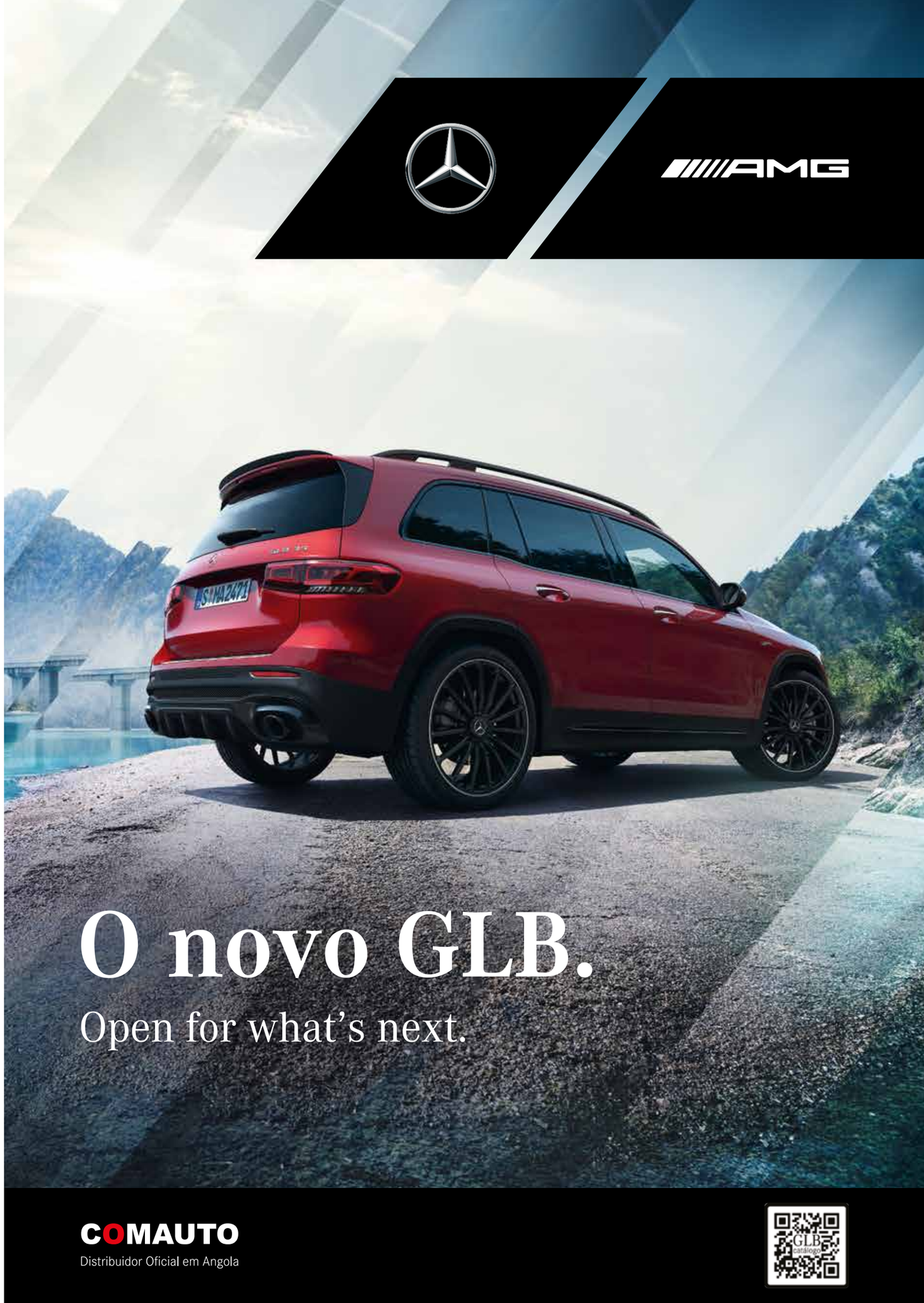
a more conscious stance. The *Nestlé* brand, for example, has committed to working with palm oil in a more sustainable way. Widely used by the company the product consists of an oil extracted from the fruit of a palm tree, which normally lives between 28 and 30 years. *Danone*, on the other hand, has started to ration soy, wood pulp, used for packaging, and palm oil. There are other brands, such as *Reckitt Benckiser* and *Procter & Gamble*, doing the same. Consumers themselves have also had to adapt. The environment's balance depends on the world's food, and it was not so long ago that we began to hear about future foods.

O EQUILÍBRIO DO MEIO AMBIENTE DEPENDE DA ALIMENTAÇÃO MUNDIAL

inovação e da adaptação e é a nova realidade do setor alimentar. Têm-se unido esforços para desenvolver alimentos e bebidas simultaneamente saudáveis e sustentáveis, através da exploração de novas formas de produção, assim como o envolvimento de outro tipo de agentes, desde especialistas a produtores com evidentes práticas sustentáveis. As marcas têm caminhado no sentido de apresentar um maior leque de soluções sustentáveis e de fácil acesso a todos, jogando com o *walk the talk* para tocar no coração da humanidade, poupando a natureza de mais sofrimento.

THE ENVIRONMENT'S BALANCE DEPENDS ON THE WORLD'S FOOD

This term corresponds to the pillar of innovation and adaptation and is the new reality of the food sector. Forces have been joined to develop foods and drinks that are both healthy and sustainable, through the exploration of new forms of production, as well as the involvement of other types of agents, from specialists to producers with palpable sustainable practices. Brands have been moving towards presenting a wider range of sustainable solutions that are easily accessible to all, doing the 'walk the talk' to touch the heart of humanity, sparing nature from further suffering.



INDÚSTRIA COSMÉTICA
COSMETIC INDUSTRY | 14

MAQUILHAGEM

MAKE-UP

T JOANA REBELO | DIREITOS RESERVADOS | RIGHTS RESERVED

O HOMEM NA MIRA DA INDÚSTRIA COSMÉTICA

Embora por muitos desconhecido, o uso de maquilhagem no género masculino é uma atividade que carrega milhares de anos às costas. Os homens das cavernas pintavam o corpo de um pó avermelhado para assustar os inimigos ou para se embelezarem para os ritos de adoração aos deuses. Já em 4000 a.C, os egípcios valorizam o ornamento facial, aliás, os faraós recorriam aos delineadores e às cores fortes, como o preto e dourado, para exibirem poder e luxo, e a sombra verde servia como prevenção de doenças. Os *vikings* utilizavam, durante as guerras, um pó para os olhos, e os homens das tribos africanas como a *Wodaabe* esmeravam-se nos truques e contornos das suas pinturas para impressionarem as mulheres. Também no tempo da dinastia inglesa era comum o uso de maquilhagem por parte dos homens, visto que o padrão de beleza era possível de ser atingido pelo *blush* e pó branco. Para fins bons ou maus, o sexo masculino mostrava forte relação com a *makeup*. A partir da Idade Média, esta tendência esmoreceu, uma vez que passou a ser vista como pouco divina. O Ocidente começou a olhar para a maquilhagem como uma prática exclusivamente feminina, e o estereótipo espalhou-se como um vírus.

MEN IN THE SIGHTS OF THE COSMETICS INDUSTRY

Although unknown to many, the use of make-up by the male gender is an activity that goes back thousands of years. Cave men painted their bodies with a reddish powder to frighten enemies or to beautify themselves for rites of worshiping the gods. As early as 4000 BC, the Egyptians valued facial adornment, in fact, the pharaohs used eyeliner and strong colours, such as black and gold, to display power and luxury, and green eyeshadow served to prevent illness. During wars, Vikings used a powder for the eyes, and African tribesmen like the *Wodaabe* excelled in the tricks and contours of their paintwork in order to impress women. Also, in the 18th century, male English aristocrats commonly wore make-up, when it was considered that beauty could be achieved with blush and white powder. The male sex has revealed a strong relationship with make-up for various purposes. From the Middle Ages onwards, this trend faded, as it was seen as ungodly. The West began to look at make-up as an exclusively female practice, and the stereotype spread like a virus.

Currently trends are returning to their origins. Men's cosmetics is now a growing sector that is giving rise to paradigm shifts in a conventionally female industry. «Men are beginning

> “OS HOMENS COMEÇAM A IGUALAR-SE ÀS MULHERES NO CONSUMO DIÁRIO DE COSMÉTICOS

> “MEN ARE STARTING TO MATCH WOMEN IN THE DAILY CONSUMPTION OF COSMETICS

Atualmente, as tendências estão a regressar às origens. A cosmética masculina é, agora, uma vertente em expansão, que está a dar lugar a mudanças de paradigma numa indústria convencionalmente feminina, «os homens começam a igualar-se às mulheres no consumo diário de cosméticos, considero até que começam a ter mais cuidados do que a figura feminina», afirma o maquilhador Henrique Salvador, habituado ao contacto com figuras internacionais dos quatro cantos do mundo. Um estudo feito pela consultoria *Grand View Research*, em 2019, revelou que o mercado de cosmética masculino rondou o valor mundial de 39.000 milhões de euros. No mesmo ano, a *L'Óreal* Portugal provou que 75% dos homens portugueses utilizavam produtos de beleza, embora 64% continuasse a utilizar gamas unissexo. De mãos dadas com as novas inclinações, marcas conceituadas como

to equal women in their daily consumption of cosmetics, I even consider that they are starting to take more care than the female face,» says make-up artist Henrique Salvador, used to contact with international figures from the four corners of the world.

A study done by consultants *Grand View Research* in 2019 revealed that the male cosmetics market was worth around 39 billion Euros worldwide. In the same year, *L'Óreal* Portugal proved that 75% of Portuguese men were using beauty products, although 64% continued to use unisex ranges. Hand in hand with the new trends, reputable brands such as Chanel are responding to the needs of a growing public by launching collections of entirely masculine products. Another example is *War Paint*, which makes the male gender the protagonist of its products, dedicating itself to selling make-up exclusively

a Chanel dão resposta às necessidades de um público em ascensão, lançando coleções de produtos inteiramente masculinos. Um outro exemplo é a *War Paint*, que coloca o sexo masculino como protagonista dos seus produtos, dedicando-se à venda de maquilhagem exclusivamente para este género. Outras marcas como *Tom Ford*, *Menaji*, *Jean Paul Gaultier* e *Myego* seguem as mesmas pisadas. O que é certo é que o mundo digital tem tido um papel ativo no combate de um estereótipo vincado na sociedade. «Antigamente, via o homem a usar um corretor de olheiras, hoje vejo-o a maquilhar os seus olhos num direto do *Instagram*. Esta nova geração vê as coisas de maneira diferente.» Vozes de maquiadores e influenciadores têm sido ouvidas por milhões de espectadores, o que, efetivamente, impulsiona o lado destemido de muitas figuras masculinas pelo mundo fora. «As coisas estão a mudar. No meu trabalho tenho sempre muitos homens para maquilhar, já tive presidentes de bancos e escritores a requisitar os meus serviços.» A afirmação da liberdade e igualdade de género através da cosmética tem ganho forma e tamanho com movimentos virtuais, famosos com poder oratório, influenciadores e marcas, e o resultado... bem, transcende os *likes* e vendas, uma vez que está a originar rotura de ideias pré-concebidas e o desenvolvimento e adaptação da indústria cosmética ao mundo moderno.

for this gender. Other brands such as *Tom Ford*, *Menaji*, *Jean Paul Gaultier* and *Myego* are following in the same footsteps. What is certain is that the digital world has played an active role in combating a stereotype engrained in society. «In the past, I used to see men wearing a concealer for dark circles under their eyes, today I see them doing their eye make-up in an *Instagram* live. This new generation sees things differently.» Voices of makeup artists and influencers have been heard by millions of viewers, which effectively boosts the fearless side of many male figures around the world. «Things are changing. In my work I always do makeup for a lot of men, I've had bank presidents and writers requesting my services.» The affirmation of gender freedom and equality through cosmetics has grown in form and size with virtual movements, famous people with speak out, influencers and brands, and the result... well, it transcends likes and sales, as it is giving rise to a breakdown of preconceived ideas and the development and adaptation of the cosmetic industry to the modern world.

EM 2019 (...) O MERCADO DE COSMÉTICA MASCULINO RONDOU O VALOR MUNDIAL DE 39.000 MILHÕES DE EUROS

IN 2019 (...) THE MALE COSMETICS MARKET WAS VALUED AT AROUND 39,000 MILLION EUROS WORLDWIDE

JOÃO VAZ
CEO AUTO SUECO ANGOLA

Diversificação económica

Criada em 1991 e sedeada em Luanda, a Auto Sueco representa oficialmente a marca VOLVO em Angola. Importa, comercializa e presta assistência após-venda a Autocarros, Automóveis, Camiões e Motores da marca em território angolano. Hoje somos também representantes da marca de grupos geradores Kohler no nosso país, bem como de equipamentos de transporte, tendo ao dispor dos transportadores opções de semi-reboques, ao nível de plataformas, carga geral, combustível, água, GPL, basculante, porta-máquinas, e outras soluções de carga.

Com instalações técnicas em Luanda, Lobito e Lubango, dispomos atualmente de equipas especializadas que prestam assistência a todos os equipamentos que comercializamos, bem como o fornecimento de peças genuínas.

Nos últimos anos temos assistido ao crescimento da produção nacional, bem como a uma maior atenção e dedicação à diversificação económica. É assim necessário continuar a melhorar o ambiente de negócios, abrindo e promovendo o acesso ao crédito às pequenas e médias empresas, com o intuito de se estabelecer um ambiente de maior empreendedorismo e inovação, potenciando o crescimento de outros sectores da economia. Com esta diversificação em curso, acompanhada pelo crescimento dos sectores não petrolíferos, os transportes e logística apresentam-se de vital importância. Mais e melhores rodovias, para alavancar os fluxos de pessoas e bens, são um dos vetores importantes para assegurar este crescimento. Na Auto Sueco, iremos continuar a contribuir para este caminho de enorme relevância para o desenvolvimento industrial angolano, como temos feito nos últimos 30 anos, apresentando novas tecnologias, novos equipamentos, sempre vocacionados para a mobilidade de pessoas e bens, promovendo a eficiência operacional aliada à segurança, com o símbolo de qualidade da Volvo, reconhecido mundialmente.

Ao longo de 30 anos, temos vindo a percorrer milhares de quilómetros ao lado de Angola e do seu progresso. Vivemos a sua história e contribuímos orgulhosamente para o seu desenvolvimento, desempenhando um papel determinante na evolução da economia do país.

Através dos nossos produtos, serviços e novas tecnologias, criamos parcerias duradouras, respondendo com qualidade, eficiência e fiabilidade à exigência das suas necessidades, contribuindo para o seu sucesso. Continuaremos a percorrer este caminho de desenvolvimento, dando o nosso contributo para fazer «Angola andar».

Economic diversification

Established in 1991 and with its head offices in Luanda, Auto Sueco officially represents the VOLVO brand in Angola. It imports, sells and provides after-sales service for the brand's buses, cars, lorries and engines in Angolan territory. Today we are also representatives of the Kohler genset brand in our country, as well as for transport equipment, supplying hauliers with options, such as semi-trailers, at platform level, general cargo, fuel, water, LPG, dumper, machine carriers, and other cargo solutions.

With technical facilities in Luanda, Lobito and Lubango, we currently have specialised teams that provide assistance for all the equipment that we sell, as well as supplying genuine parts.

In recent years we have witnessed the growth of national production as well as a greater attention and dedication to economic diversification. It is therefore necessary to continue to improve the business environment, opening and promoting access to credit for small and medium enterprises, in order to establish an environment of greater entrepreneurship and innovation, enhancing the growth of other sectors of the economy. With this diversification underway, accompanied by the growth of the non-oil sectors, transport and logistics are of vital importance. More and better roads, to promote the flow of people and goods, are one of the important vectors to ensure this growth. At Auto Sueco, we will continue to contribute to this path, which is of great importance for Angolan industrial development, as we have done for the last 30 years, presenting new technologies, new equipment, always geared towards the mobility of people and goods, promoting operational efficiency combined with safety, with the worldwide recognised Volvo symbol of quality.

Over the past 30 years, we have travelled thousands of kilometres alongside Angola and its progress. We have lived its history and proudly contributed to its development, playing a decisive role in the country's economic evolution.

Through our products, services and new technologies, we create lasting partnerships, responding with quality, efficiency and reliability to the demands of your needs, contributing to your success. We will continue to follow this path of development, making our contribution to make «Angola move».

Artigo na íntegra: www.villasegolfe.co.ao
Full article: www.villasegolfe.co.ao

Villas&Golfe

Assine a Villas&Golfe Industry /
/ Subscribe to Villas&Golfe Industry

15.000,00 KW x 4 edições / editions = 60.000,00 KW

@villasegolfe Villas&Golfe

#02 www.villasegolfe.co.ao villasegolfe@villasegolfe.com

CHOPARD

Como não poderia faltar, Chopard apresenta a sua coleção tapete vermelho deste ano, em parceria com o Festival de Cannes. Incorporada num leque variado de criações de *Haute Joaillerie*, a coleção joga com a criatividade sem limites e a mestria em joalharia, inspirando-se no tema *Chopard Loves Cinema* para a 75ª edição do festival. A sétima arte uniu-se a 75 peças de joalharia, desde colares, brincos e pulseiras de pedras preciosas a colares de diamantes deslumbrantes, feitos de pedra amarela e acastanhada de 70 quilates. Trata-se de um cruzamento harmonioso de diferentes concessões de arte, emergindo um tesouro misterioso dividido entre safiras, diamantes, titânio e tanzanites. Uma coleção verdadeiramente ousada e contemporânea.

As could only be expected, Chopard presents its red carpet collection this year, in partnership with the Cannes Film Festival. Incorporated in a varied range of *Haute Joaillerie* creations, the collection plays with boundless creativity and jewellery mastery, taking inspiration from the *Chopard Loves Cinema* theme for the festival's 75th edition. The seventh art has joined 75 pieces of jewellery, from gemstone necklaces, earrings and bracelets to dazzling diamond necklaces showcasing a 70-carat brownish yellow pear-shaped stone. It is a harmonious intersection of different art concessions, bringing about a mysterious treasure featuring sapphires, diamonds, titanium and tanzanite. A truly daring and contemporary collection.

LIU JO

Glam Medallion é a nova coleção primavera/verão de Liu Jo. Gamas de óculos de sol e óculos graduados com o logótipo icónico LJ Medallion e um pequeno cristal reluzente nas hastes são as preferências para as duas estações mais quentes do ano. Resultando de um *mix* de materiais *lightweight*, os modelos exibem alta qualidade e, simultaneamente, *glamour* e sensualidade, os valores representativos de uma mulher tipicamente Liu Jo. A nova coleção aposta na intemporalidade dos óculos geometricamente quadrados e pretos, acompanhados de lentes refinadas, e um elemento surpresa: uma corrente de joias multifuncional, podendo ser usada exclusivamente como colar.

Glam Medallion is the new spring/summer collection from Liu Jo. Ranges of sunglasses and prescription glasses with the iconic LJ Medallion logo and a small glittering crystal on the temples are the favourites for the two warmest seasons of the year. Resulting from a mix of lightweight materials, the models reveal high quality and, at the same time, *glamour* and sensuality, the representative values of a typically Liu Jo woman. The new collection focuses on the timelessness of geometrically square and black glasses, accompanied by refined lenses, and a surprise element: a multifunctional jewellery chain, which can be worn exclusively as a necklace.

JACQUEMUS

Le Papier é a nova coleção da marca francesa, onde também o branco e a sua magnificência reinam. Em destaque está a *Le Sac Rond*, uma bolsa com traços futuristas e formas vincadas. Disponível em seis cores, desde o bege ao azul turquesa, o modelo exibe formato circular e bordas tingidas. A bolsa é marcada pelo seu elegante porte pequeno e a sua estrutura em *nobuck* impermeável, contendo fechamento com aba magnética e alça redonda de ombro removível. Totalmente forrada em algodão, a peça incorpora o logótipo da Jacquemus em metal dourado. É impossível ficar indiferente aos traços singulares e sofisticados da nova *Le Sac Rond*.

Le Papier is the new collection from the French brand, in which white and its magnificence also reign supreme. Here we highlight the *Le Sac Rond*, a bag with futuristic lines and distinctive forms. Available in six colours, from beige to turquoise blue, the model has a circular shape and dyed edges. The bag is marked by its elegant small size and its structure in waterproof nubuck, containing a magnetic flap fastener and a round removable shoulder strap. Fully lined in cotton, the piece features the Jacquemus logo in golden metal. It is impossible to remain indifferent to the unique and sophisticated design of the new *Le Sac Rond*.

ROLEX

A marca divulgou o novo modelo *Lady-Datejust*, um relógio digno de um elemento da realeza. O esplendor dos diamantes é atingido com esta novidade, que faz jus ao domínio joalheiro da Rolex. O modelo está disponível num vasto leque de modalidades, permitindo ao usuário optar por aquele que melhor reflete a sua identidade. Compostos por aço Oystersteel, ouro branco e amarelo ou Everose 18 quilates, os adornos do Lay-Datejust são meticulosamente trabalhados e aperfeiçoados, causando impacto visual quando vistos pela primeira vez, dada a sua estética deslumbrante e luxuosa. A sua produção faz com que seja um relógio resistente e com determinada durabilidade.

The brand has unveiled its new model *Lady-Datejust*, a watch worthy of a member of royalty. The splendour of diamonds is highlighted with this new piece, which lives up to Rolex's mastery in the art of jewellery making. The model is available in a wide range of versions, allowing the wearer to opt for the one that best reflects their identity. Composed of Oystersteel, 18-carat white, yellow or Everose gold, the *Lady-Datejust*'s adornments are meticulously crafted and refined, making a visual impact when first seen, given their stunning and luxurious aesthetics. Its production makes it a sturdy timepiece with undeniable durability.

CHRISTIAN DIOR

Christian Dior apresenta a mais recente trilogia da sedução: três aromas irresistíveis e elegantes, uma verdadeira sinfonia de fragrâncias. Lavanda, íris e flor de laranjeira são alguns dos segredos da criação de Francis Kurkdjian, que projeta em cada perfume uma tensão olfativa diferente, embora se complementem no seu conjunto. Audácia e tradição são os valores em que assentam as fragrâncias, desde a Eau Noire, que tem como protagonista a lavanda, à Cologne Blanche e Bois D'Argent, apostando na flor de laranjeira e íris, respetivamente. Aromas no ponto, a marca aposta num exterior clean, de cores suaves, mas traços elegantes e naturais. Inseridas em frascos simples e delicados, as fragrâncias são o glow up para dar o próximo passo e marcar o olfato de alguém especial.

Christian Dior presents the latest trilogy of seduction: three irresistible and elegant scents, a veritable symphony of fragrances. Lavender, iris and orange blossom are some of the secrets in Francis Kurkdjian's creation, who projects a different olfactory tension in each perfume, although they complement each other as a whole. Daring and tradition are the values on which the fragrances are based, from Eau Noire, with lavender as its star, to Cologne Blanche and Bois D'Argent, focusing on orange blossom and iris, respectively. Scents that hit the mark, the brand presents a clean exterior, soft colours, but with elegant and natural lines. Presented in simple and delicate bottles, the fragrances are the glow-up to take the next step and mark the scent signature of someone special.

H. MOSER & CIE

Pioneer Cylindrical Tourbillon é o novo modelo de H. Moser & Cie, um relógio com olhar contemporâneo e aventureiro. Pertencente a uma terceira dimensão, este produto foge à vulgaridade, adotando um estatuto de obra de arte graças ao seu movimento cilíndrico de aparência esqueleto. Contém um cristal de safira, uma mola cilíndrica, proporções equilibradas e é resistente à água, características que, em conjunto, refletem o carácter teatral da peça, espelhando, também, os valores da própria marca. Com diâmetro de 34mm, o relógio cruza a intemporalidade com uma visão futurista a partir de horas e minutos, tornando o modelo acessível a diferentes públicos.

Pioneer Cylindrical Tourbillon is the name of H. Moser & Cie's new model, a watch with a contemporary and adventurous look. Part of a third dimension, this product eschews vulgarity, adopting a work of art status thanks to its skeleton-like cylindrical movement. It contains a sapphire crystal, a cylindrical spring, balanced proportions and is water resistant, features that together reflect the piece's theatrical character, while also mirroring the values of the brand itself. With a diameter of 34 mm, the watch unites timelessness with a futuristic vision of hours and minutes, making the model accessible to different audiences.

GIORGIO ARMANI

A partir das linhas fortes e curvas do frasco se exibem os ombros masculinos da fragrância *Stronger With You Only*, um *design* que espelha o caráter viril do perfume. Com a presença da baunilha borboun e também de acorde de castanha, o aroma é resumido a facetas de couro, uma combinação que exibe sensualidade irresistível, comum a um homem ousado. A atmosfera olfativa inclui toranja fresca e lavanda de provença, criando uma tonalidade forte e surpreendentemente original. Trata-se de uma energia moderna, quente e apaixonante, criada, este ano, pela Giorgio Armani.

The bottle's strong, curved lines show off the masculine shoulders of the Stronger With You Only fragrance, a design that mirrors the perfume's virile character. With the presence of bourbon vanilla and also chestnut accords, the fragrance is summed up with facets of leather, a combination that displays irresistible sensuality, common to a daring man. The olfactory atmosphere includes fresh grapefruit and lavender from Provence, creating a strong and surprisingly original tone. It is a modern, warm and passionate energy, created by Giorgio Armani this year.

GUCCI

O novo modelo da Gucci é dedicado ao público masculino, direcionando os holofotes para uma mochila *GG Supreme*, que emana luxo e virilidade. O *design* do produto incorpora o emblema icónico da marca através de um acabamento em couro preto, bem a combinar com o tom escuro dos acessórios da mochila. Costas e alças acolchoadas, parte superior dobrável com fecho magnético e forro de linho de algodão são os destaques do modelo, produzido em Itália. O caráter prático e a leveza da mochila tornam-na num produto ideal para dias de trabalho longos e viagens demoradas.

Gucci's new model is dedicated to the male audience, putting the spotlight on a *GG Supreme* backpack, which emanates luxury and virility. The product's design incorporates the brand's iconic emblem through a black leather finish, matching the dark tone of the backpack's accessories. Padded back and shoulder straps, folding top with magnetic fastener and cotton linen lining are the highlights of the model, produced in Italy. The backpack's practical nature and lightness make it an ideal product for long working days and long trips.

MONTBLANC

Montblanc lança uma nova coleção em nome da magia dos contos de fadas dos irmãos Grimm, que perduram ao longo de gerações e gerações. A marca celebra a arte e criatividade dos escritores, desta vez, com a coleção Montblanc Writers Edition, inspirada na obra *Contos Maravilhosos Infantis*, mais concretamente *Branca de Neve*, *Hansel & Gretel*, *Bela Adormecida* e *Rapunzel*. A concretização desta coleção assenta em quatro edições, que partilham a aparência de um bastão de madeira, o formato inusitado do clipe que, quando visto de frente, revela uma raiz retorcida, mas, quando virada de lado, exibe o perfil dos irmãos Grimm, e o anel da tampa em cada instrumento de escrita, que é gravado com as icónicas palavras "Es war einmal", o que traduzindo significa "Era uma vez". Como complemento, incorpora, em cada aparo, as chamas ardentes, que representam as fogueiras em torno das quais as crianças se sentam para ouvir os contos.

Montblanc launches a new collection in the name of the magical fairy tales of the Brothers Grimm, which have endured generation after generation. The brand celebrates the art and creativity of the writing duo with the Montblanc Writers Edition collection, inspired by the Children's Fairy Tales, specifically *Snow White, Hansel & Gretel, Sleeping Beauty and Rapunzel*. The realisation of this collection is based on four editions, which share the appearance of a wooden stick, the unusual shape of the clip which, when viewed from the front, reveals a twisted root but, when turned sideways, displays the profile of the Brothers Grimm, and the ring on the lid on each writing instrument, which is engraved with the iconic words "Es war einmal", which translates as "Once upon a time". As a further complement, it incorporates burning flames on each nib, which represent the fires around which the children sit to listen to the tales.

DOLCE & GABBANA X PERSOL

A troca de olhares entre a Dolce & Gabbana e a Persol resultou numa especial coleção de óculos de sol e graduados, unindo o ADN de duas marcas italianas. Trata-se de um projeto que envolve quatro propostas, duas para óculos graduados e outras duas para óculos de sol. Os modelos estão disponíveis em dois tamanhos, tendo sempre em comum a veia minimalista e criativa. A coleção é fresca e moderna, com um toque de exuberância com a armação *D-frame* clássica, o predomínio da transparência, pormenores no logótipo e combinações cromáticas consoante o estilo das marcas, desde o preto da Persol ao universo colorido da Dolce & Gabbana. O estilo do verão foi reinventado a partir da parceria entre estas duas marcas de luxo.

The exchange of looks between Dolce & Gabbana and Persol has resulted in a special collection of sunglasses and prescription glasses, uniting the DNA of two Italian brands. It is a project that involves four suggestions, two for prescription glasses and another two for sunglasses. The models are available in two sizes, always with the minimalist and creative vein in common. The collection is fresh and modern, with a touch of exuberance with the classic *D-frame*, the predominance of transparency, details in the logo and colour combinations in accordance with the brands' styles, from Persol's black to the colourful universe of Dolce & Gabbana. The summer style has been reinvented through the partnership between these two luxury brands.

FEIRA INTERNACIONAL DE LUANDA

LUANDA INTERNATIONAL FAIR

37.ª EDIÇÃO DA FILDA RECEBE MAIS EXPOSITORES DO QUE EM 2021

O maior evento de Indústria em Angola conheceu a sua 37.ª edição, desta vez sob o mote *Tecnologias disruptivas como suporte ao desenvolvimento da economia*. A Feira Internacional de Luanda (FILDA) abriu as portas ao empreendedorismo entre 16 e 20 de julho, datas que sofreram modificações devido ao luto nacional pela morte de José Eduardo dos Santos, antigo presidente de Angola. O atraso não impediu o sucesso, uma vez que o evento contou com a participação de 630 expositores de 15 países, números que superam o ano anterior, com a presença de países como Angola, Japão, Alemanha, Portugal, China, Reino Unido, EUA, entre muitos outros. O grupo Arena, co-organizador da feira, junto do Ministério da Economia e Planeamento, manteve a preferência pela localização, desenvolvendo-se entre as quatro paredes do pavilhão da Zona Económica Especial aquela que é a 'praça' dos grandes negócios nacionais e internacionais. A FILDA 2022 ficou marcada pelas palavras do Ministro de Estado para a Coordenação Económica, destacando a atratividade crescente do mercado angolano e, sobretudo, a sua resiliência após momentos de grande tensão, motivados pela pandemia. Em peso esteve a China, Portugal e Reino Unido, embora fosse uma estreia para outros países. O que é certo é que, de ano para ano, o evento conquista mais presenças e maiores hipóteses de negócio, que o diga a editora PM Media, que pelo segundo ano consecutivo também esteve presente com stand, dando a conhecer o seu trabalho e a ***Villas&Golfe***, uma revista com um histórico de 13 anos em Angola.

37TH EDITION OF FILDA RECEIVES MORE EXHIBITORS THAN IN 2021

The biggest Industry event in Angola saw its 37th edition, this time under the theme «*Disruptive technologies as a support to the development of the economy*». The Luanda International Fair (FILDA) opened its doors to entrepreneurship July 16-20, dates that had to be changed due to national mourning for the death of José Eduardo dos Santos, the former president of Angola. The delay did not prevent its success, as the event was attended by 630 exhibitors from 15 countries, figures that exceeded those of the previous year, with the presence of countries such as Angola, Japan, Germany, Portugal, China, United Kingdom, USA, among many others. The Arena group, co-organiser of the fair, together with the Ministry for the Economy and Planning, maintained its preference for the location, with the fair taking place within the four walls of the Special Economic Zone pavilion, which is the 'marketplace' for major national and international businesses. FILDA 2022 was marked by the words of the Minister of State for Economic Coordination, highlighting the growing attractiveness of the Angolan market and, above all else, its resilience after times of great tension caused by the pandemic. China, Portugal and the United Kingdom marked their presence once again in force, although the event was a first for other countries. What is certain is that, from year to year, the event gains more attendees and greater business opportunities, as confirmed by publisher PM Media, which for the second consecutive year also had a stand, presenting its work and ***Villas&Golfe***, a magazine with a 13-year history in Angola.

TECNOLOGIA

TECHNOLOGY

INNERSPACE, O CARRO DA FICÇÃO CIENTÍFICA

Uma sala de estar sobre rodas foi uma das principais novidades que marcou o *Consumer Eletronic Show 2022*. O *Cadillac InnerSpace Concept* é um protótipo que une tecnologia e conforto, possibilitando viagens que poupam tempo e previnem desgaste do condutor. A General Motors desenhou um modelo luxuoso, com vidro panorâmico no teto para noites de céu estrelado e portas que abrem de forma a proporcionar saídas mais confortáveis e espaçosas. Os bancos são giratórios, podendo espreitar para fora quando as portas se encontram abertas, causando maior comodidade. O papel da eletrificação e da condução autónoma é o fator chave de todo o funcionamento do modelo, aleados à Inteligência Artificial. Com grade fechada à frente, bem iluminada, o carro incorpora faróis verticais, pneus com tecnologias *SoundComfort* e *SightLine*, que indicam ao condutor a temperatura, pressão, carga e outros fatores de desempenho, espelhos retrovisores laterais digitais e rodas gigantes, com função aerodinâmica.

A autonomia da nave espacial, entre outras características técnicas, ainda fica por ser divulgada, resta dar asas à criatividade e começar a pensar no *date* perfeito dentro de uma fera elétrica, que não aceita que a domestiquem.

INNERSPACE, THE SCIENCE FICTION CAR

A living room on wheels was one of the main innovations to have caused a stir at the *Consumer Electronic Show 2022*. The *Cadillac InnerSpace Concept* is a prototype that unites technology and comfort, enabling journeys that save time and prevent driver exhaustion. General Motors has designed a luxurious model, with panoramic glass on the roof for nights with starry skies and doors that open to make it more comfortable and spacious when leaving the vehicle. The seats can swivel round and pivot outwards when the doors are open, making it even more convenient to get out and in. The role of electrification and autonomous driving is the key factor in the whole operation of the model, combined with Artificial Intelligence. With a closed grille at the front, with integrated LED lighting, the car incorporates vertical headlights, tyres with *SoundComfort* and *SightLine technologies*, which tell the driver the temperature, pressure, load and other performance factors, digital side mirrors and giant wheels, with aerodynamic function.

The range of this 'spaceship', among other technical characteristics, is yet to be divulged. All that remains is to give free rein to creativity and start to think about the perfect date inside an electric beast, which won't accept the thought of being tamed.

TÊXTIL

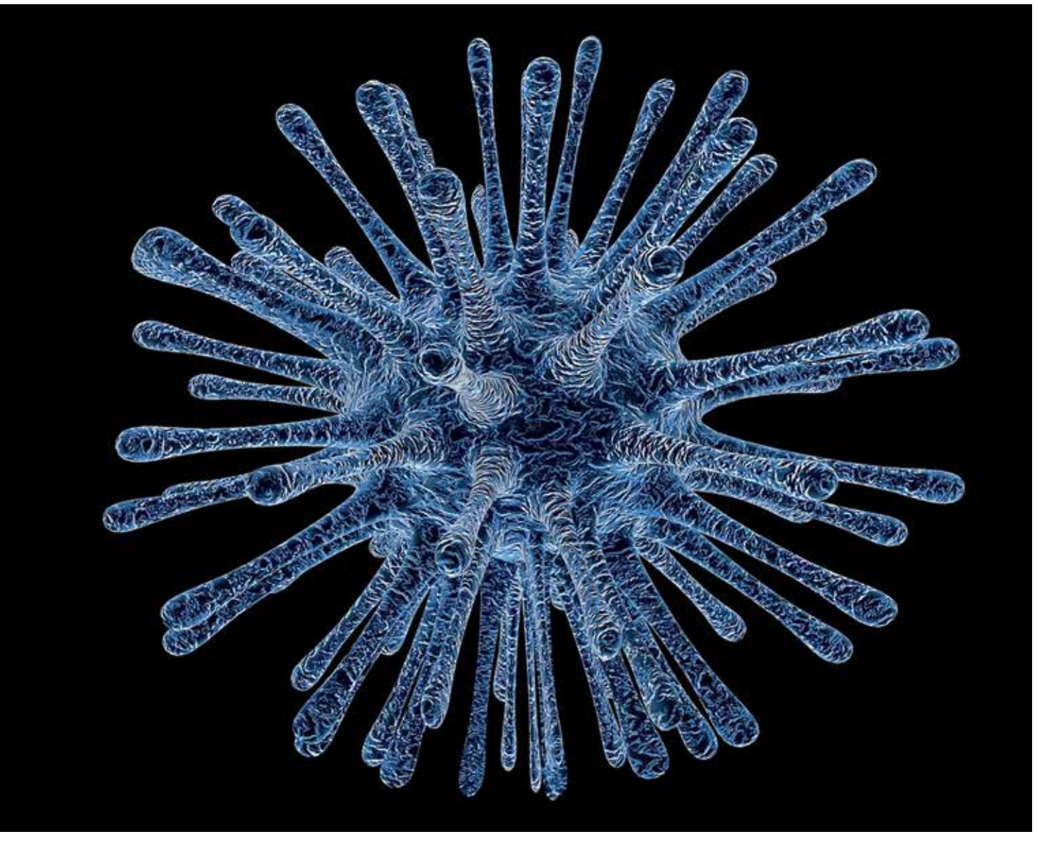
TEXTILE

RIACHUELO LANÇA ROUPAS COM TECNOLOGIA ANTIVIRAL

Tudo começou com o surgimento da *HeiQ Viroblock*, quando se aprovou, em laboratório, a eficácia de 99,9% da tecnologia suíça contra o coronavírus. Depois, foi uma questão de tempo até as marcas se moldarem à inovação. A *Riachuelo* apostou no têxtil futurista, lançando peças de roupa feitas da fascinante tecnologia *HeiQ*. Calças jeans foram a aposta da marca, idealizadas para responder às necessidades de uma população mundial inibida pelo vírus. A tecnologia integrada permite a funcionalidade da peça até 30 ciclos de lavagem, realizados sempre no modo delicado, consoante as recomendações. Com fechos zíper e botões, bolsos frontais e posteriores e modelo *skinny* disponível, tomar-se-ia rapidamente o modelo por vulgar. Mas são a prata e a vesícula lipossomal que fazem das calças uma das mais recentes inovações da indústria têxtil. Estes principais ativos, incorporados na peça de roupa, têm a aptidão de encapsular moléculas que se ligam ao vírus, puxando a gordura que o reveste, conseguindo, assim, deixá-lo incapaz de gerar contaminação. Na verdade, esta inovação é mais um complemento de proteção contra o *SARS-Cov-2*, fazendo jus ao caráter versátil da indústria têxtil contemporânea. Além das calças, a *Riachuelo* também disponibiliza máscaras e camisas para adultos e crianças, que conciliam a segurança e o estilo.

RIACHUELO LAUNCHES CLOTHING WITH ANTIVIRAL TECHNOLOGY

It all started with the emergence of *HeiQ Viroblock*, when a 99.9% effectiveness against coronavirus of this Swiss technology was confirmed in the laboratory. After that it was only a question of time before the brands would adapt to the innovation. *Riachuelo* has invested its efforts into futuristic textiles, launching clothes made with the fascinating *HeiQ* technology. The brand has focused on jeans, designed to meet the needs of a world population inhibited by the virus. The integrated technology enables the piece's functionality for up to 30 washing cycles, when washed on the delicate cycle, according to the recommendations. With zip and button fly, front and back pockets and skinny version available, you would easily take the model for being standard jeans. But it is the silver and the liposomal vesicle that make these trousers one of the most recent innovations in the textile industry. These main active ingredients, incorporated in the garment, have the ability to encapsulate molecules that bind to the virus, pulling the fat that coats it, thus leaving it unable to generate contamination. In fact, this innovation is further protection against *SARS-Cov-2*, doing justice to the versatile nature of the contemporary textile industry. In addition to trousers, *Riachuelo* also provides masks and shirts for adults and children, which combine safety with style.



INFORMÁTICA

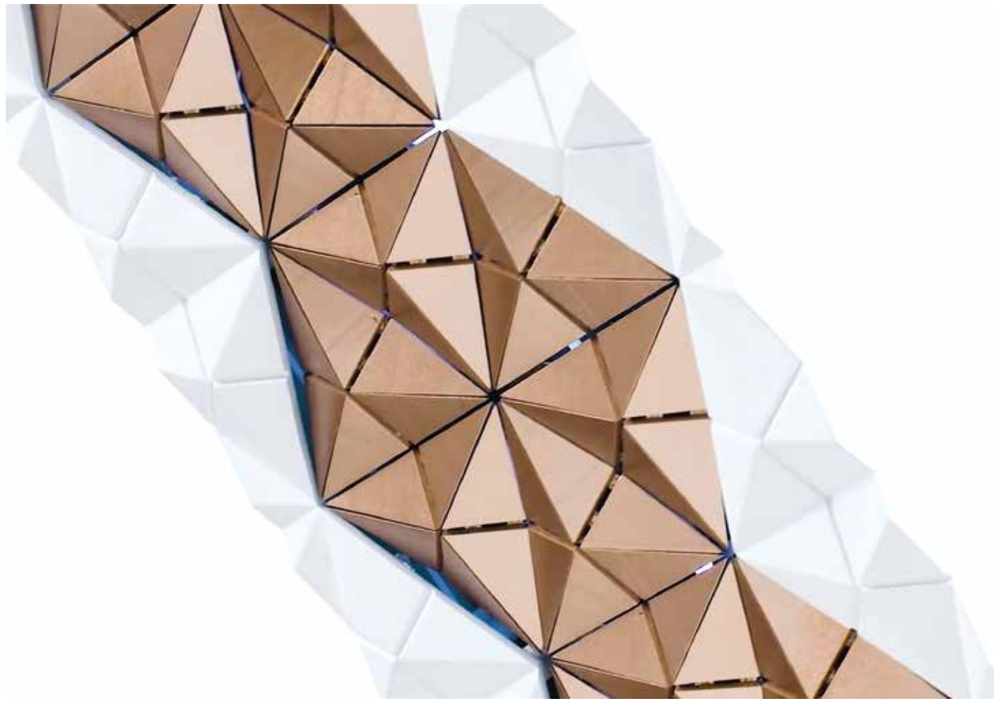
IT

KINETIC SERIES CHASSIS: O COMPUTADOR QUE RESPIRA

Com 18 portas automatizadas, o novo modelo da *CyberPower* abre e fecha os seus tentáculos consoante desejar aumentar ou diminuir o fluxo de ar. Os mais distraídos assustar-se-iam com a respiração ofegante do eletrónico, uma vez que o sistema faz, a cada cinco segundos, testagens da temperatura do computador para decidir se abrirá ou não a ventilação. Com vida ou não, o modelo tecnológico apresenta um *design* singular, que mais parece saído de um filme futurista. O *Kinetic* exibe traços geometricamente elegantes, fugindo dos modelos convencionais do mercado e inspirando-se na arquitetura cinética das *Al Bahr Towers*, no Dubai. O produto da marca contém o painel lateral transparente, junto de um painel superior de malha, já o gabinete inteligente pode incorporar um radiador de 360mm, assim como sete ventoinhas de 120mm e placas-mãe *ATX*. Trata-se de um computador influenciado pela Inteligência Artificial, conjugado com um design contemporâneo e elegante. *Voilá*, são estes padrões de excelência em engenharia que trilham o caminho de sucesso da Cyberpower desde 1997.

KINETIC SERIES CHASSIS: THE COMPUTER THAT BREATHES

With 18 automated doors, the new *CyberPower* model opens and closes its tentacles according to the whether it wants to increase or decrease air flow. The easily distracted would be alarmed by the breathless breathing of the electronic device, as, every five seconds, the system tests the temperature of the computer in order to decide whether to open the ventilation or not. Alive or not, the technological model boasts a singular design, which looks like something out of a futuristic movie. *Kinetic* reveals geometrically elegant features, avoiding the looks of conventional models in the market and finding its inspiration in the kinetic architecture of the *Al Bahr Towers* in Dubai. The brand's product contains a transparent side panel, along with a mesh top panel, while the intelligent cabinet can incorporate a 360-mm radiator, as well as seven 120-mm fans and ATX motherboards. This is a computer influenced by artificial intelligence, coupled with a contemporary and sleek design. And there you have it; these are the standards of engineering excellence that have paved the path of success for Cyberpower since 1997.



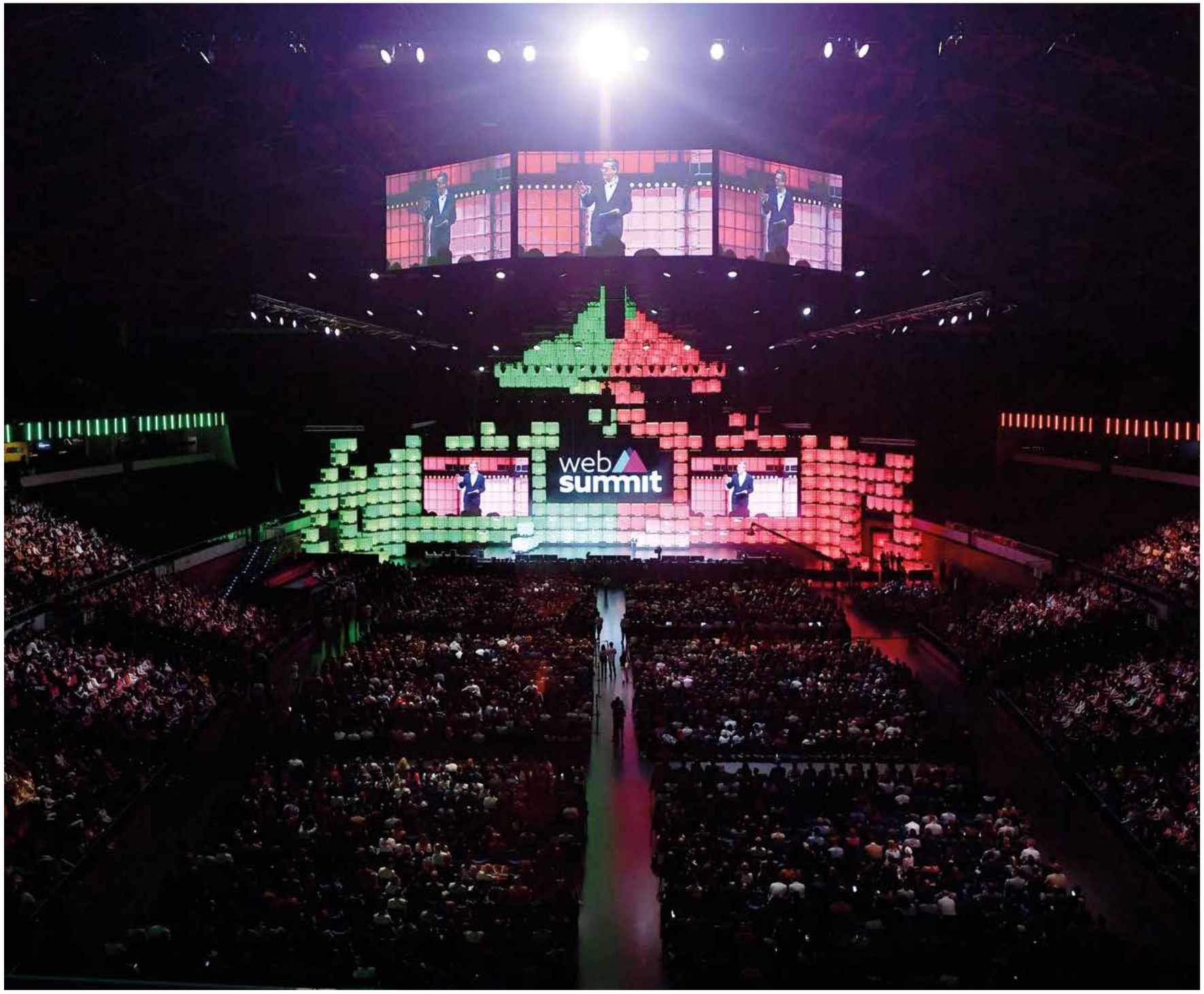
PRODUTO
PRODUCT

WEB SUMMIT VIAJA ATÉ AO BRASIL EM 2023

A equipa de Paddy Cosgrave escolheu o Rio de Janeiro como destino para a maior conferência de tecnologia, empreendedorismo e inovação. Brasil, o gigante adormecido, vai vibrar entre os dias 1 e 4 de maio do próximo ano, prometendo startups quentes e tecnologia em chamas. A edição de 2023 ficará na história, dado que que será a primeira vez que o evento se realizará fora da Europa. A ascensão do Rio ao domínio internacional tem estado na mira do *Web Summit*, tal como o Brasil tem estado de olho no evento, tendo sido um dos cinco países com maior número de participantes na edição de 2021, em Lisboa. Ainda assim, Portugal mantém-se como país anfitrião do evento principal. Falta menos de um ano para se conhecerem os próximos líderes empresariais e investidores de topo, é hora de começar a pensar num *outfit* futurista, a combinar como a tecnologia e inovação que se vão unir para mostrar ao mundo o futuro do planeta.

WEB SUMMIT TRAVELS TO BRAZIL IN 2023

Paddy Cosgrave's team has chosen Rio de Janeiro as the destination for the biggest conference on technology, entrepreneurship and innovation. Brazil, the sleeping giant, will vibrate May 01 - 04 next year, promising hot start-ups and technology on fire. The 2023 edition will go down in history as it will be the first time that the event will be held outside Europe. Rio's rise to international prominence has been in the Web Summit's sights, just as Brazil has been eyeing the event, having been one of the five countries with the most attendees at the 2021 edition in Lisbon. Nevertheless, Portugal remains the host country for the main event. With less than a year to go before we meet the next top business leaders and investors, it's time to start thinking about a futuristic outfit, to match the technology and innovation that will come together to show the future of the planet to the world.



AGRICULTURA

AGRICULTURE

FUNGICIDA QUE COMBATE OS PROBLEMAS INFECIOSOS DAS PLANTAS

Agora já é possível combater os microrganismos que transmitem doenças ou geram problemas infeciosos nas plantas, através do *Clonostachys rosea CR-7*. A inovação partiu da empresa canadiana Bee Vectoring Technologies (BVT) e, simplificando, consiste num agente de amplo espetro que atua contra múltiplos fitopatógenos. Este composto é utilizado como um fungicida e são as abelhas as responsáveis pela sua distribuição em culturas comerciais de plantas com flores como tomates ou morangos. As plantas hospedeiras não sofrem qualquer dano do *CR-7*, o que significa que o biopesticida é útil para prolongar a vida de outros modos de ação, quando é utilizado ou em substituição ou em combinação com outro tipo de fungicidas. Nas suas testagens, revelou ser inofensivo para os seres vivos, uma vez que não utiliza água nem produtos químicos nocivos para a saúde. É também um composto de atuação complexo e físico, dificultando a criação de resistência a um patógeno. A marca BTV garante que uma colher de chá do fungicida rende tanto quanto 4,5 litros de pesticida tradicionalmente pulverizado e, além da eficiência, apresenta menores riscos para a saúde dos agricultores. O composto foi aprovado pela Agência de Proteção Ambiental dos EUA e ainda aguarda aprovações noutros países, embora a empresa já esteja em fase de pesquisa para utilizar outros elementos lado a lado do *Vectorite CR-7*.

FUNGICIDE THAT FIGHTS INFECTIOUS PROBLEMS IN PLANTS

With the help of *Clonostachys rosea CR-7* it is now possible to combat the microorganisms that transmit diseases or generate infectious problems in plants. The innovation has been developed by Canadian company Bee Vectoring Technologies (BVT) and, simply put, consists of a broad-spectrum agent that acts against multiple phytopathogens. This compound is used as a fungicide and bees are responsible for its distribution in commercial crops of flowering plants, such as tomatoes or strawberries. Host plants do not suffer any damage from CR-7, which means that the bio-pesticide is useful in extending the life of other modes of action, when it is used either as a replacement or in combination with other types of fungicides. During testing it has proved to be harmless to living beings, as it does not use water or chemicals that are harmful to health. It is also a complex and physical acting compound, making it difficult to create resistance to a pathogen. The BTV brand guarantees that a teaspoon of the fungicide yields as much as 4.5 litres of traditionally sprayed pesticide and, in addition to efficiency, presents lower health risks for farmers. The compound has been approved by the US Environmental Protection Agency and is still awaiting approvals in other countries, although the company is already in the research phase to use other elements alongside *Vectorite CR-7*.

grupo arena 20 anos

A nossa história é um exemplo de empreendedorismo e superação.

Em 2002 começou por ser um sonho de um conjunto de pessoas e, duas décadas depois, os resultados estão à vista.

Com muito trabalho, persistência e coragem.

Hoje, somos mais de 300 profissionais a trabalhar, diariamente, para concretizar os projectos dos nossos clientes.

Nestes 20 anos, tornámo-nos numa sólida referência no panorama angolano, aprendemos com as crises, diversificámos as nossas competências e pretendemos continuar a crescer, consigo, ao nosso lado.

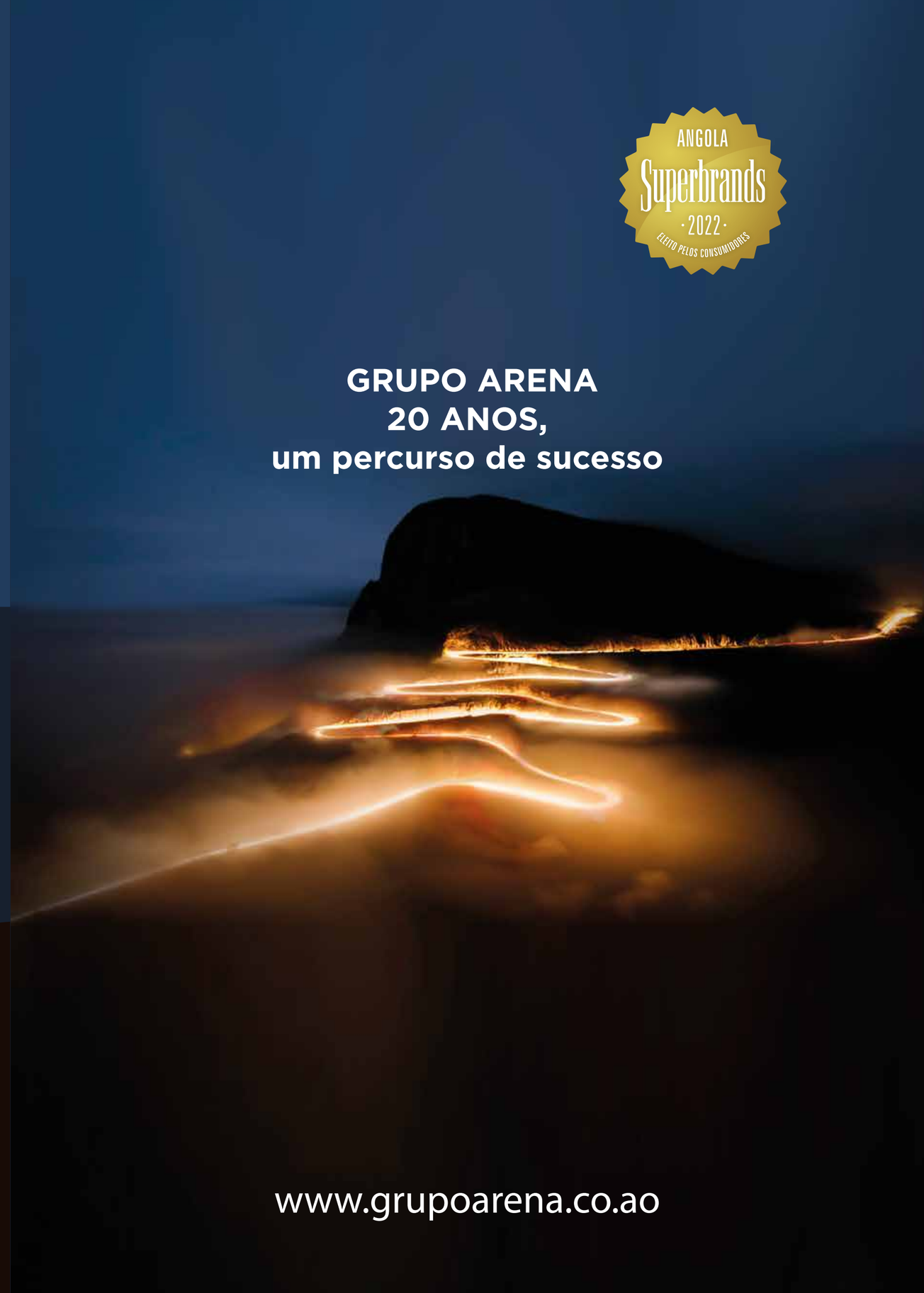
A todos, o nosso Obrigado!

ANGOLA Superbrands ·2022· ELEITO PELOS CONSUMIDORES

Oficinas Gerais dos Caminhos de Ferro de Luanda
Cazenga, Luanda, Angola

ANGOLA Superbrands ·2022· ELEITO PELOS CONSUMIDORES

GRUPO ARENA 20 ANOS, um percurso de sucesso

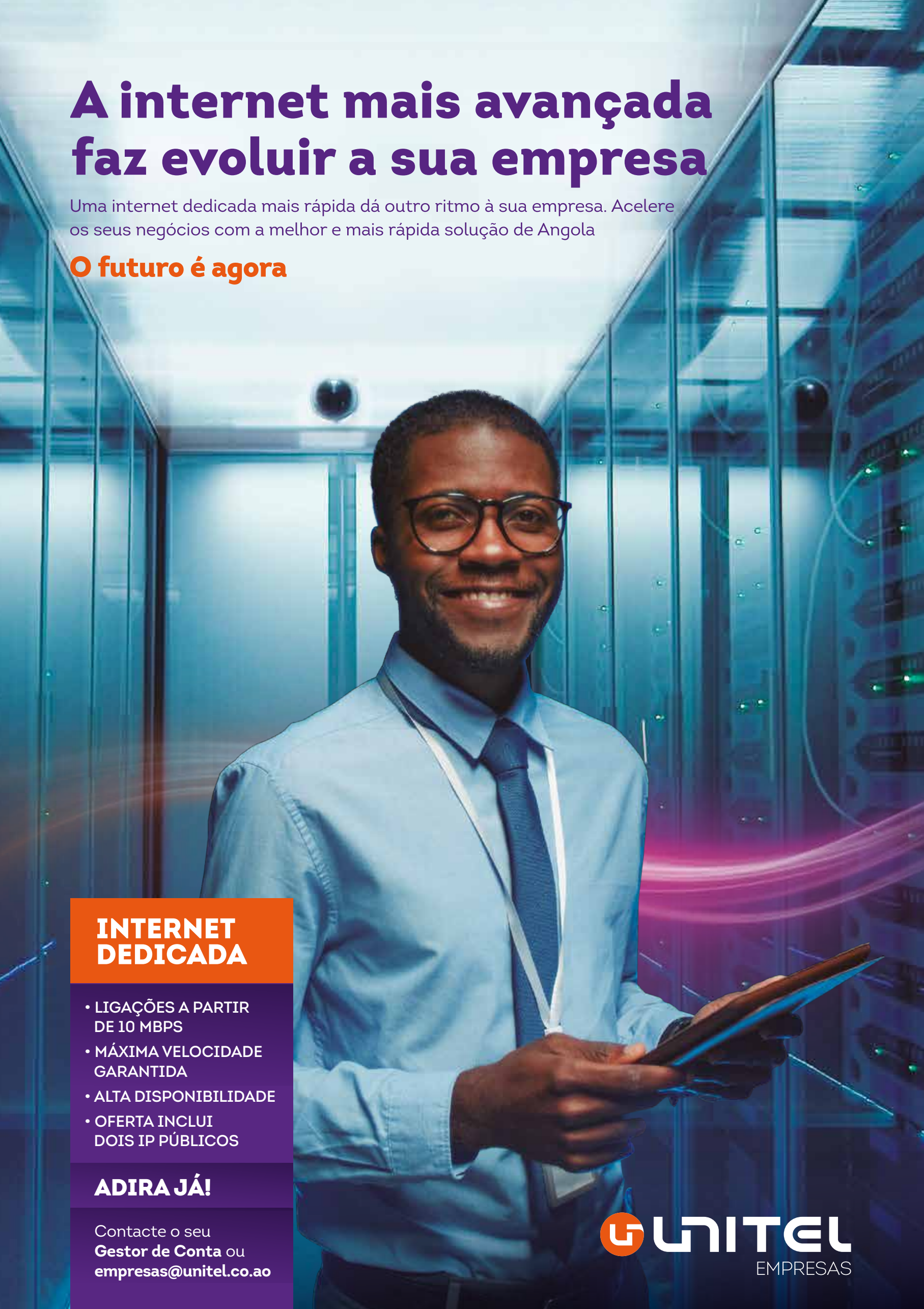


www.grupoarena.co.ao

A internet mais avançada faz evoluir a sua empresa

Uma internet dedicada mais rápida dá outro ritmo à sua empresa. Acelere os seus negócios com a melhor e mais rápida solução de Angola

O futuro é agora



INTERNET DEDICADA

- LIGAÇÕES A PARTIR DE 10 MBPS
- MÁXIMA VELOCIDADE GARANTIDA
- ALTA DISPONIBILIDADE
- OFERTA INCLUI DOIS IP PÚBLICOS

ADIRA JÁ!

Contacte o seu **Gestor de Conta** ou **empresas@unitel.co.ao**

UNITEL
EMPRESAS