



# DISTINÇÃO ATRIBUÍDA PELA UNESCO.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

Uma Missão do tamanho do Mundo.















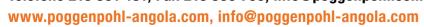




#### +SEGMENTO®









Bairro de Benfica, município de Samba, sul de Luanda, Angola. A agitação de carros e transeuntes começa cedo, no Mercado de Benfica, local de visita obrigatória para todos os que visitam Luanda, ou para os amantes de artesanato. No entanto, a oferta supera a procura, porque são cerca de mil vendedores, devidamente legalizados, aqueles que de terça a domingo fazem uso de convincentes «campanhas» de marketing, empoleirados nas bancadas coloridas, repletas de mais de dez mil peças de artesanato.

38

The district is Benfica, in the municipality of Samba, south of Luanda, Angola. The bustle of cars and pedestrians kicks off early in Benfica Market, a place that should figure on the itinerary of every visitor to Luanda, or simply anyone who like arts and crafts. However the choice of wares way outstrips demand because there are some one thousand duly licensed vendors who offer their goods from Tuesday to Sunday, employing convincing marketing «campaigns» perched on colourful stands, filled with over ten thousand pieces of handicrafts.

Manuel Gonçalves «Angola é um sorriso aberto ao mundo»

18

«Angola is a smile open to the world»

Grupo Araújo História de Sucesso

> Araújo Group Success Story



Don Sebas Cassule No «Universo Imagético das Sensações»

58
In the «Image-filled
Universe of Sensations»



Jean Nouvel Encenação Arquitectónica

Setting the Architectural Stage



Restaurante Don Castellana Veramente Italiano

116

Don Castellana Restaurant

Truly Italian

BES Angola Exalta «Riqueza» Angolana

BES Angola
Extols Angolan «Wealth»





Phenom 100 e 300

Design de Marca

170
Phenom 100 and 300
Brand Design

Panthalassa Estrela Oceânica

174
Oceanic Star



Directora Maria Amélia Pires Editor

#### Persistência

A aventura continua, nesta Angola que o nosso coração adoptou. Persistindo, seguimos desbravando savanas e florestas, desafiando a vertigem das falésias e desfiladeiros, onde a voz se entende em ecos, conquistando sorrisos que se alongam e se abrem, sinceros, com a nossa presença. É um eco de esperança, de construção, de optimismo, são apenas ecos entusiásticos, positivos aqueles que encontra e encontrará nas páginas da *Villas & Golfe*, porque para construir é preciso acreditar que as coisas podem ser diferentes, ou é necessário olhar e ver o que de maravilhoso já existe. Não se trata de buscar equilíbrios perfeitos, vidas, paisagens ou decisões sem erros, ou recheadas de invencibilidades, mas sim de encontrar novas forças, outros olhares – sempre os olhares, os rostos e a alma dos angolanos ou daqueles que lhes querem bem –, mudanças de rumo, e construir transformações que nos levam mais perto da verdadeira alegria, da qualidade de vida, do bem-estar. As páginas que se seguem apresentam sugestões, ideias – de Angola ou do resto do mundo – alicerçadas no optimismo, na convicção, no profissionalismo e são, por isso, projectos de sucesso. É provável que algum deles tenha corrido menos bem na sua génese, mas com persistência e convicção o êxito é sempre garantido.



The adventure continues in this Angola that our hearts have adopted. As it persists, we continue on our exploration of savannas and forests, challenging the abruptness of cliffs and canyons, where your voice is understood in echoes, winning smiles that spread and open, honestly, in our presence. It is an echo of hope, construction, optimism, there are only enthusiastic, positive echoes to be found in the pages of Villas & Golfe, because to build because you have to believe that things can be different, or it is necessary to look and see what marvellous things already exist. This is not about looking for to perfect balances, faultless lives, landscapes or decisions, filled with invincibility, but rather about finding new strength, other eyes – always the eyes, the faces and souls of the Angolans or of those who would do them well –, changes in direction and constructing transformations that take us closer to true happiness, to quality of life and to well-being.

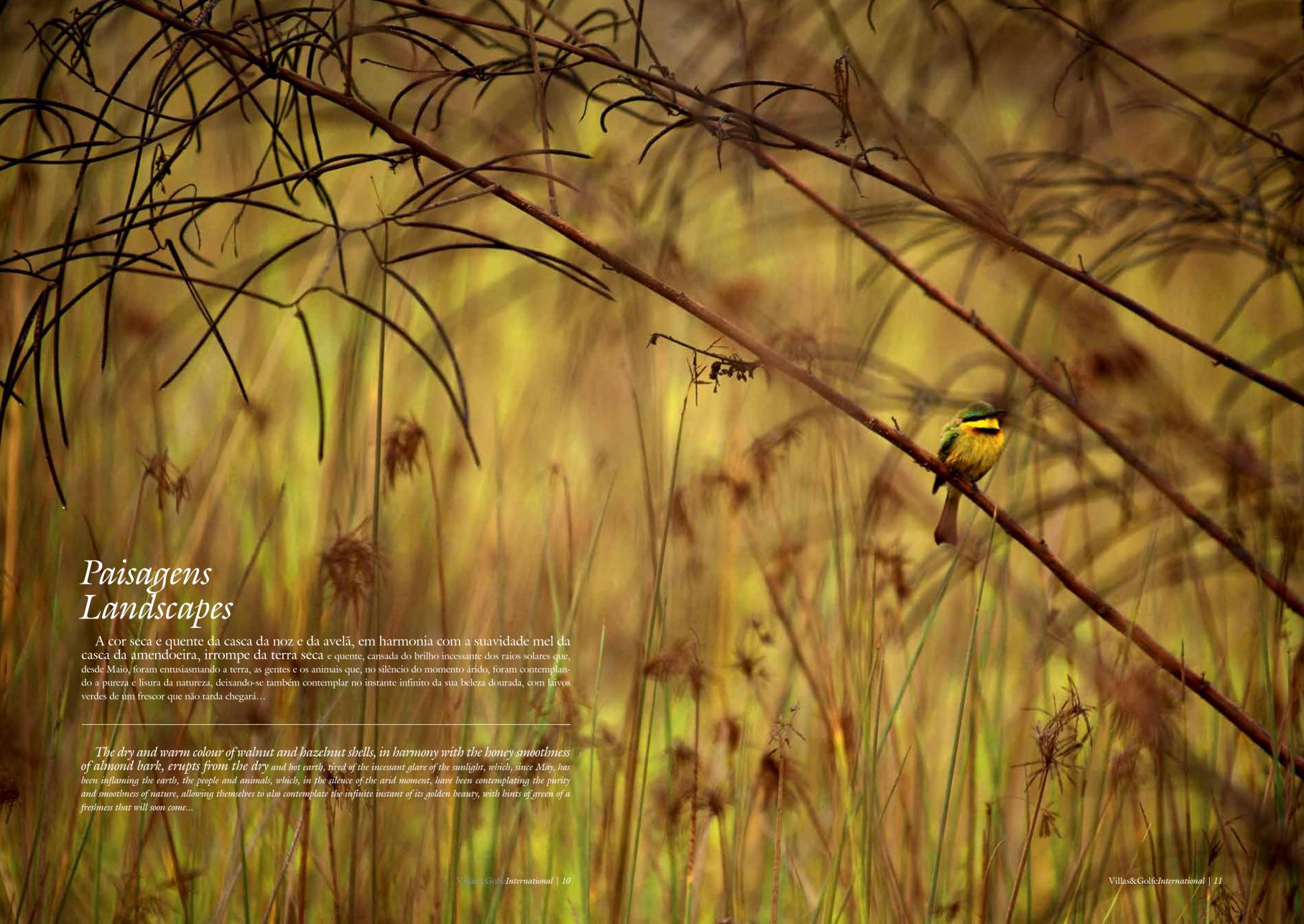
The pages that follow present suggestions, ideas – from Angola and the rest of the world – grounded in optimism, in conviction, in professionalism and are therefore successful projects. It is likely that some of them have gone through harder times during their creation, but with persistence and conviction success is always guaranteed.

A Villas & Golfe®Angola é propriedade da PM Media, SA. ANGOLA – União dos Escritores Angolanos; PORTUGAL; Centro Empresarial Lionesa, Rua da Lionesa, 446 – Fracção G19 – 4465-671 Leça do Balio; Matosinhos, Porto; NIF: 505642867; Tef: 00351 229069530; Fax: 00351 229069539: www.villasegolfe.com; mail: villasegolfe@villasegolfe.com; Presidente ADM: Paulo Martins; paulomartins@villasegolfe.com; Directora: Maria Amélia Pires; ameliapires@villasegolfe.com; Redacção: Patrícia Ramos (Coordenação); Paula Monteiro; Mariana Monteiro; Fotografia de capa: Manuel Teixeira; Fotografias: Manuel Teixeira, Miguel Costa e Leonel Pedro; Produção: Sérgio Martins (Coordenação); e Paula Craft (Paginação); Sérgio Teixeira (Colaborador); Publicidade: Paulo Pires; paulopires@villasegolfe.com; Periodicidade: Bimestral; Impressão: Orgal, Lda; ISSN: 1645 – 2798; Nº Depósito Legal: 172563/01; Publicação Registada no Instituto da Comunicação Social Sob o Nº 123930; Assinaturas: assinaturas@pmmedia.pt; Europa (6 edições) €100; Angola (6 edições) €240; Angola (12 edições)

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

Agradecemos ao Hotel Miragem pela cooperação na realização desta revista.











116 AGÊNCIAS
2 CENTROS INVESTIMENTO
5 BALCÕES EMPRESA
1 PRIVATE BANKING
9 CENTROS EMPRESAS
1.215 TRABALHADORES
+ 500,000 CLIENTES

= 5 ANOS A FAZER

CRESCER ANGOLA



Números redondos, nascemos em Angola há 5 anos. Hoje estamos presentes em todo o País com agências nas 18 capitais de província e nos principais munícipios. O que é igual a dizer que o Banco BIC está cada vez mais próximo dos angolanos, das suas famílias e das empresas, sendo um forte parceiro no desenvolvimento comum. E pelas nossas contas, 5 anos são só o começo.



# Manuel Gonçalves «Angola é um sorriso aberto ao mundo» «Angola is a smile open to the world»

Primeiro Bastonário da Ordem dos Advogados de Angola, co-fundador da União dos Advogados de Língua Portuguesa, docente universitário, Cônsul Honorário da Finlândia em Angola, músico e compositor, Manuel Gonçalves é um homem de causas e de desafios.

Actualmente presidente do conselho de administração da ENSA – Seguros de Angola, SA, Manuel Gonçalves, apesar de se considerar como «emprestado à gestão», tem contribuído de forma relevante para a modernização e expansão significativa da ENSA em todo o país, adaptando-a à evolução do mercado. Embora considere que, em Angola, «os índices de penetração de seguros [são] ainda muito baixos», o responsável máximo pela empresa de seguros angolana confia no desenvolvimento do sector e no seu contributo para o «funcionamento do sector financeiro e para alavancar a economia».

Confiante na capacidade do país para atrair investimento interno e externo, dado o actual esforço de diversificação da economia, Manuel Gonçalves considera o turismo como um importante sector, uma vez que através dele o «sorriso de Angola» se propaga e ilumina o mundo.

A economia angolana tem conhecido um crescimento exponencial, agora com a crise a fazer diminuir um pouco essa expansão. Quais têm sido concretamente os efeitos da crise e como manter o país financeiramente atractivo para o investimento estrangeiro?

Efectivamente, apesar do quadro global de crise prevalecente no mundo, é evidente a relativa resistência de Angola, que conseguiu uma taxa de crescimento real da economia com alguma expressão no quadro comparativo da economia mundial, particularmente dos países africanos e dos emergentes. O ano de 2010 apresenta a perspectiva de uma taxa real de crescimento bastante mais impressiva, superior, First President of the Angolan Bar Association, co-founder of the Portuguese Language Bar Union, university professor, Honorary Consul of Finland in Angola, musician and composer, Manuel Gonçalves is a man of causes and challenges.

Currently chairman of the board of ENSA – Seguros de Angola SA, Manuel Gonçalves, despite being considered «on loan to management», has contributed greatly to the significant modernization and expansion of ENSA across the country, adapting it to market developments. While accepting that in Angola, «the insurance penetration rates [are] still very low», the head of the Angolan insurance company has faith in the development of the sector and its contribution to the «functioning of the financial sector and to promote the economy».

Confident in the country's ability to attract domestic and foreign investment, given the current effort to diversify the economy, Manuel Gonçalves considers tourism as an important sector, since through it the «smile of Angola» is spread throughout and lights up the world.

The Angolan economy has experienced phenomenal growth, now with the crisis reducing this expansion a little. What have been the practical effects of the crisis and how can the country be kept financially attractive for foreign investment?

Indeed, in spite of the global crisis prevailing in the world, the relative resistance of Angola is clear, which achieved a real growth rate in the economy with some expression in the comparative panorama of the world economy, particularly African countries and emerging markets. The year 2010 presents the prospect of a higher, much more impressive real growth rate, with factors contributing to this including growth in prices of key commodities that Angola produces and also the diversification of the Angolan economy, now a priority, point-



concorrendo para isso factores como o crescimento dos preços das principais *commodities* que Angola produz e também a diversificação da economia angolana, constituindo hoje uma prioridade, apontando para o crescimento de outras fontes da economia e perspectivando uma menor dependência do petróleo. E essas são razões suficientes para que se continue a acreditar que Angola tem capacidade para atrair o investimento, interno e externo, que o Executivo angolano continua a promover com políticas de incentivo.

O turismo é uma importante área económica, originando receitas consideráveis e criando múltiplos postos de trabalho. Que medidas adoptar para o desenvolvimento do sector em Angola?

Angola tem um grande potencial turístico, mas reconheçamos que ainda tem muitos passos a dar para que consiga atrair os vários grupos-alvo que merece. É preciso que haja uma mudança cultural para promoção do turismo no nosso país. A marca Angola está cada vez mais divulgada e tem que continuar a sê-lo para que o mundo olhe para o país numa perspectiva diferente do olhar do passado. Diz um poema que «Angola é um sorriso aberto ao mundo», traduzindo essa possibilidade de abertura completa ao mundo, o grande humanismo que caracteriza os angolanos, uma grande capacidade de acolhimento de quem nos visita. Todo esse potencial não pode ser desperdiçado, não pode permanecer exclusivamente voltado para dentro, tem de ser mostrado a todos aqueles que neste universo querem conhecer o nosso país.



Angola tem um grande potencial turístico, mas reconheçamos que ainda tem muitos passos a dar para que consiga atrair os vários grupos-alvo que merece. É preciso que haja uma mudança cultural para promoção do turismo no nosso país. A marca Angola está cada vez mais divulgada e tem que continuar a sê-lo para que o mundo olhe para o país numa perspectiva diferente do olhar do passado.

Angola has great tourism potential, but we recognize that it still has many steps to take before it can attract the various target groups that it deserves. Cultural change must take place to allow the promotion of tourism in our country. The Angola brand is increasingly being marketed and has to continue to be so for the world to look at the country from a different perspective to that of looking at the past.



ing to the growth of other sources of the economy and looking ahead to becoming less dependent on oil. And these reasons are sufficient to continue to believe that Angola has the capacity to attract investment, domestic and foreign, which the Angolan government continues to promote with incentive policies.

Tourism is an important economic area, achieving considerable revenue and creating many jobs. What steps should be taken to develop the sector in Angola?

Angola has great tourism potential, but we recognize that it still has many steps to take before it can attract the various target groups that it deserves. Cultural change must take place to allow the promotion of tourism in our country. The Angola brand is increasingly being marketed and has to continue to be so for the world to look at the country from a different perspective to that of looking at the past. A poem says that «Angola is a smile open to the world», reflecting this possibility of full openness to the world, the great humanism that characterizes the Angolans, a large capacity to welcome those who visit us. All this potential cannot be wasted; it cannot remain exclusively focused inwards; it must be shown to those in this universe who want to know our country.

With a history that began in 1978, ENSA – Seguros de Angola has, in these 32 years contributed to the development of national economy. What are the main contributions by the public company to this development?

Over the years, ENSA, as part of the insurance sector, is an important link of the financial sector. To begin with, when enjoying a monopolistic position, participating in the underwriting of the main risks and their placement in the international market through reinsurance and assuming the consequences of major accidents occurring in areas such as oil industry, aviation and engineering. Since 2001, it began an era of greater competition that challenged ENSA in terms of its internal organization and the search for greater efficiency. At the moment we can say that the ENSA holds an unmistakable position in the Angolan insurance sector and also in the financial sector. With its business it participates in the development of the economy with diversified and competitive products, available to businesses and citizens, including mass insurance allowing ENSA to exert a significant responsibility for social stability.

The insurance market of Angola is experiencing significant growth, following the country's economic expansion. What does the insurance business contribute to leverage of economic initiatives and investments?

The insurance sector is growing increasingly. Today there are eight insurance companies already operating and four more in the process of licensing and ready to operate. Each of these companies plays an important role in the functioning of



Com uma história que tem início em 1978, a ENSA - Seguros de Angola tem, nestes 32 anos, contribuído para o desenvolvimento da economia nacional. Quais os principais contributos da empresa pública para este desenvolvimento?

Ao longo dos anos, a ENSA, enquanto elemento do sector segurador, é um elo importante do sector financeiro. No início, numa posição monopolista, participando da subscrição dos principais riscos e da sua colocação no mercado internacional através do resseguro e assumindo as consequências de sinistros de vulto ocorridos em áreas como a área do petróleo, aviação e engenharia. A partir de 2001, iniciou uma época de maior competitividade que desafiou a ENSA para a sua organização interna e a busca de maior eficiência. Neste momento é possível afirmar que a ENSA tem um posicionamento incontornável no sector segurador angolano e igualmente no sector financeiro. Com a sua actividade participa do desenvolvimento da economia, com produtos diversificados e competitivos, disponíveis para as empresas e para os cidadãos, incluindo seguros de massa que permitem à ENSA exercer uma significativa responsabilidade para a estabilidade social.

the financial sector and to boosting the economy. Currently there is a rapidly growing insurance culture, despite the insurance penetration rates still being very low in our economy, reflecting the existence of large business opportunities, leading insurance companies to believe in the market. The needs of protecting business property and the interests of investors, ensuring the protection of personal interests related to business and, particularly, the indispensability of insurance for banking to work, easily explain that there can be no economic development without insurance companies being present.

Despite this noticeable growth in the insurance business, you recently said that «the culture of insurance in Angola is relatively low». What can be done to change this situation?

There are several actions being undertaken by the group of insurers, and in particular by ENSA, and also by government bodies responsible for the field of insurance. We need to promote existing products a lot more and continue to diversify them and mould them according to needs of citizens and businesses. It is equally necessary to continue to give rise to new mandatory insurances adaptable to the

Villas&GolfeInternational | 20



O mercado segurador angolano está a registar um importante crescimento, acompanhando a expansão económica do país. Qual o contributo da actividade seguradora para a alavancagem das iniciativas e investimentos económicos?

O sector segurador está a crescer cada vez mais. Hoje existem oito empresas seguradoras em operação e já existem mais quatro em vias de licenciamento e prestes a operar. Todas essas empresas exercem um papel importante para o funcionamento do sector financeiro e para alavancar a economia. Actualmente há uma cultura de seguros em crescimento muito rápido, apesar dos índices de penetração de seguros serem ainda muito baixos na nossa economia, o que traduz a existência de grandes oportunidades de negócio, levando as empresas seguradoras a acreditar no mercado. As necessidades de protecção do património das empresas e dos interesses dos investidores, de garantia da protecção de interesses pessoais ligados à actividade empresarial e, particularmente, a imprescindibilidade dos seguros para o funcionamento da banca, facilmente explicam que não pode existir qualquer evolução económica sem que estejam presentes as empresas seguradoras.

need to protect public interests, namely third parties, in line with appropriate insurance policies.

Angola has been establishing mandatory insurances, the first being the Insurance of Accidents in the Workplace and Occupational Diseases, and recently Automobile and Aviation. What are the major advantages of compulsory insurance?

Compulsory insurance of this nature are clearly aimed at protecting public interests, such as workers facing the risk of accidents at work, within the terms provided by law, and insurance for third party liability in the event of accidents resulting from driving a car. It is, ultimately, the need to protect third parties who through no fault of their own have been victims of personal injury or injury to property through the actions of those who may not have the means to take on this liability and who have not taken care or had the possibility to transfer the risk to an insurer. In these situations it is perfectly legitimate that there are measures of a public nature for the protection of the interests of third parties from political and administrative institutions.

Apesar deste registável crescimento da actividade seguradora, afirmou recentemente que «a cultura de seguros em Angola é relativamente baixa». O que pode ser realizado para alterar esta situação?

Estão a ser realizadas várias acções pelo conjunto das empresas seguradoras, e muito particularmente pela ENSA, e também pelos órgãos do Executivo competentes para o domínio dos seguros. É preciso divulgar muito mais os produtos existentes e continuar a diversificá-los e a moldá-los em função das necessidades dos cidadãos e das empresas. É igualmente necessário continuar a fazer surgir novos seguros obrigatórios adaptáveis à necessidade de protecção de interesses públicos, designadamente de terceiros, em consonância com políticas de seguros apropriadas.

Angola tem vindo a implantar seguros obrigatórios, primeiro o Seguro de Acidentes de Trabalho e Doenças Profissionais, e recentemente o Automóvel e o de Aviação. Quais as grandes vantagens do seguro obrigatório?

Os seguros obrigatórios desta natureza têm claramente a pretensão de proteger interesses públicos, como é o caso dos trabalhadores perante riscos de acidentes laborais, dentro do conceito previsto na Lei, e dos seguros de Responsabilidade Civil perante Terceiros em caso de sinistros resultantes da condução automóvel. Trata-se, em última instância, da necessidade de protecção de terceiros que não têm qualquer culpa de terem sido vítimas de danos pessoais ou patrimoniais por parte de quem eventualmente não tenha meios para assumir a responsabilidade e não tenha tido a cautela ou a possibilidade de transferir o risco para uma seguradora. Nessas situações é perfeitamente legítimo que haja da parte das instituições políticas e administrativas medidas de natureza pública visando a protecção desses interesses de terceiros.

Em 2009, a ENSA concluiu um processo de reestruturação e modernização da empresa que durou três anos, consolidando a nova estrutura orgânica, o novo modelo de competências e de funções para a organização e expandindo significativamente a empresa em todos o país. Em que consistiu este processo e qual o actual número de agências da ENSA em território angolano?

Desenvolvemos um projecto de reorganização e de modernização da ENSA ao longo de três anos, seguindo três fases. Foi um processo que abrangeu todas as áreas da empresa e largamente participativo. Concretizámos cerca de 64 subprojectos, incidindo sobre o modelo organizacional, agora sustentado por diferente filosofia de organização da empresa, os processos operativos, de que resultou a mudança de cerca de 90% dos processos de funcionamento da nossa organização, e abordámos a questão do capital humano, implementando novos modelos de gestão. No domínio das infra-estruturas tecnológicas, foi possível mudar completamente os sistemas de informação e de comunicação. E actualmente temos um sistema *core* capaz de operar os



In 2009, ENSA completed a process of restructuring and modernization of the company that lasted three years, consolidating the new organizational structure, the new model of skills and functions for the organization and significantly expanding the company across the country. What did this process consist of and how many ENSA branches are there currently in Angola?

We developed a plan of reorganization and modernization for ENSA over three years, following three phases. It was a process that covered all areas of the company and widely participatory. We realised about 64 subprojects, focusing on the organisational model, now supported by a different philosophy of organising the company, operating procedures, which resulted in changing about 90% of the operating procedures of our organisation, and we addressed the issue of human capital, implementing new management models. In the area of technology infrastructure, it was possible to completely change the information and communications systems. And now we have a core system capable of operating some 38 insurance products marketed by ENSA, linked to the activity of settling

Villas&GolfeInternational | 22



claims with full integration to all support areas, including finance, human resources, real estate and all other things that matter to the business of an insurer. In addition, we also focused on the optimization of our real estate and financial assets, in the same way that we prioritised our business model, which led to an expansion of our distribution network by creating branches in every province, banking channels and expanding the mediation network.

ENSA has conducted various cultural initiatives, particularly the ENSA-Arte Award. What social and cultural role should economic institutions play to contribute to the development of the country?

Economic growth and development have a cultural dimension. You cannot make an economy grow if you don't take into account the specific characteristics of the dominant culture in a given society. ENSA is fully aware of this and as such has focused largely on the development of national culture.

Texto de Text by Patrícia Ramos e and Paula Monteiro Fotografias de Photographs by Fernando Algarvio

cerca de 38 produtos de seguros comercializados pela ENSA, ligado à actividade de regularização de sinistros e com uma integração completa a todas as áreas de suporte, designadamente a área financeira, recursos humanos, real estate e todos os outros aspectos que importam para a actividade de uma seguradora. Além disso, também focámos a optimização dos nossos activos imobiliários e financeiros, da mesma maneira que priorizámos o nosso modelo de negócio, o que conduziu a uma expansão da nossa rede de distribuição criando agências em todas as províncias, canais bancários e alargando a rede de mediação.

A ENSA tem realizado diversas iniciativas de carácter cultural, nomeadamente com o Prémio ENSA-Arte. Qual o papel social e cultural que as instituições económicas devem desempenhar para contribuir para o desenvolvimento do país?

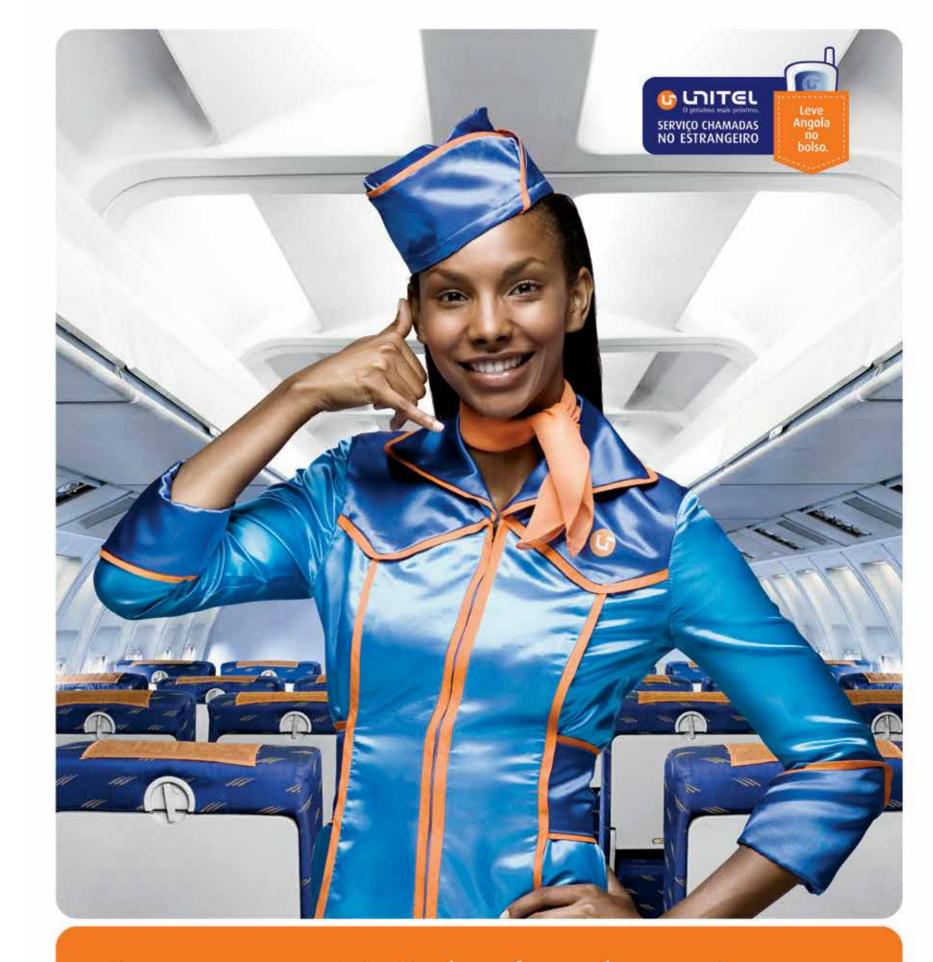
O crescimento e o desenvolvimento económico têm uma dimensão cultural. Não é possível fazer crescer uma economia se não tivermos em conta as características específicas da cultura dominante numa determinada sociedade. Perfeitamente consciente disso, a ENSA tem apostado largamente no desenvolvimento da cultura nacional.

((

Actualmente há uma cultura de seguros em crescimento muito rápido, apesar dos índices de penetração de seguros serem ainda muito baixos na nossa economia, o que traduz a existência de grandes oportunidades de negócio, levando as empresas seguradoras a acreditar no mercado.

Currently there is a rapidly growing insurance culture, despite the insurance penetration rates still being very low in our economy, reflecting the existence of large business opportunities, leading insurance companies to believe in the market.

"



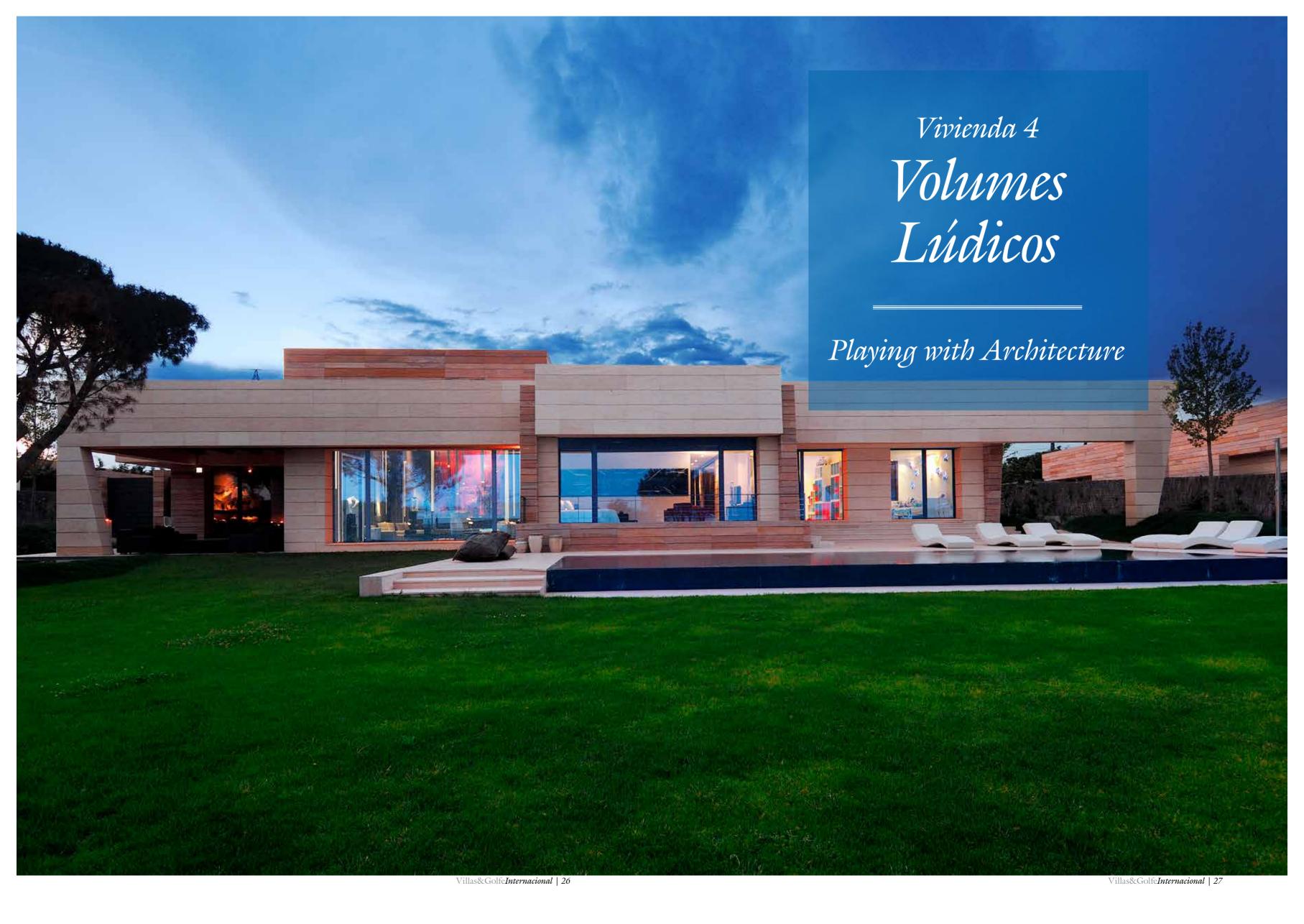
### Leve o seu Unitel e faça boa viagem.

A única operadora de Angola com Serviço de Chamadas no Estrangeiro.

Angola é grande mas o mundo é ainda maior. Dal que há cada vez mais angolanos que, por razões de trabalho, estudos ou passeio, precisam viajar. É por isso que a Unitel oferece o Serviço de Chamadas no Estrangeiro (Roaming) para todos os clientes. É a coisa mais fácil e simples do mundo: o seu telemóvel aqui de Angola funciona da mesma forma em centenas de países. Até o seu número continua a mesmo. Ouer viajar e levar consigo todas as pessoas que conhece? Leve-as com a Unitel. A maior rede de Roaming de Angola.

19 192 www.unitel.co.ao







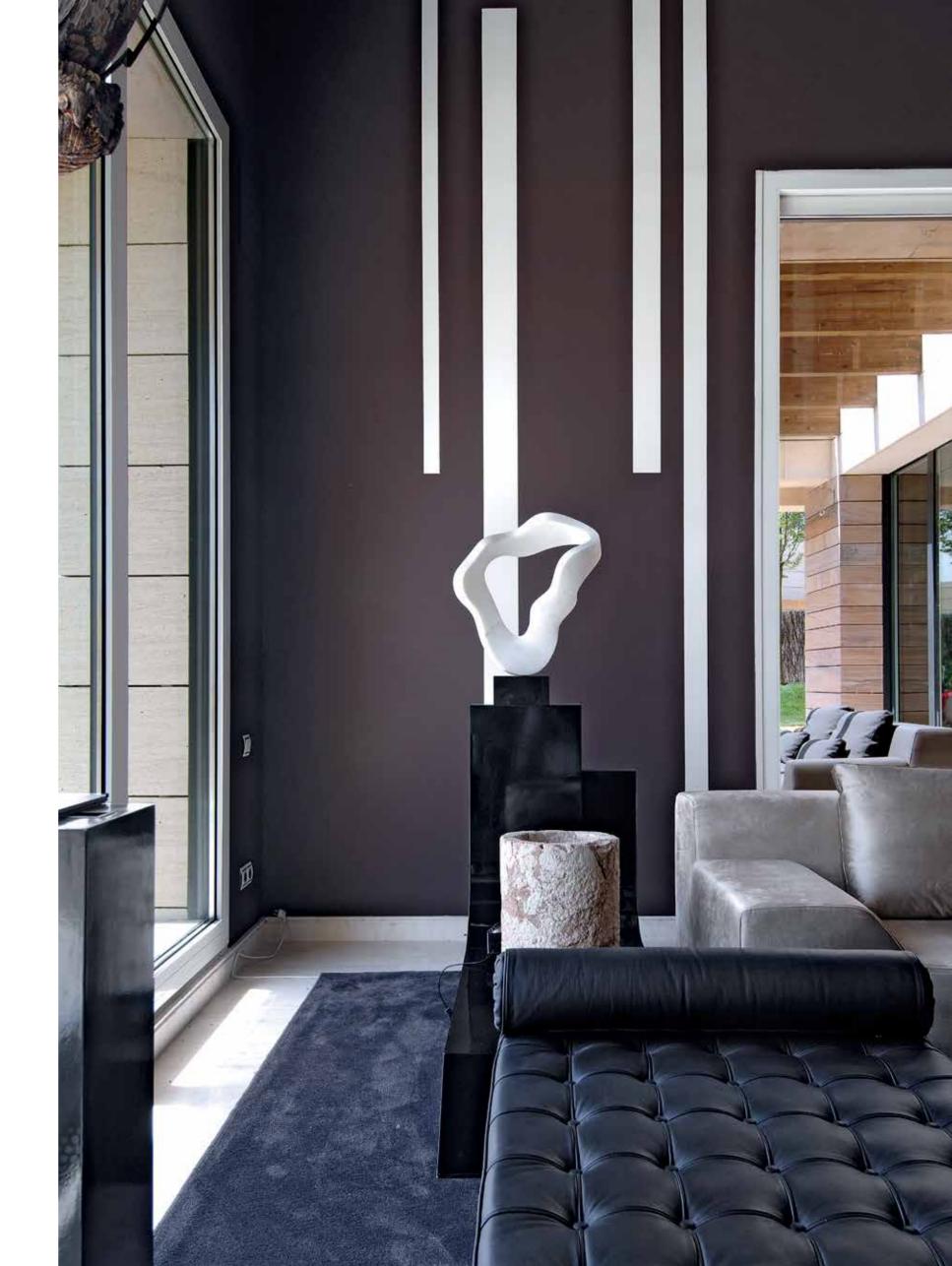


Estrutura arquitectónica que lança as suas vistas sobre vastas extensões de campos relvados e sobre as amplas superfícies aquáticas de lagos, a *Vivienda 4*, projectada pelo *atelier* espanhol A-Cero, baseia-se num jogo de dois volumes rectangulares ligados por terraços e pérgolas, elementos atribuidores de uma expressão dramática à moradia.

Edificada em Pozuelo de Alarcón, município da Comunidade Autónoma de Madrid, a *Vivienda 4* desenvolve-se num único piso e teve como primordial objectivo a sua integração na paisagem da área residencial onde foi erigida, com os materiais que a compõem e a revestem a exibirem as suas características puras e minimalistas.











An architectural structure that casts its eyes over vast expanses of fields of grass and over the broad watery surfaces of lakes, the Vivienda 4, designed by Spanish practice A-Cero, is based on the combination of two rectangular volumes linked via terraces and pergolas; elements that provide the property with dramatic flair.

Built in Pozuelo de Alarcón, in the Community of Madrid, the Vivienda 4 develops over a single floor, its primary aim to blend fully into the landscape of the residential area in which it was built, while constructed and covered with materials blessed with pure and minimalist properties.

Throughout its 800 square metres, the house boasts various features, in a project that includes: entrance hall, dining and living rooms, kitchen, study, pantry and seven bedrooms with respective bathroom facilities. Contrasting with the natural lustre outdoors, the Vivienda 4 presents a darker palette indoors, with aesthetics the key. The decoration, also provided by A-Cero, uses the copper and brown tones of the spectrum as a base, bringing simplicity and elegance to the environment, with paintings, sculptures and ceramics adding colours and graphic qualities to the atmosphere. White lines, reproduced on the walls of the living room, the original lamps, hanging from the ceiling, add a sense of modernity and sophistication to the room.

Nos seus 800 m² de superfície, a Casa possui diversas valências, num programa construtivo que engloba *hall* de entrada, salas de jantar e de jantar, cozinha, escritório, despensa e sete quartos com respectivas áreas de banho. Contrastando com o seu brilho natural exterior, a *Vivienda 4* apresenta tons mais escuros no interior, de forte sentido estético. A decoração, também da responsabilidade da A-Cero, possui nos tons acobreados e castanhos os matizes principais, que conferem sobriedade e elegância ao ambiente, com quadros, peças escultóricas e cerâmicas a adicionarem cor e grafismo à atmosfera. Linhas brancas, desenhadas nas paredes da sala de estar, e originais candeeiros, pendentes do tecto, modernizam e sofisticam o aposento.

Na parcela posterior da moradia, um salão abre-se, através de amplas janelas, ao jardim, à piscina e ao panorama circundante, com um paisagismo de atraentes intervenções, constituído por lagos, arbustos e árvores, onde fazem ninho aves de variadas cores e melodias.

De proporcionada contextualização paisagística, a *Vivienda 4* patenteia a sua pureza formal e apela à relação harmoniosa entre natureza e objecto construído, deixando a sua marca visível no cenário que a envolve sem, no entanto, contribuir para a sua asfixia e destruição.





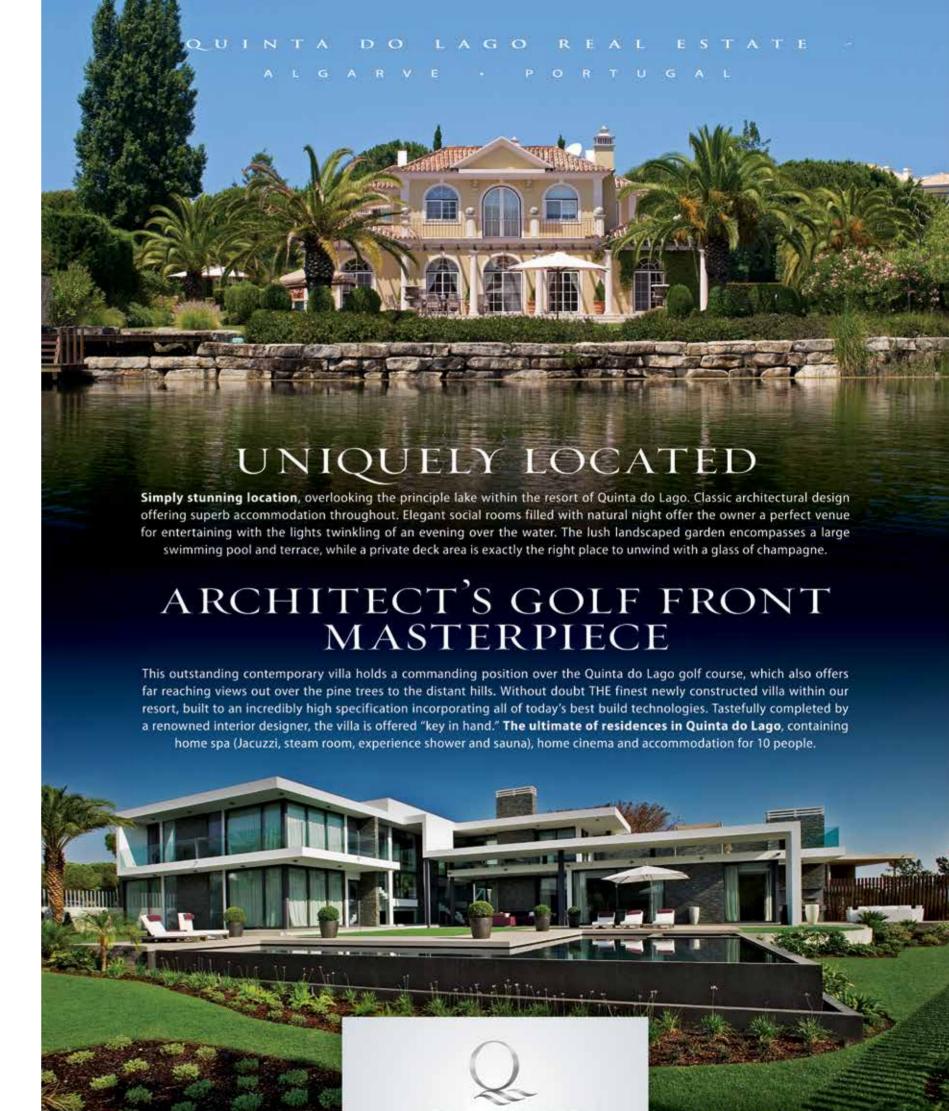
To the rear of the house a lounge opens out, through large windows, to the garden, the swimming pool and to the surrounding panorama, with landscape design dotted with attractive features such as lakes, bushes and trees, in which birds of all colours and melodies make their home.

Through cordially planned landscape design, the Vivienda 4 displays its formal purity, promoting the harmonious relationship between nature and the property, leaving its mark clear to see in the setting surrounding it without, nevertheless, stifling or harming it in any way. | www.a-cero.com

Texto de Text by Paula Monteiro | Fotografias de Photographs by Luis H. Segovia







PROPERTY SALES, RENTALS & MANAGEMENT

These are a small selection from our exceptional portfolio, for more information on these or other properties, please contact us:

Quinta do Lago, 8135-024 Almancil, Portugal | T: +351 289 392 754 | E-mail: jlast@quintadolago.com or jrobinson@quintadolago.com





Sob a alçada da Fundação Sindika Dokolo, presidida por Sindika Dokolo, o seu vice-presidente, e também artista, Fernando Alvim, criou o conceito de mostrar a arte e a cultura genuinamente angolana no centro da sua capital – a Trienal de Luanda. Inspirada no crescimento expansivo e metamórfico de Luanda, a Trienal é um projecto amplamente aberto a toda a comunidade artística de Angola, já que, para além dos criadores convidados, há inúmeros artistas que se autopropõem e são sugeridos por outras personalidades do meio.

Segundo Fernando Alvim, o lema da edição 2010 da Trienal de Luanda, «Geografias Emocionais – Arte e Afectos», intentará que a sociedade reflicta sobre o esquecimento da afectividade na arte, lembrando que muitas vezes os espaços geográficos a que estamos ligados são, mais do que juridicamente determinados, emotivamente definidos.

De 12 de Setembro a 19 de Dezembro, serão apresentados 196 projectos de artes cénicas, 28 conferências sobre Angola e o Mundo e uma variedade de eventos de moda, teatro, dança, música e cinema.

Under the umbrella of the Sindika Dokolo Foundation, chaired by Sindika Dokolo, its vice president, and artist, Fernando Alvim, has created the concept of showing art and truly Angolan culture in the centre of its capital – the Luanda Triennial. Inspired by the expansive and metamorphic growth of Luanda, the Triennial is a project that is completely open to the entire artistic community of Angola, since, in addition to the guest creators, there are many artists who propose themselves and are suggested by other personalities in the field.

According to Fernando Alvim, the motto of the 2010 edition of the Luanda Triennial, «Emotional Geographies – Art and Affection», aims to make society reflect on how affection is forgotten in art, recalling that often the geographic areas to which we are connected are defined by our emotions and not just legally determined.

From September 12 to December 19, the triennial will include 196 projects in performing arts, 28 conferences on Angola and the World and a variety of fashion, theatre, dance, music and film events. | www.foundation-sindikadokolo.com

Texto de Text by Patrícia Ramos Fotografias de Photographs by Manuel Teixeira

Villas&GolfeInternational | 36

## UNITED IN 2010

Aon is the new principal sponsor of Manchester United.
United in Teamwork, Passion, Innovation, Client Value and Results



Aon Angola Corretores De Seguros, LDA

Belas Business Park - Edifício Cabinda - Apartº 401 Telf: 00244 923 639 962







Bairro de Benfica, município de Samba, sul de Luanda, Angola. A agitação de carros e transeuntes começa cedo, no Mercado de Benfica, local de visita obrigatória para todos os que visitam Luanda, ou para os amantes de artesanato. No entanto, a oferta supera a procura, porque são cerca de mil vendedores, devidamente legalizados, aqueles que de terça a domingo fazem uso de convincentes «campanhas» de marketing, empoleirados nas bancadas coloridas, repletas de mais de dez mil peças de artesanato.



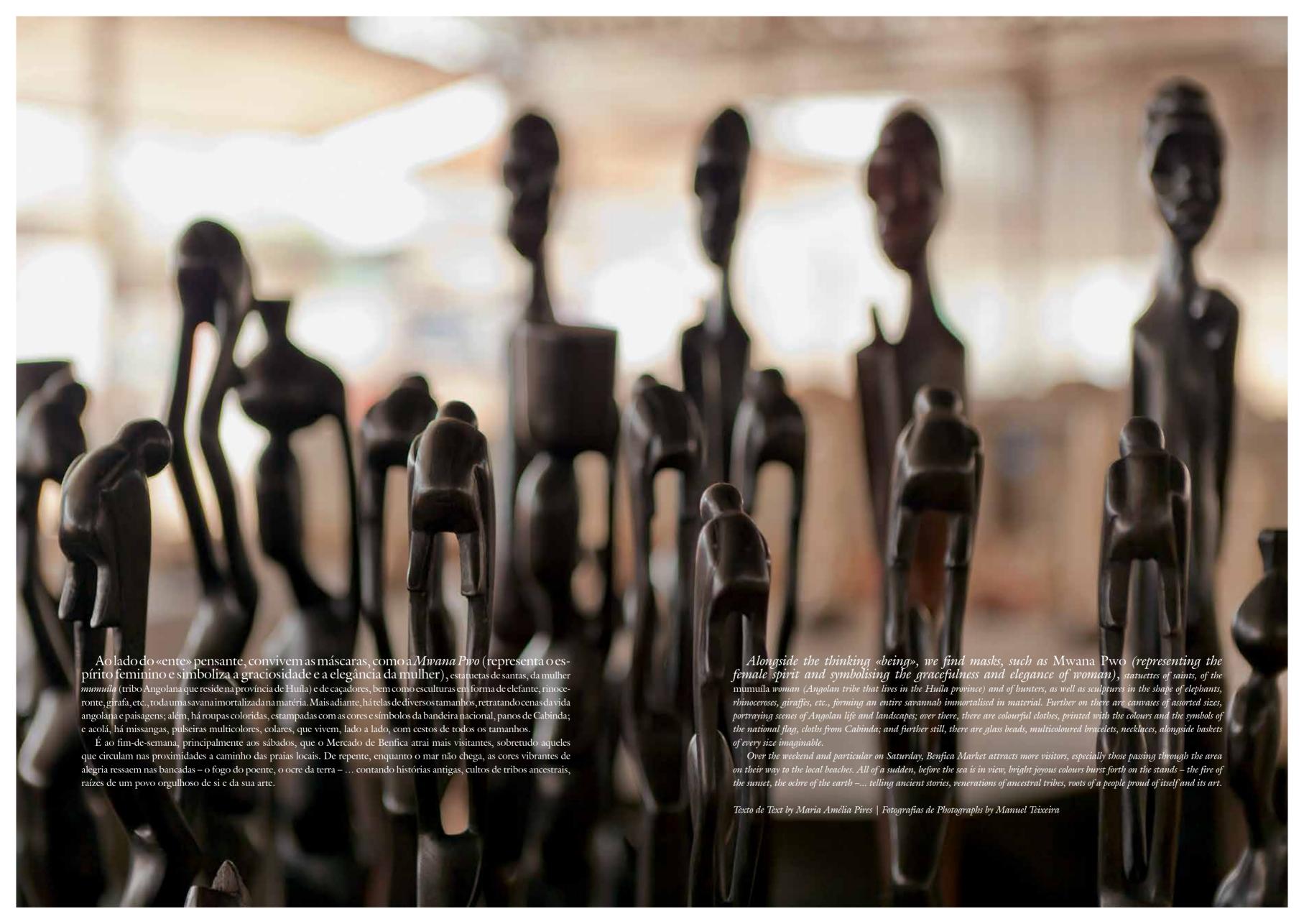
The district is Benfica, in the municipality of Samba, south of Luanda, Angola. The bustle of cars and pedestrians kicks off early in Benfica Market, a place that should figure on the itinerary of every visitor to Luanda, or simply anyone who like arts and crafts. However the choice of wares way outstrips demand because there are some one thousand duly licensed vendors who offer their goods from Tuesday to Sunday, employing convincing marketing «campaigns» perched on colourful stands, filled with over ten thousand pieces of handicrafts.

Ziguezagueiam lentamente os olhares curiosos, por entre esculturas de pau-ferro, preto, rosa, cinza, marfim e bronze, momentos tornados inertes pelo criador, mas que reflectem, cada um com um toque especial, a cultura tradicional e etno-linguística de vários povos de Angola. Originais ou meras réplicas de «O Pensador» (harmoniosa obra-prima, já internacionalizada, típica do povo Lunda-Cokwe, da parte nordeste do país) são talvez as mais procuradas, pelo seu simbolismo antropológico; ainda que as mais caras, pela dificuldade que encerra a sua produção.

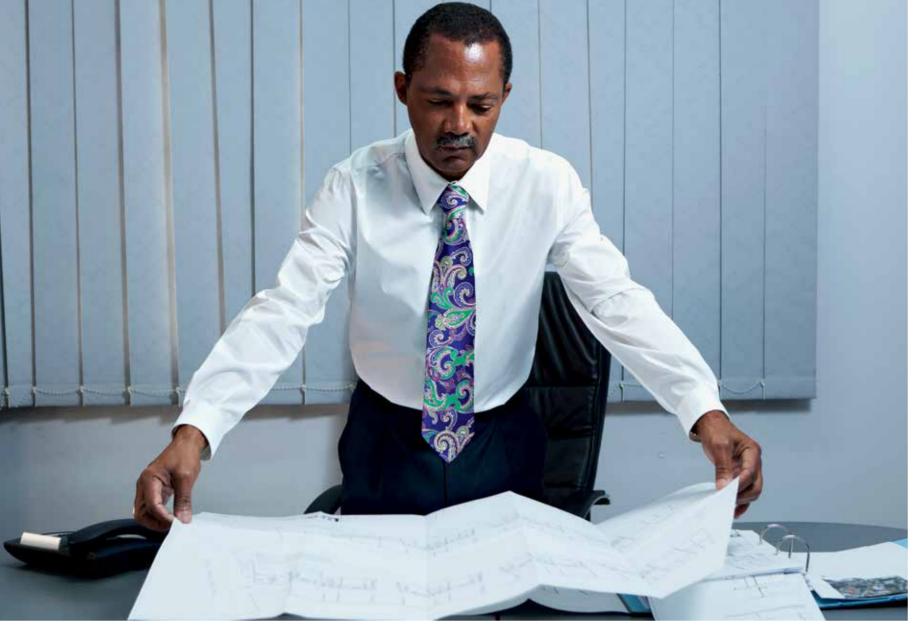
Curious eyes slowly zigzag amongst the ironwood sculptures, black, pink, grey, ivory and bronze, moments made inert by their creator, but which reflect, each with its own special touch, the traditional and ethno-linguistic culture of various peoples of Angola. Original or mere replicas of «The Thinker» (harmonious masterpiece, now internationalised, typical of the Lunda-Cokwe people from the northeast of the country) are perhaps the most popular, for their anthropological symbolism; even though they are the most expensive, given the difficulty involved in their production.



Villas&GolfeInternacional | 40





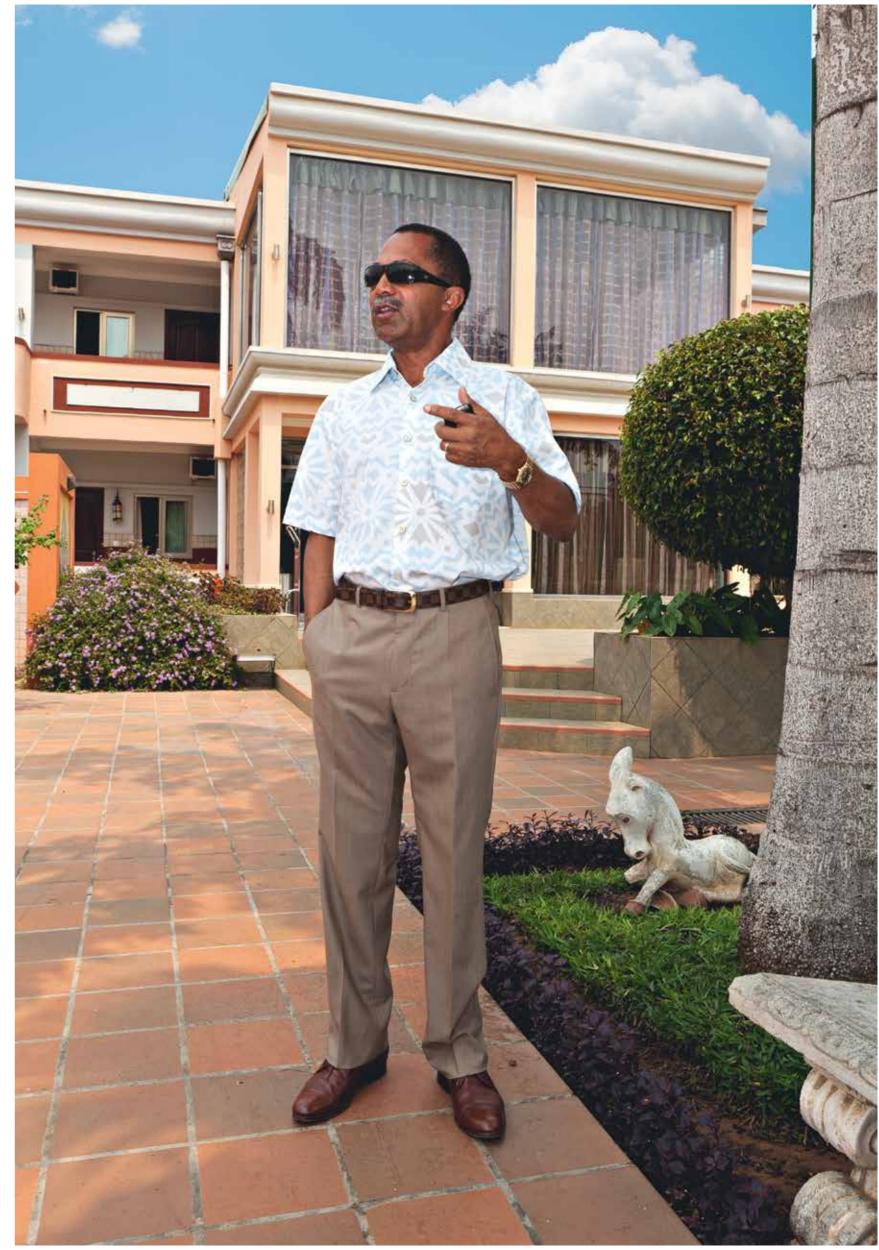


Eficiência, responsabilidade, qualidade e compromisso são as premissas que qualificam o Grupo Araújo. Apresentado, nos seus primórdios, como Empresa de Construção Araújo, Lda., cresceu e é hoje um caso de sucesso no mundo de negócios angolano. Contar a sua história é regressar ao distante ano de 1991...

Em Angola existe uma capacidade e um espaço de manobra para empreender que dificilmente se encontra em qualquer outro lugar do mundo, mais-valias que despertaram a curiosidade do empreendedor José Araújo (CEO do Grupo) e deram origem ao Grupo Araújo. Em 1991 surgia a Empresa de Construção Araújo, Lda., de tamanho modesto, dedicava-se à construção civil e obras públicas, uma área promissora, mas que depressa se viu pequena para tão grande aspiração.









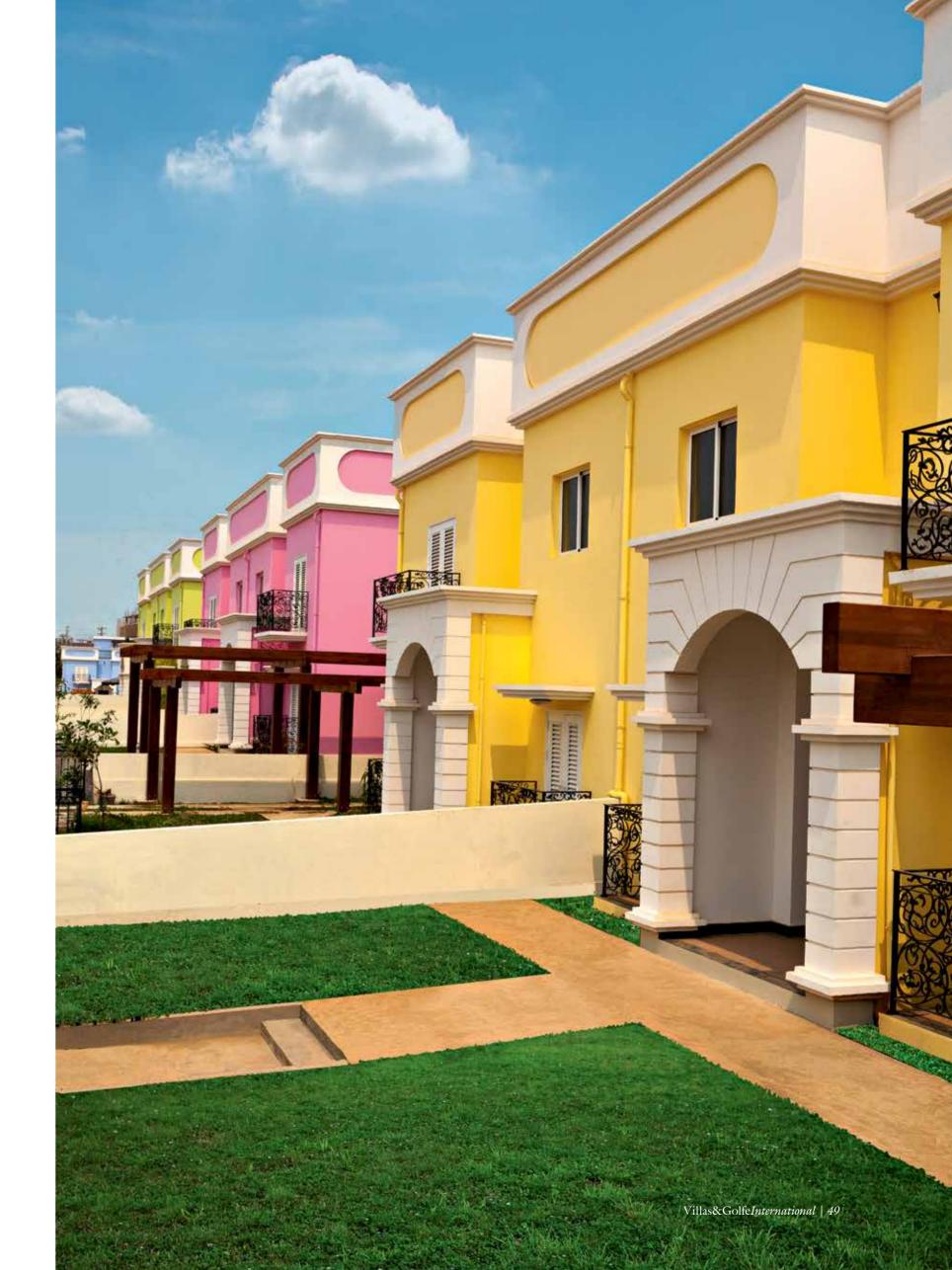
Assim, em 1995, iniciou uma nova etapa e criou o primeiro condomínio residencial, nascendo a empresa Vila Araújo – Hotelaria, Turismo e Serviços e com ela o Grupo Araújo. Impulsionado pelo forte desenvolvimento do país, com oportunidades não só em superfícies residenciais e turísticas, mas também comerciais e de serviços, e por um forte compromisso com a reconstrução do país, o Grupo abraça, em 2004, a actividade imobiliária.

Efficiency, accountability, quality and commitment are the premises guiding the Araújo Group. Presented, in its infancy, as the Empresa de Construção Araújo, Lda., the group has since grown

and is now a major success in the business world of Angola. Telling its story involves returning to the distant year of 1991...

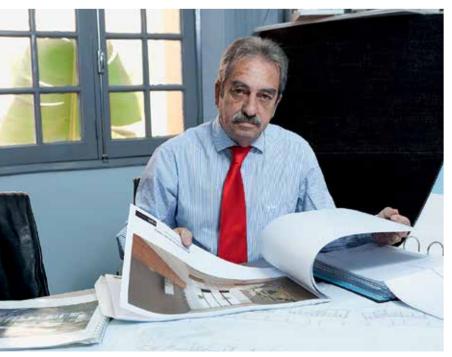
Angola has a business capacity and space to manoeuvre that is difficult to find anywhere else in the world; benefits that aroused the curiosity of entrepreneur José Araújo (Group CEO) and gave rise to the Araújo Group. The Empresa de Construção Araújo, Lda. was formed in 1991, modest in size and devoted to construction and public works, a promising area. But this was quickly deemed too small for such high aspirations. In 1995, a new stage began and the first residential condominium was created, leading to the birth of the company Vila Araújo – Hotelaria, Turismo e Serviços and with it the Araújo Group. Boosted by the strong development of the country, with opportunities not only in residential and tourist areas, but also in commercial and service areas, and by a strong commitment to rebuilding the country, the group embraced the real estate industry in 2004.







Com quase 20 anos de existência, os projectos desdobram-se em várias facetas («Metropolis Business Center», «Nova Vila Araújo», «Campus Natura», «Varandas de Luanda», «Quedas de Kalandula»), mas para falar da obra deste Grupo é necessário regressar ao primeiro desenho, ao primeiro trabalho, à «Vila Araújo», um projecto residencial inovador, mais tarde transformado em complexo hoteleiro, que desvendou novos horizontes e assinalou o início de uma caminhada vitoriosa. Este projecto incentivou novos trabalhos, como o condomínio residencial «Quedas de Kalandula». Destinada a ser uma ampliação do «Vila Araújo», (já que estabelecido nos terrenos adjacentes), a propriedade ganhou novos contornos e, buscando inspiração na «força da natureza», potencia-se como um destino familiar de alto padrão.



Now nearly 20 years in existence, projects are revealed in many guises («Metropolis Business Center», «Nova Vila Araújo», «Campus Natura», «Varandas de Luanda», «Quedas de Kalandula»), but to talk about work of this Group requires returning to the first design, to the first work, «Vila Araújo», an innovative residential project, later transformed into a hotel complex, which unveiled new horizons and marked the beginning of a path to success. This project has led the way for further work, such as the «Quedas de Kalandula» residential condominium. Designed to be an extension of «Vila Araújo» (as it was established on adjoining land), the property has gained a new look, and finding inspiration in the «force of nature», it has found strength as a leading family destination.

Because evolving and creating new businesses is imperative to the Araújo Group, new projects are under development such as the «Metropolis Business Center», a building located in



E porque evoluir e criar novos empreendimentos é um imperativo do Grupo Araújo, novos projectos estão em desenvolvimento como o «Metropolis Business Center», um edifício localizado numa das melhores zonas de Luanda (Largo da Sagrada Família), que oferece dez pisos de escritórios, lojas e galerias, volumes concebidos segundo um traço arquitectónico verdadeiramente original, moderno e ousado, vértice dos mais avançados padrões de construção. Em fase de desenvolvimento, com início de construção previsto para o corrente ano, está a «Nova Vila Araújo», um lote misto constituído por três edifícios para comércio e serviços, com amplas esplanadas entre si, que estabelecem uma franca relação com a cidade.

one of the best areas of Luanda (Largo da Sagrada Família), which offers ten floors of offices, shops and galleries, areas designed to a truly unique architectural style, modern and bold, and using the height in advanced construction standards. In the development phase, with construction scheduled to begin this year, «Nova Vila Araújo» is a mixed plot composed of three buildings for shops and services, with wide terraces between them, establishing an open relationship with the city. The plan also includes a residential area of contemporary buildings with architectural features characterized by the juxtaposition of two volumes, by separating elements and the by glass surfaces. Still in the process of being designed «Varandas de Luanda» is a gated community consisting of 30 high-end properties - two-bedroom and three-bedroom and four Penthouses -, distributed over four blocks, planned for Luanda's emblematic downtown area.

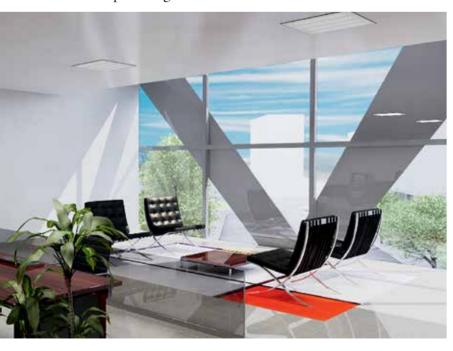


Villas&GolfeInternational | 50



O plano engloba igualmente uma zona de habitação de construções contemporâneas, com traços arquitectónicos caracterizados pela justaposição de dois volumes, pelos elementos separadores e pelas superfícies envidraçadas. Ainda em processo de concepção está o «Varandas de Luanda», um condomínio fechado constituído por 30 unidades habitacionais – tipologias T2 e T3 e 4 *Penthouses* –, de alta gama, distribuídas por quatro blocos, planeado para a emblemática baixa de Luanda.

Com a constante preocupação de fazer a diferença em cada projecto que elabora, o Grupo Araújo, pelas mãos de José Araújo, escreve uma história de sucesso, onde em cada capítulo desenha uma nova narrativa e em cada página avança com passos seguros.



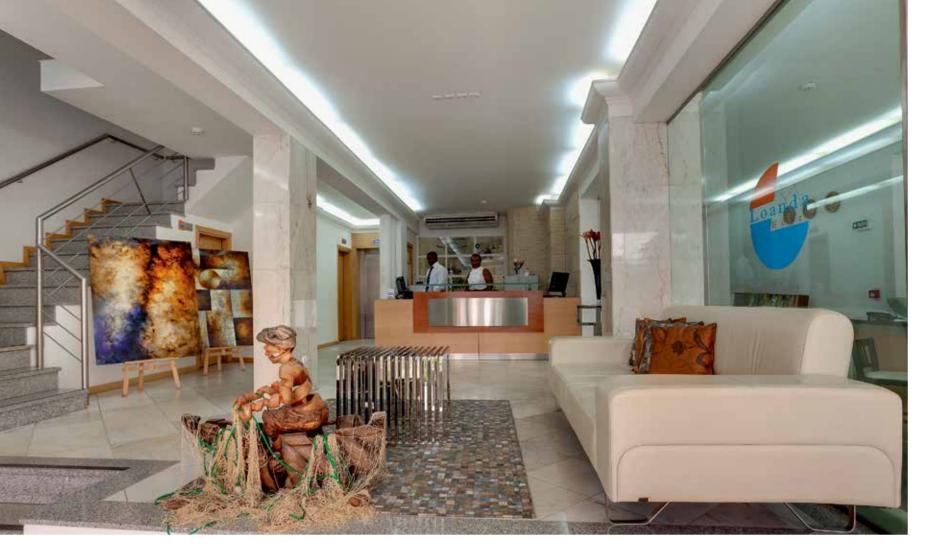
With the constant concern to make a difference in every project it develops, the Araújo Group, with José Araújo holding the pen, writes its success story, with each chapter outlining a new narrative and each page documenting secure steps forward.

Grupo Araújo Tlm: +244 912 501 288 | +244 914 599 595 araujo.lda@grupoaraujo.net





Villas&GolfeInternational | 52



### Loanda Hotel Cortesia e Tradição Courtesy and Tradition

Junto à Igreja da Sagrada Família, na área nobre do coração da cidade de Luanda, o Bairro das Ingombotas, encontramos o requintado Loanda Hotel.

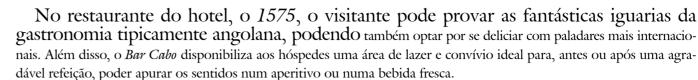
A qualidade, simpatia e gentileza única dos profissionais que todos os dias acolhem os diversos hóspedes são a imagem de marca de um espaço aprimorado que dispõe de completos e exclusivos serviços de alojamento, restauração e bar.

Os 35 quartos e as cinco suites do Loanda Hotel revelam zonas de descanso e conforto singulares, com uma decoração intimamente moderna e com todas as comodidades modernas exigidas: casa de banho privativa, ar condicionado, mini-bar, televisão, telefone e acesso à internet WI-FI.

Next to the Igreja da Sagrada Família [Church of the Sacred Family], in the exclusive Ingombotas district, within the heart of the city of Luanda, we find the sophisticated

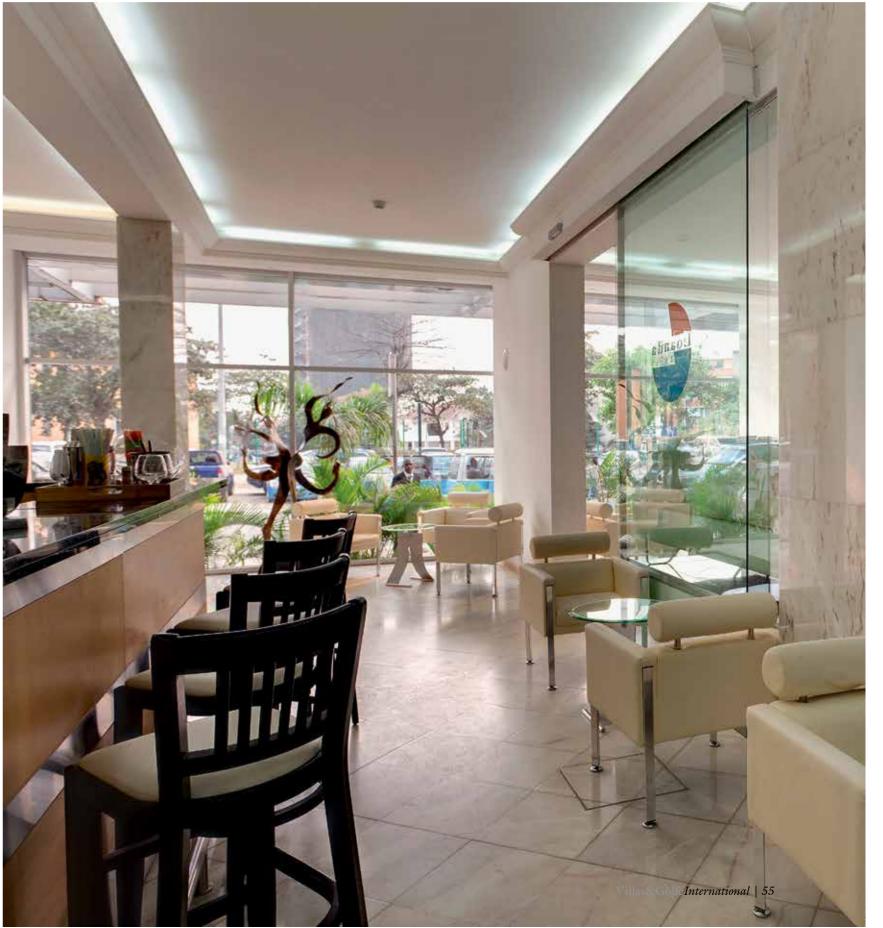
The unique quality, friendliness and courtesy of the professionals welcoming guests with every day provide the hallmark for a stunning venue, which boasts full and comprehensive accommodation, restaurant and bar services.

The 35 rooms and the five suites of the Loanda Hotel reveal singular areas of relaxation and comfort, with profoundly modern décor and with every modern convenience you could ever require: private bathroom, air conditioning, mini bar, television, telephone and Wi-Fi Internet access.



Sem esquecer as necessidades de cada cliente, o Loanda Hotel dispõe igualmente de uma ampla sala multiusos optimizada para a realização de seminários, *workshops*, reuniões de negócios ou apresentações variadas.

Na certeza de ser um espaço delicadamente cortês, o Loanda Hotel está ao serviço de todos os que chegam a Luanda e pretendem um local para uma tranquilidade e bem-estar irrepreensíveis.







In the hotel's restaurant, the 1575, guests can sample the incredible delicacies of traditional Angolan gastronomy, while also being able to delight in more international flavours. Furthermore, the Bar Cabo provides guests with a social spot ideal for refining the senses with an aperitif or cool drink, before or after a pleasant meal.

Remaining attentive to the needs of every client, the Loanda Hotel also has a large multipurpose room, with ideal conditions for holding seminars, workshops, business meetings or a choice of presentations.

Sure in its role as a polished venue, the Loanda Hotel is ready to serve anyone arriving in Luanda and who is looking for a place of impeccable peacefulness and well being. | www.loandahotel.com

Texto de Text by Patrícia Ramos Fotografias de Photographs by Manuel Teixeira





Investir na melhor\*\* cama do mundo traz-lhe um retorno ímpar porque é aí que passa 1/3 da sua vida - quiçá o mais determinante - e é aí que, em cada noite, restabelece as energias do corpo e da mente para um dia seguinte pleno de atitude.

Hästens em Portugal: www.hastens.rroudes.com









#### HÄSTENS STORE LISBOA

Rua de S. Bernardo, 43 B 1200-824 Lisboa (Lapa) Tel: +351 213 975 106 Email: info@hastens.rroudes.com

\* A cama dos seus sonhos.

\*\* A melhor porque nenhumas outras camas (ou colchões) são integral e exclusivamente produzidas com materiais naturais, apenas as Hästens que, por isso, se qualificam como 'allergy-free' e 'chemical-free'. Numa Hästens ganha efectivamente saúde porque se encontra num ambiente sem as partículas nocivas que, com o decorrer do tempo, inevitavelmente se libertam da respiração dos materiais químicos sintéticos vulgarmente utilizados. A concepção estruturante da sustentação multidimensional do corpo que caracteriza as camas Hästens regenera as articulações e confere uma eficaz descompressão dos discos da coluna, prevenindo e combatendo as dores nas costas.



Com o título de «Don», conferido por um amigo jornalista no início da sua carreira, a testemunhar a evidência do seu talento e a introduzi-lo na aristocracia dos artistas plásticos, Don Sebas Cassule descobriu desde criança que a Arte, esse «universo imagético das sensações», era o mundo mágico por onde gostava de viajar. Depois de ter exercido funções de técnico de manutenção de aviões, Don Sebas entrega-se exclusivamente à criação de trabalhos pictóricos marcados por um traço luminoso, por uma paleta multicolorida e por um gesto caracterizado pela confluência de plurais estilos. Tradicional e moderna, solar e experimental, relevante elemento de compreensão do universo e de integração sociocultural, portadora de um carácter não apenas estético, mas também ético e funcional, a obra de Don Sebas Cassule «cozinha exaustivamente» configurações e temas ancestrais e contemporâneos e «[serve-os] frios, mornos ou quentes, de forma a sugerir diversas interpretações e reflexões».

Quando descobriu que era na Arte, e concretamente na pintura, que estava o S/ mundo, «um mundo especial, que não é da terra, nem do mar, nem do ar. [...] Um mundo que transcende toda a envolvência física do espaço real»?

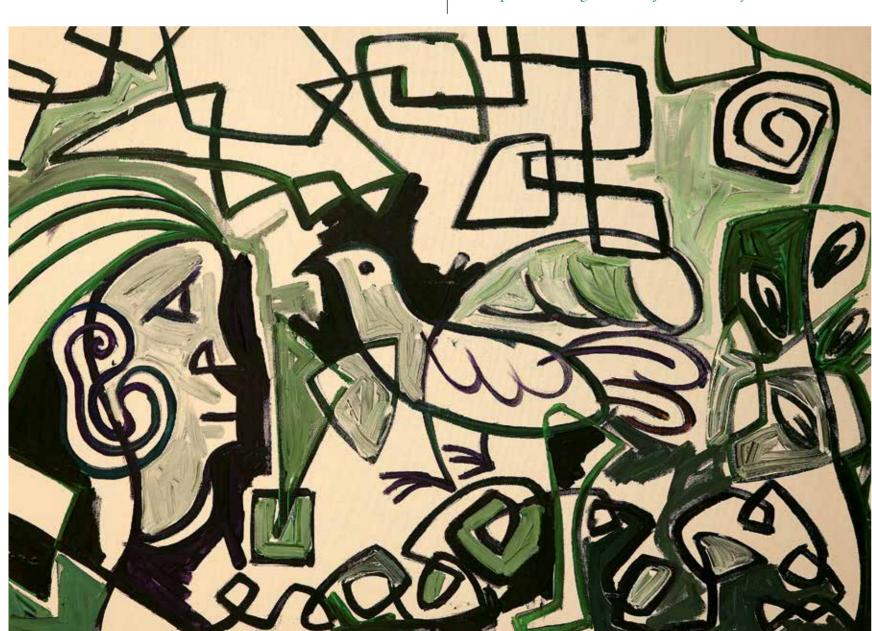
Desde muito cedo, descobri que o meu universo cósmico era realmente diferente, por que o imaginário permitia-me viajar pela vastidão dos sonhos, ajudando-me a suportar as vicissitudes da vida.

With the title «Don», given to him by a journalist friend at the beginning of his career, thus bearing proof of his talent and introducing him into the aristocracy of artists. Don Sebas Cassule discovered from childhood on that art, this «image-filled universe of sensations», was the magical world through which he liked to travel. After having served as an aircraft maintenance technician, Don Sebas dedicated himself exclusively to the creation of pictorial works marked by a luminous air, a colourful palette and an appearance characterized by the confluence of several styles. Traditional and modern, solar and experimental, relevant element in understanding the universe and socio-cultural integration, bearing a character not only aesthetic but also ethical and functional, the work of Don Sebas Cassule «exhaustively cooks up» ancient and contemporary configurations and themes and «[serves them] cold, warm or hot, so as to suggest different interpretations and reflections».

When did you discover that your world, «a special world, which is not land or sea or air. [...] A world that transcends all physical surroundings of the real space» was in art, and more specifically painting?

From very early on I discovered that my cosmic universe was really different, because imagination allowed me to travel the vastness of dreams, helping me to endure the trials and tribulations of life.

In primary school, the time set aside for drawing was the most important and magical moment for me. It was only in the





Na escola primária, o tempo reservado ao desenho livre era o momento mais importante e mágico para mim. Só no final dos anos 80, sem orientação psicológica ou pedagógica, comecei a ter noção do que era realmente a Arte pela Arte. Não tive dúvidas e troquei o fantástico mundo da manutenção de aviões pelo universo imagético das sensações.

A S/ forma de encarar a vida – descrita como essencialmente optimista e em sintonia com a educação, a aprendizagem e a solidariedade – transmite-se, de alguma maneira, para a configuração dos S/s quadros?

Considero-me e sinto-me um missionário, e procuro harmonizar o que há de melhor das minhas aprendizagens e vivências, dos meus sonhos e imaginações, das minhas invenções e criações, e partilhar com a sociedade com vista a construir uma aldeia mais bela e justa.

Um dos símbolos recorrentes na minha obra é o círculo, que representa o sol. Adoptei-o a partir do dia em que li um provérbio que dizia, «o sol nem sempre brilha mas existe». Desde então sugiro sempre um raio de luz nas minhas peças, para que cada um que tenha contacto com elas sinta algum calor espiritual.

A Arte, para além de ajudar a compreender melhor a concepção do universo resgatando o passado, abordando o presente e projectando o futuro, funciona também como instrumento de integração e diálogo sociocultural.

late 80s, without psychological or educational guidance, that I began to understand what art for art's sake really meant. I didn't have any doubts and swapped the amazing world of aircraft maintenance for the image-filled universe of sensations.

Is your way of looking at life – described as essentially optimistic and in tune with education, learning and solidarity – somehow transmitted into the configuration of your paintings?

I consider myself to be, and I feel like a missionary, and I try to harmonise the very best of what I've learned and experienced, of what I have dreamed and imagined, of what I have invented and created, and to share them with society in order to build a more beautiful and fairer village.

One of the recurring symbols in my work is the circle, which represents the sun. I adopted it from the day I read a proverb saying, "The sun doesn't always shine but it does exist". Since then I always suggest a ray of light in my works, so that everyone who comes into contact with them feels some spiritual warmth.

Art, as well as helping to better understand the design of the universe saving the past, addressing the present and projecting the future, also works as an instrument of sociocultural integration and dialogue.

Defined as experimental, your work presents a blend of artistic movements, such as realism,

Definido como experimental, o S/ trabalho apresenta uma mescla de movimentos artísticos, como o realismo, o surrealismo, o cubismo e o abstraccionismo. Concorda que esta fusão de estilos é uma das principais marcas da S/ obra?

Concordo sem dúvida. O meu *atelier* é um laboratório onde procuro constante e persistentemente novas soluções na multidimensionalidade de estilos que vou experimentando. Um dos grandes objectivos do meu trabalho é cozinhar exaustivamente os assuntos tradicionais, modernos e contemporâneos e servi-los frios, mornos ou quentes, de forma a sugerir diversas interpretações e reflexões.

Já em relação à técnica, declarou que ela é ditada pela natureza dos projectos pictóricos que realiza. Isso significa que é a própria obra que lhe incute, de alguma forma, o seu desenvolvimento, que é a obra de arte que lhe indica o caminho?

Não necessariamente. Após a concepção da obra, a execução técnica, apesar de não ser rigorosamente linear, obedece a um plano previamente traçado.

O artista, sendo um transgressor no bom sentido, deixa-se levar algumas vezes por certos caminhos sugeridos pela obra. Os derrames e salpicos são recorrentes na minha obra e são aplicados aleatoriamente. Há um princípio que diz: «todas as coisas são criadas duas vezes, a primeira é mental

surrealism, cubism and abstraction. Would you agree that this fusion of styles is one of the main hallmarks of your work?

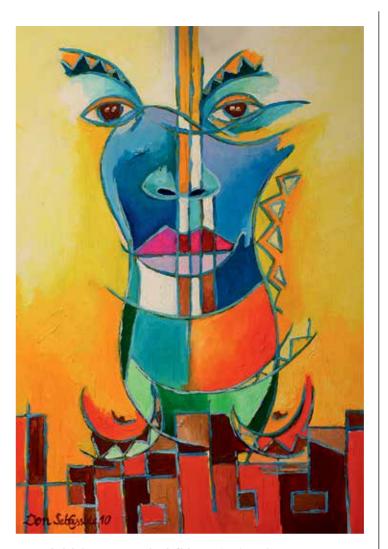
I would agree without a doubt. My studio is a laboratory where I steadily and persistently try out new solutions in the multidimensionality of styles that I experiment with. One of the major aims of my work is to exhaustively cook up traditional, modern and contemporary subjects and serve them cold, warm or hot, so as to suggest different interpretations and reflections.

Regarding your technique, you have declared that it is dictated by the pictorial nature of your projects. Does this mean that it is the very work that in some way inspires its development, that it is the work of art that tells you the way?

Not necessarily. After the conception of the work, the technical execution, although not strictly linear, follows a plan that has previously been outlined. The artist, being a violator in the good sense, sometimes allows himself to be pulled down certain paths suggested by the work. Spills and splashes are recurring in my work and are applied randomly. There is a principle that says: «all things are created twice, the first is mental or initial and the second is physical». While in the studio the work of art goes through various processes of creation.







ou inicial e a segunda é física». A obra de arte, enquanto está no *atelier*, passa por vários processos de criação.

O meu objectivo é essencialmente, dentro da minha autonomia e liberdade de pensamento, abordar e executar o conceito em causa com técnicas mistas sobre um suporte de papel, tela, madeira, chapa metálica, cartão e outros, numa estética que permite estabelecer de imediato um diálogo sensorial com o observador. O que está intrínseco na obra vem depois.

Desde que começou a apresentar a S/ obra, em 1991, teve um importante reconhecimento e já obteve vários prémios, tendo sido galardoado, em 2007, com o «Mérite et Dévouement Français» no Grand Prix International d'Arts Plastiques L'Aigle de Nice. Qual a importância que confere a estes relevantes prémios?

A cultura é um bem de importância capital para a humanidade, mas, infelizmente, em muitos lugares ainda não é suficientemente valorizada. Nos planos, sistemas e processos de desenvolvimento, a cultura não é tida como prioritária

Apesar do reconhecimento do meu trabalho pelas instituições oficiais e particulares de Angola, a dinâmica da vida leva-nos a procurar paragens com longos anos de experiência no tratamento e valorização da arte e da cultura, para, de uma ou de outra forma, legitimar o nosso trabalho e reconhecer o nosso talento. Já dizia Tolstói, «só seremos

Essentially my goal, within my independence and freedom of thought, is to address and implement the concept in question with a mixture of techniques on paper, canvas, wood, sheet metal, cardboard or others, in a visual style that allows the immediate establishment of a sensory dialogue with the observer. What is intrinsic in the work comes later.

Ever since you started to present your artwork, in 1991, you have enjoyed major recognition and have won several awards. In 2007 you were awarded the «Mérite et Dévouement Français» at the *Grand Prix International d'Arts Plastiques L'Aigle de Nice*. What importance do you give to these valuable awards?

Culture is an asset of vital importance for humanity, but unfortunately in many places it is still not sufficiently valued. In development plans, systems and processes, culture is not considered a priority.

Despite the recognition of my work by official institutions and individuals from Angola, life's dynamics take us to seek destinations with many years of experience in the treatment and appreciation of art and culture, in order to, in one way or another, authenticate our work and recognise our talent. As Tolstoy once said, «We will only be universal if we know and love our village».

After international recognition we must first of all give thanks to God for continuing to illuminate us with the Sun of Life. The motivation and commitment to your career and the public are ever increasing and will be catalysts for us to flow out into the great sea. As an anonymous author once declared, «the river achieves it goals, because it has learned to get round obstacles»

You believe that cultural stimulation, particularly in the plastic arts, includes a greater interaction with the business sector. How can this interaction between Angolan economic activity and its culture be accomplished?



Considero-me e sinto-me um missionário, e procuro harmonizar o que há de melhor das minhas aprendizagens e vivências, dos meus sonhos e imaginações, das minhas invenções e criações, e partilhar com a sociedade com vista a construir uma aldeia mais bela e justa.

I consider myself to be, and I feel like a missionary, and I try to harmonise the very best of what I've learned and experienced, of what I have dreamed and imagined, of what I have invented and created, and to share them with society in order to build a more beautiful and fairer village.



Villas&GolfeInternacional | 62



universais se conhecermos e amarmos a nossa aldeia».

Depois de um reconhecimento internacional devemos antes de tudo dar graças a Deus para continuar a iluminar-nos com o Sol da Vida. A motivação e o compromisso com a carreira e o público são cada vez maiores e serão catalisadores para desaguarmos no grande mar. Já afirmava um autor anónimo, «o rio atinge seus objectivos, porque aprendeu a contornar obstáculos».

Defende que a dinamização cultural, em particular nas artes plásticas, passa por uma maior interacção entre o sector empresarial. Como poderá ser realizada esta interacção entre a actividade económica e a cultura angolana?

A cultura como marca principal de um povo é um bem espiritual e material consumível, e a economia é considerada como sendo uma actividade que consiste na produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Ambas, a economia e a cultura, interagem com muita cumplicidade e acabam por se projectar mutuamente, contribuindo para o crescimento e desenvolvimento do país que os angolanos pretendem edificar.

«Sou apologista do bom, do belo e do funcional, seja em arte ou noutra área» afirmou. De que maneira o ético, o estético e a utilidade prática convivem na Arte?

A Arte, como instrumento de integração social, ajuda a sociedade a compreender melhor o universo e a participar com compromisso e consciência na sua transformação, logo a Arte convive de forma cúmplice com o ético, o estético e a utilidade prática.

Texto de Text by Paula Monteiro | Fotografias de Photographs by Miguel Costa Culture, as the foremost hallmark of a nation, is a spiritual and material consumable good, and the economy is considered to be an activity consisting of the production, distribution and consumption of goods and services. Both economy and culture actively interact and end up mutually promoting each other, contributing to the growth and development of the country that the Angolans want to build.

You have said: «I am in favour of the good, the beautiful and the functional, whether in art or other areas». In which way do ethics, aesthetics and practical utility coexist in art?

Art as an instrument of social integration helps society to better understand the universe and participate with commitment and awareness in its transformation, therefore art happily coexists with ethics, aesthetics and practical utility.



Villas&GolfeInternacional | 64



Vacheron Constantin Iberia - contacto@vacheron-constantin.com

**VACHERON CONSTANTIN** 

Manufacture Horlogère, Genève, depuis 1755.



Reconhecido pelo *glamour* e sofisticação, o Estoril foi, noutros tempos, um dos mais exclusivos locais de veraneio da Europa. Palco de festas onde a elegância era rainha, aqui afluíam várias personalidades da nobreza. Hoje, moderno e cosmopolita, o Estoril mantém a animação de outros anos e, numa combinação perfeita entre passado e presente, apresenta-se como um lugar repleto de propostas de lazer.

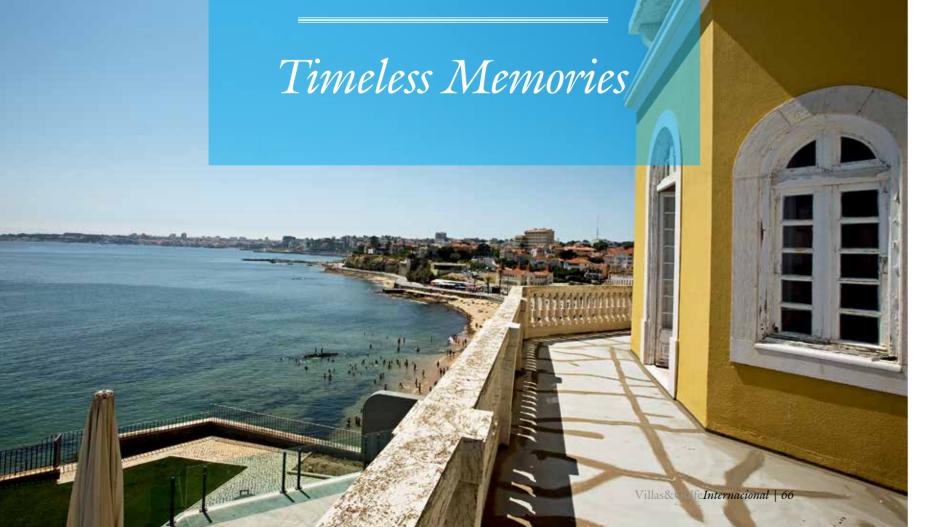
Em plena praia da Azarujinha, escondida no fundo de uma elevada falésia, surge, altiva, a Villa São Paulo, um edifício

que remonta ao início do século XX e que imprime na paisagem o traço da história. Mandada construir por um aristocrata português, que fez fortuna com o negócio de café no Brasil, o palacete é dono de uma vista impressionante sobre o mar e toda a linha de Cascais. Com uma arquitectura típica da época, a Villa São Paulo destaca-se pelo seu

Recognised for its glamour and sophistication, Estoril was once one of the most exclusive summer hangouts in Europe. Home to parties in which elegance was king, many members of the nobility would flock here. Today, modern and cosmopolitan, Estoril retains its lively personality of yesteryear and, in a perfect combination between the past and the present, reveals itself as a venue packed with leisure opportunities.

Right on Azarujinha beach, hidden at the back of a high cliff, stands Villa São Paulo, a building that dates back to the beginning of the 20th century and which stamps the landscape with a piece of history. Commissioned by a Portuguese aristocrat, who had made his fortune in the coffee industry in Brazil, the palacete enjoys impressive views over the sea and the entire Cascais coastline. With architecture typical of the period, Villa São Paulo stands out for its turret and also for its interior, where gilt-carved and stucco detailing still remains, and equally for the magnificent azulejo tiles on the exterior walls. Stood on a plot of 2486 square metres, Villa







torreão, mas também pelos seus interiores onde permanecem detalhes como trabalhos em talha dourada e em estuque, ou os magníficos azulejos nas paredes exteriores. Num terreno de 2486 m², a Villa São Paulo, com 1882 m², é um edifício totalmente restaurado e modernizado. Com cinco pisos, diversas divisões, entre quartos, suítes, salas de estar, sala de jantar, uma cozinha inteiramente equipada, um elevador interior e piscina interior e exterior aquecidas, o palacete é uma autêntica homenagem à arte de bem viver.

Da casa à praia são apenas 50 os degraus de uma escadaria privada entre o jardim e o paredão. A *Villa* São Paulo, cingida pela maresia em quase todas as divisões, debruça-se sobre o oceano Atlântico numa viagem entre as memórias e os desígnios futuros.





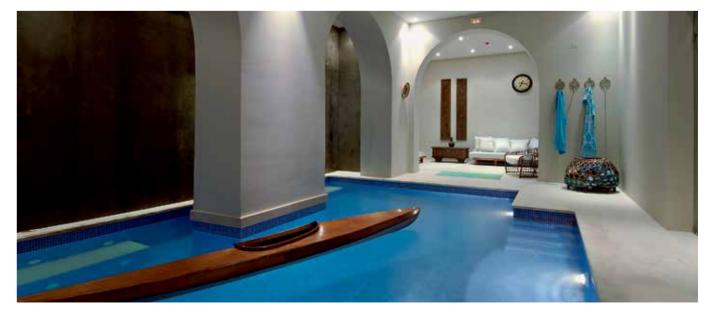


são Paulo, with an area of 1882 square metres, is an entirely renovated and modernised building. With five floors, assorted rooms, including bedrooms, suites, living rooms, dining room, a fully equipped kitchen, a lift, and indoor and outdoor heated swimming pools, the villa is a veritable tribute to the art of fine living.

Just 50 steps separate the house from the beach, down a private stairway between the garden and the cliff face. Villa São Paulo, embraced by the sea breeze in almost every room, is perched above the Atlantic Ocean, in a journey between memories and its future role.



Lic. AMI n.° 7946 Contactos/Contacts: +351 229 021 601 geral@royalvillas.eu | www.royalvillas.eu



Villas&GolfeInternacional | 68





# Equinta do Lago Estilo de Vida Único A Unique Lifestyle

Dizer que está inserida em plena Reserva Natural da Ria Formosa, que as suas infra-estruturas e serviços vão ao encontro de todas as necessidades e sonhos, que as sumptuosas villas ou qualquer tipo de habitação se dispersam na paisagem tendo em conta a privacidade; que a segurança, em todos os segundos do ano, é exímia; que os arruamentos, jardins e toda a natureza construída estão impecavelmente cuidados, que a natureza espontânea é exemplarmente preservada; que o golfe é aqui tão verdadeiro como o é o verde intenso dos greens e fairways; que os sabores do Algarve, de Portugal e do mundo estão muito bem representados nos restaurantes do resort, como o Casa do Lago, a cargo do Chef John Nolan, dizer tudo isto, ou enumerar pormenorizadamente todas as suas valências, não é suficiente para percebermos o significado de estar, de viver na Quinta do Lago. É preciso vivenciar, experimentar, sentir o espírito do lugar.





Even with the knowledge of its location in the heart of the Ria Formosa Nature Reserve; its facilities and services which satisfy every requirement and dream; the luxurious villas spread throughout the spectacular resort each with a high regard to privacy; the unsurpassed level of security which remains a constant focus; the infrastructure, gardens and the landscaping all impeccably maintained; that the original natural setting is perfectly preserved; that golf here is as true as the intense green of the greens and fairways; that the flavours of the Algarve, of Portugal and of the world are very well represented in the resort's restaurants, such as Casa do Lago, run by Chef John Nolan; saying all of this, or listing all of its merits in detail, will never be enough to fully comprehend the meaning of being, of living in Quinta do Lago. You need to experience and feel the spirit of this place.







Talvez há 38 anos atrás, quando André Jordan encetou o projecto, ele não imaginasse no que se tornaria a Quinta do Lago: este paraíso, abeirado de Loulé, na Costa Algarvia, onde o clima parece ter sido encomendado propositadamente a uma qualquer entidade com poderes para tal.

Aqui, são perceptíveis o equilíbrio ecológico e a sensibilidade paisagística do empreendimento, visíveis, por exemplo, na ponte de madeira de acesso à praia, uma obra superiormente concebida em harmonia com a envolvência do meio, onde as espécies faunísticas e florísticas gozam de um equilíbrio natural.

Experimentar este paraíso é sempre possível, mas ser proprietário de um pedaço de éden será, a curto prazo, difícil. Os novos lotes do San Lorenzo Norte representam uma das últimas oportunidades para construir uma moradia na Quinta









38 years ago, when André Jordan began this project, he probably could not have fully imagined how Quinta do Lago would evolve: this paradise, on the edge of Loulé on the Algarve's coast, with its idyllic climate and almost year round sunshine.

Here the ecological balance and the development's sensitivity for the landscape can be felt and is highly visible, for example, in the wooden bridge accessing the beach, a master work designed in harmony with the natural surroundings, where the species of flora and fauna can enjoy nature in full harmony.

Experiencing this paradise is a must, and Quinta do Lago has just released its latest development San Lorenzo North which is one of the last opportunities to purchase a plot and build your dream villa in this pre-eminent European resort. The setting is made up of



the green of the fairways and the no less green landscape of the Ria Formosa Nature Park. Despite the difficulties of the global economy, Quinta do Lago's real estate market is secure and stable, as it is one of the best golf resorts in the world (one of the major golf destinations, with courses ranking in Europe's top 25, having hosted various Portuguese Opens, while continuing in its role as a choice venue for national and international tournaments), because it boasts a prime location and easy access (15 minutes from the airport), because it features a unique portfolio, which includes sales, rentals and property management.

Since its inception in 1972, Quinta do Lago has won many awards in recognition of being a place where natural beauty complements a special and unique lifestyle.

do Lago. Os cenários são o verde dos *fairways* e a não menos verde paisagem do Parque Natural da Ria Formosa. Apesar das dificuldades da economia global, o mercado imobiliário da Quinta do Lago é seguro e estável, porque se trata de um dos melhores *resorts* de golfe do mundo (um dos maiores destinos de golfe, com campos nomeados no *top* 25 na Europa, tendo recebido vários Opens de Portugal e continuando a ser o local escolhido para torneios nacionais e internacionais), porque a sua localização é privilegiada e os acessos fáceis (a 15 minutos do aeroporto), porque se trata de uma oferta única, que engloba a venda, aluguer e gestão de propriedades.

Desde o seu nascimento, em 1972, a Quinta do Lago foi distinguida diversas vezes com o símbolo de qualidade e excelência turística, por ser um lugar onde a beleza natural complementa um estilo de vida especial e único.







## <sup>₹</sup> Poggenpohl

## Edifício de maior prestígio em Luanda Com as mais luxuosas cozinhas alemãs The most prestigious building in Luanda With the most luxurious German kitchens



A Torre Ambiente é um empreendimento único em Luanda, localizado no Largo do Ambiente, com uma vista magnífica sobre toda a cidade, incluindo a famosa baía.

Com 28 pisos acima do solo, dois dos quais para comércio, seis para escritórios e um heliporto na cobertura, a Torre Ambiente reúne, nos restantes pisos, 90 das mais luxuosas habitações da cidade de Luanda.

Reconhecida como a cozinha mais luxuosa, a Poggenpohl, agora eleita «Marca do Século», na Alemanha, foi a escolha natural para equipar estes amplos e exclusivos apartamentos.

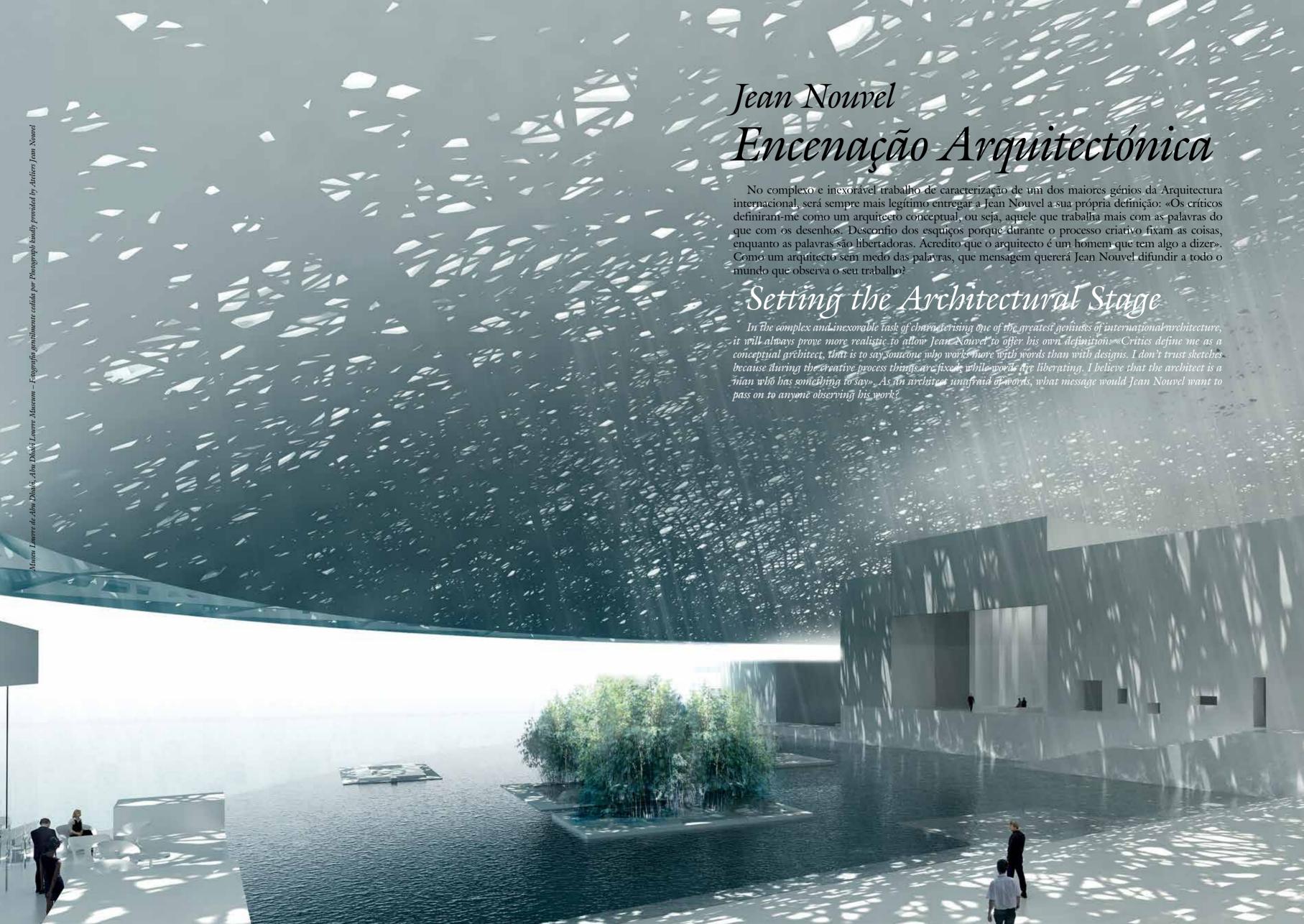
O condizente equipamento da também marca alemã Gaggenau complementa o requinte que caracteriza este empreendimento. www.poggenpohl.com.pt | www.poggenpohl.de

Torre Ambiente is a unique building in Angola, situated at Largo do Ambiente. It has a magnificent view of the entire city, including the view of the so famous bay.

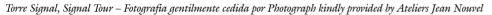
The tower has 28 floors above ground level from which, two are for retail purposes, six are offices and a helipad on the rooftop. On the remaining floors, the tower gathers 90 of the most luxurious flats in the city of Luanda.

Well known for being the most luxurious kitchen brand, Poggenpohl was elected, in Germany, «Brand of the Century» and therefore it was the obvious choice to furnish the kitchens of these spacious and definitely, exclusive apartments. The appliances equipment from Gaggenau, another great German brand, provides the exceptional subtlety that distinguishes this estate.

 $Fotografias\ gentilmente\ cedidas\ por\ Photographs\ kindly\ given\ by\ Poggenpohl$ 









Torre de Verre, Verre Tour – Fotografia gentilmente cedida por Photograph kindly provided by Ateliers Jean Nouvel

A linguagem estilística que as obras de Jean Nouvel têm transmitido é a de uma voz que, desde o início da sua carreira na Arquitectura, em 1970, quebrou, e tem vindo a quebrar, a estética do modernismo e do pós-modernismo, colocando uma enorme importância na harmonia de um edifício com a sua envolvente.

Impulsionada pelas especificidades particulares de cada projecto, a abordagem única do arquitecto francês metamor-



foseia as paisagens onde os seus programas são construídos, acabando por os tornar em grandes eventos urbanos por direito próprio. Tal abordagem não é intencionalmente inocente, essa capacidade para conceber globalmente um plano, com toda a envolvência que o abrange, compõe os diversos espectáculos que Jean Nouvel cria. As encenações construtivas do artista são assim a expressão excepcional de uma teatralidade, no mundo mágico da performance, confirmando a introdução da arte na arquitectura, e a arquitectura na cidade.

The stylistic language transmitted by the works of Jean Nouvel resounds in a voice, which, ever since the beginning of his architecture career in 1970 has broken and continues to break with the aesthetics of modernism and of postmodernism, placing overwhelming importance on the harmony of a building with its surroundings.

Driven by the particular specifications of each project, the unique approach of the French architect transforms the landscapes in which his projects are built, turning them in to grand urban events in their own right. Such an approach is not intentionally innocent; this ability to fully create a plan, including the entire surroundings, composes the varied spectacles created by Jean Nouvel. The constructive stage design of this artist is thus the exceptional expression of theatricality, in a magical world of performance, confirming the introduction of art into architecture and architecture into the city.

Besides the theatre, Nouvel equally defends the close relationship between the Seventh Art and architecture, believing that: «Architecture exists, just like films, in a dimension of time and movement. A building is thought, conceived and read in sequential terms. Erecting a work implies predicting and searching for effects of contrast and an interaction with the succession of spaces through which the building is constructed».

There are many architectural settings being designed in the various Jean Nouvel practices, established initially in Paris in 1994 and later in London, Copenhagen, New York, Rome, Madrid and Barcelona.



One New Change – Fotografia de Photograph by Miller Hare



One New Change – Fotografia de Photograph by Miller Hare

Para além do teatro, Nouvel defende igualmente a ligação íntima da Sétima Arte com a Arquitectura, acreditando que «A Arquitectura existe, tal como o cinema, numa dimensão de tempo e movimento. Pensa-se, concebe-se e lê-se um edifício em termos sequenciais. Erguer uma obra implica prever e procurar os efeitos de contraste e uma articulação com a sucessão de espaços através do qual se constrói o edifício».

With more than 40 projects currently active in 13 countries, the recent universe of Jean Nouvel, who in 1998 was awarded the Pritzker Prize, which annually distinguishes the major names in international architecture, is set in the Louvre Museum project in Abu Dhabi, the Signal tower to revive the Parisian economic district of La Défense, or the Tour de Verre, a glass skyscraper being built next to the Museum of Modern Art in New York. Also, the

Filarmónica de Paris, Paris Phillarmonie Hall – Fotografia gentilmente cedida por Photograph kindly provided by Ateliers Jean Nouvel





Fundação Cartier, Cartier Foundation – Fotografia de Photograph by Philippe Ruault

São diversos os cenários arquitectónicos que vão sendo traçados nos vários Ateliers Jean Nouvel, estabelecidos inicialmente em Paris, em 1994, e mais tarde em Londres, Copenhaga, Nova Iorque, Roma, Madrid e Barcelona.

Com mais de 40 projectos activos, em 13 países, o universo recente de Jean Nouvel, que em 1998 foi galardoado com o Prémio Pritzker, que distingue anualmente os grandes nomes da Arquitectura Internacional, encena-se no projecto do Museu do Louvre em Abu Dabhi, a torre *Signal* para reavivar o bairro económico francês La Défense, ou a *Tour de Verre*, um arranha-céus em vidro, a ser edificado junto ao Museu de Arte Moderna, em Nova Iorque. E ainda o *One New Change*, um espaço público no centro histórico de Londres, e o plano vanguardista para a Filarmónica de Paris. Entre outros projectos já concluídos, assinala-se a ampliação do Museu Rainha Sofia, em Madrid, a Fundação Cartier, em Paris, e o conjunto habitacional *Nemausus*, em Nimes, França.

Se para o arquitecto «A Arquitectura é diálogo», devendo os «arquitectos proporcionar uma janela para o futuro, mesmo quando a janela se recusa a abrir», certamente que Jean Nouvel já abriu muitas dessas janelas com a grandiosidade dos seus projectos.

One New Change, a public space in the historic centre of London, and the cutting edge plan for the Paris Philharmonic. Other projects already completed include: the extension of the Queen Sofia Museum in Madrid; the Cartier Foundation in Paris; and the Nemausus property development in Nimes, France.

If «Architecture is dialogue» for the architect, where architects should «provide a window to the future, even when the window refuses to open», it is certain that Jean Nouvel has already opened many of these windows with the grandeur of his projects.

www.jeannouvel.com Texto de Text by Patrícia Ramos

Complexo Habitacional Nemausus, Neumausus Housing – Fotografia de Photograph by Deidi Von Schaewen



Museu Rainha Sofia, Queen Sofia Museum – Fotografia de Photograph by Philippe Ruault







Apartamentos de excelência no centro de Lisboa. Exclusive flats in Lisbon.



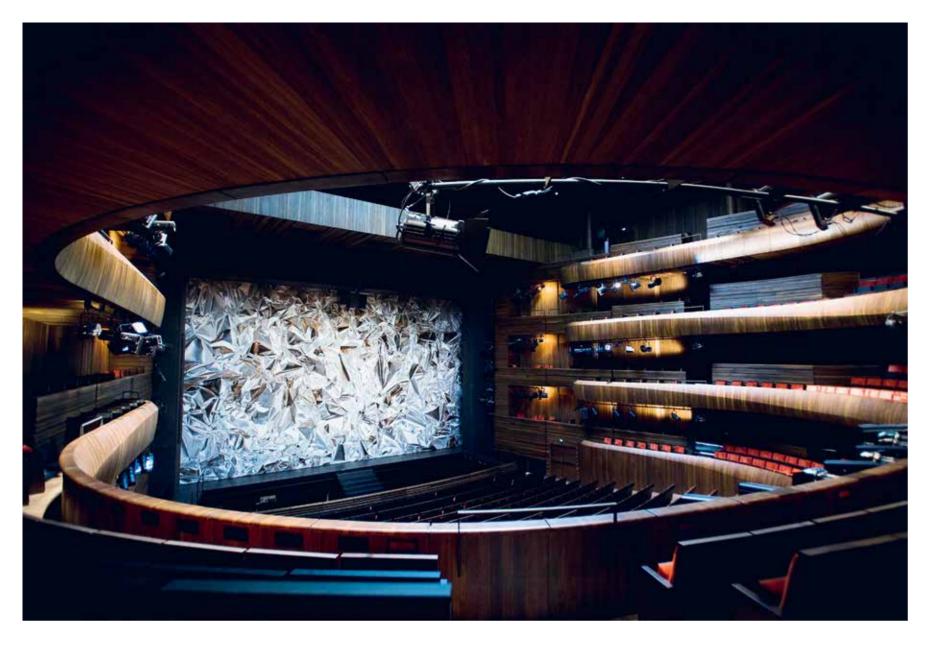
Lic. AMI n.° 7946 Contactos/Contacts: +351 229 021 601 geral@royalvillas.eu | www.royalvillas.eu



# The Norwegian Opera & Ballet Trilogia Conceptual em Cena Conceptual Trilogy on Stage

Por entre os gélidos fiordes noruegueses, surge na baía portuária de Bjørvika, em Oslo, The Norwegian Opera & Ballet para promover a evolução nacional de incipientes artes performativas no país: a ópera e o *ballet*.

O gabinete de arquitectura norueguês, Snøhetta, foi o responsável pelo espectáculo exterior que o admirável edifício mantém incessantemente em cena. Para a concretização de magnânime obra, os encenadores arquitectónicos definiram a combinação de três conceitos construtivos. Em primeiro estabeleceram um declive que faz comungar intrinsecamente o plano terreno com a água, o mar, ligando a Noruega a todo o mundo. O segundo elemento é descrito como a fábrica, isto é, o teatro de ópera deve funcionar autonomamente como uma fábrica. A infra-estrutura deve ser de ampla flexibilidade para se ajustar ao espaço dedicado ao utilizador final. E por último surge um tapete. Estendido sobre diversas plataformas ondulantes, delimita um percurso de horizontal monumentalidade ao longo de todo o edifício, transformando-o em propriedade comum e de livre acesso para usufruto geral da cidade de Oslo e dos seus cidadãos.



Amongst the icy fjords of Norway, rising up in the harbour bay of Bjørvika, in Oslo, The Norwegian Opera & Ballet works to promote the national evolution of fresh performing arts in the country: opera and ballet.

Norwegian architectural practice Snøhetta was responsible for the outdoor spectacle that the impressive building maintains forever on stage. For the realisation of this magnanimous work, the architectural directors defined the combination of three construction concepts. Firstly they established a slope, bringing the ground plan in intrinsic communion with the water, the sea, linking Norway to the rest of the world. The second element is described as a factory, meaning that the opera theatre should work independently as a factory. The infrastructure should be highly flexible to adjust to the space dedicated to the final user. And finally there is a carpet. Extending over various rolling platforms, delimiting a trajectory of horizontal monumentality along the entire building, trans-











Materialmente, a encenação desenrola-se através da combinação exterior do vigor da pedra com a força do metal e a transparência do vidro. No interior predomina a naturalidade quente da madeira que reveste as áreas públicas e o auditório principal construído segundo a ferradura clássica de um teatro, tendo capacidade para cerca de 1400 lugares dispostos pela plateia e por três andares de camarotes que permitem aplaudir representações de ópera e encenações de dança.

The Norwegian Opera & Ballet celebra de um modo singular um vínculo inusitado entre Oslo e o fiorde, intensificando as potencialidades da paisagem com a urbanização de um edifício que agora explora honradamente uma grande diversidade de festivais culturais e musicais, peças teatrais, espectáculos de ballet clássico ou contemporâneo, e, acima de tudo, grandes e majestosas óperas norueguesas e internacionais.



forming it into communal property with free access for the general enjoyment of the city of Oslo and its citizens.

In terms of materials, the staging develops through the exterior combination of the strength of stone with power of metal and the transparency of glass. In the interior the natural warmth of wood predominates, covering the public areas and the main auditorium built according to the classic horseshoe of a theatre, with capacity for some 1400 places, distributed through the stalls and three levels of boxes, from which audiences can applaud opera and dance performances.

The Norwegian Opera & Ballet singularly celebrates an extraordinary link between Oslo and the fjord, intensifying the potential of the landscape with the creation of a building that is now home to a huge variety of cultural and musical festivals, theatre plays, classical and contemporary ballet shows and, most importantly, grand and majestic Norwegian and international operas. | www.operaen.no

Texto de Text by Patrícia Ramos | Fotografias de Photographs by Erik Berg, The Norwegian Opera & Ballet





Sofá La Montanara para Meritalia, La Montanara Sofa for Meritalia

## Gaetano Pesce Natureza Inconvencional Mr Unconventional

As suas obras não transmitem os 71 anos que o corpo de Gaetano Pesce enverga e tal só é possível porque o seu espírito mantém a mesma jovia-

lidade, versatilidade, irreverência, imprevisibilidade e cor, que possuía quando começou a dar os primeiros passos no universo do *design* e da arquitectura, em finais da década de 60 do Séc. XX.

A força criativa do *designer* italiano fez dele um dos fundadores do Grupo N, um conjunto de artistas envolvidos na emergência do Movimento Bauhaus que, como primeira escola de *design* do mundo, promoveu a modernização da Arquitectura.

His works do not transmit the 71 years that the body of Gaetano Pesce carries and this is only possible because his mind maintains the same joviality, versatility, irreverence, unpredictability and colour that it had when he started making his first steps in the world of design and architecture at the end of the 1960s.

The creative power of the Italian designer ensured his place as one of the founders of the «N Group», a collection of artists involved in the emergence of the Bauhaus Movement, which, as the first design school in the world, promoted the modernisation of architecture.

Despite living in New York, the eccentric originality of Gaetano Pesce is recognised through his permanent collections in major museums, including the MoMA in New York or the Georges Pompidou Centre in Paris.

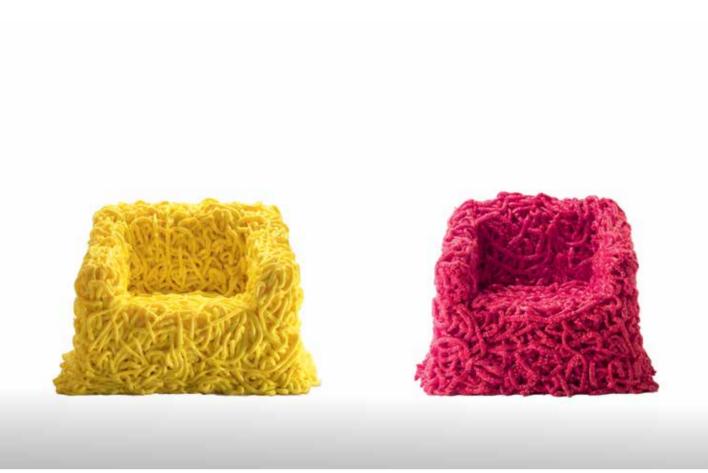


Casa Bahia, Bahia Hou

Apesar de radicado em Nova Iorque, a originalidade excêntrica de Gaetano Pesce é reconhecida através das suas coleções permanentes em grandes museus, como o MoMA, em Nova Iorque, ou o Centro Georges Pompidou, em Paris.

Na estimulante *Bahia House*, no Brasil, Pesce revestiu a fachada com pedaços de vidro e azulejos de várias tonalidades, sobrepostos, aludindo às escamas dos peixes, enquanto envolveu o interior em borracha perfumada com a essência de lavanda.





Poltronas Senza Fine para Meritalia, Senza Fine Armchairs for Meritalia

In the stimulating Casa Bahia in Brazil, Pesce has lined the façade with pieces of glass and ceramic tiles in assorted colours placed one on the next as if scales of a fish, while he has surrounded the interior in rubber perfumed with essence of lavender.

In terms of furniture Pesce designed the Sessantuna for Cassina, a table that commemorates the 150 years of the unification of Italy. La Fiorita, a sofa dedicated to spring flowers, Senza Fine, an armchair for indoors and out, and La Montanara, a sofa that celebrates winter, are some of the pieces by Pesce produced by Meritalia. The optimistic hues of vegetables and fruits inspired the creation of Pescecappa, an extractor hood from kitchen brand Elica. Even the world of fashion enjoys Pesce's creative hand, with the daring and colourful pair of perfumed plastic shoes, presented by Melissa in May of this year.







Sofá La Fiorita para Meritalia, La Fiorita Sofa for Meritalia

Dentro do mobiliário, Pesce desenhou para a Cassina a Sessantuna, uma mesa que celebra os 150 anos da unificação de Itália. La Fiorita, um sofá dedicado às flores primaveris, Senza Fine, uma poltrona de exteriores e interiores, e La Montanara, um sofá que exalta o Inverno, são algumas das peças de Pesce produzidas pela Meritalia. Os tons optimistas de legumes e frutas inspiraram a criação do Pescecappa, um exaustor da marca de cozinhas Elica. E até o mundo da moda já tem o cunho de Pesce com o ousado e colorido par de sapatos em plástico perfumado, apresentado pela Melissa, em Maio deste ano.

O carácter inconvencional de Gaetano Pesce fá-lo criar objectos que, segundo ele, «são portadores de imagens, números e sinais capazes de evocar visões», afastando-se assim da natureza abstracta que «nos custou a perda ou o risco de perder a nossa identidade».

The unconventional character of Gaetano Pesce leads him to create objects that he describes as «bearers of images, numbers and signs able to evoke visions», thus distinguishing himself from abstract nature which «has cost us the loss or the risk of losing our identity». | www.gaetanopesce.com

Texto de Text by Patrícia Ramos | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by Gaetano Pesce



Gaetano Pesce para Melissa, Gaetano Pesce for Melissa

Villas& Golfe Angola
Villas& Golfe Gourmet
House Traders
Agora com uma
distribuição
internacional
em Angola e no Brasil
(Rio e São Paulo)
e online em
www.buknet.pt

Now distributed internationally in Angola and Brazil (Rio and São Paulo) and online www.buknet.pt

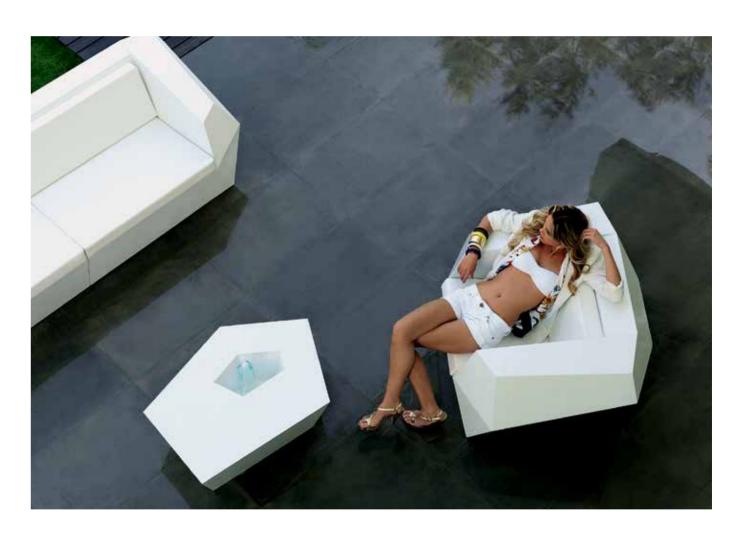




# Vondom As Faces de FAZ The Facets of FAZ

Inspirada na natureza e nas suas configurações minerais, a colecção FAZ, criada pelo arquitecto e designer Ramón Esteve para a marca espanhola de mobiliário e de peças de design Vondom, consiste num conjunto de módulos pensados para exterior constituído por uma espreguiçadeira com mesa auxiliar, uma poltrona, um sofá, uma mesa de café e três floreiras de diferentes dimensões que compõem uma única unidade.

Resultado da feliz combinação de materiais e de elementos leves, a linha *FAZ* adapta-se a distintos espaços, com as sedutoras arestas e vértices das suas faces a gerarem surpreendentes jogos de luz e sombra. De *design* minimalista e sinuoso, as peças da coleção *FAZ* apresentam contornos semelhantes a cristais na sua angulosidade e solidez.



Inspired by nature and its mineral configurations, the FAZ collection, created by architect and designer Ramón Esteve for Spanish brand of furniture and designer pieces Vondom, features a series of modules created for outdoors use, comprising a sun-lounger with side table, an armchair, a sofa, a coffee table and three planters of different sizes that compose a single unit.

The result of the careful combination of materials and light elements, the FAZ range fits to a choice of spaces, with the seductive edges and peaks of its facets producing surprising effects of light and shade. Minimalist and sinuous in design, the pieces within the FAZ collection appear as if crystals, in their angularity and solidity. | www.vondom.com

Texto de Text by Paula Monteiro | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by Vondom







A marca italiana de soluções para o segmento de banho, Kos, apresenta linhas que reinterpretam as salas de banho ao estipular produtos de elevada qualidade, com perfil cosmopolita e contemporâneo, para que o utilizador possa criar o seu próprio espaço, a sua própria percepção de conforto e bem-estar. Distinguida pela *Elle Decoration* com o Prémio Internacional de Design 2010, a mini-piscina *Faraway* é elegantemente funcional e clama para ser compartilhada requintadamente na privacidade do lar ou num espantoso *spa*.

Atrayés da série *Gea*, que também pode ser instalada ao ar livre, a banheira é reinventada, readquirindo formas mais

Através da série *Geo*, que também pode ser instalada ao ar livre, a banheira é reinventada, readquirindo formas mais primitivas e evocativas de antigos mananciais, configurando um local excelso para a regeneração da mente e do corpo, adensado por um chuveiro de *design* purista.

Italian bathroom solutions brand Kos presents product ranges that reinterpret bathrooms in combining high quality levels with cosmopolitan and contemporary flair, so that the user can create his/her own space, to his/her own idea of comfort and well being.

Distinguished by Elle Decoration with the International Design Award 2010, the Faraway mini-pool is elegantly functional and begs to be sophisticatedly shared in the privacy of the home or a stunning spa.

Through the Geo series, which can also be fitted outdoors, the bathtub is reinvented, taking on more primitive forms, evocative of antique water springs, producing a magnificent setting for rejuvenated body and mind, added to by a shower of the purest design. www.kositalia.com

Texto de Text by Patrícia Ramos | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by Kos

# Boca do Lobo Design que Apaixona Emotional Design





O inesperado acontece, a surpresa advém e a paixão emerge ao encarar peças de personalidade irreverente, excelente qualidade e inovação incomparável.

O mobiliário Boca do Lobo revela o melhor que o *design* português tem e pode oferecer a todo o mundo. Entre a exclusividade dos seus produtos, a colecção *Limited Edition/Large Emotion* consagra uma série de 12 artigos, limitada a 20 unidades feitas à mão por um único mestre artesão.

*Pixel*, um armário com sofisticados triângulos multicoloridos, *Gold*, um biombo de requinte dourado, e *Time Goes By*, um relógio simultaneamente revivalista e contemporâneo, integram a edição limitada da Boca do Lobo que desperta emoções singulares nos admiradores da marca ao desvanecer os limites entre a elegância da arte e o impulso do *design*.

The unexpected hits, the surprise takes your breath away and passion invades you when you are confronted by pieces of irreverent personality, excellent quality and incomparable innovation.

Boca do Lobo furniture reveals the best in Portuguese design and what it can offer to the rest of the world.

Within its exclusive selection of products, the Limited Edition/Large Emotion collection features a series of 12 items, limited to 20 pieces handmade by a single master craftsman.

Pixel, a wardrobe with sophisticated multicoloured triangles, Gold, a screen of gilded refinement, and Time Goes By, a clock that is both revivalist and contemporary, all feature in this limited edition range from Boca do Lobo, arousing unique emotions in those who adore this brand, while revealing the limits between the elegance of art and the strength of design. | www.bocadolobo.com

Texto de Text by Patrícia Ramos | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by Boca do Lobo

rnacion 103







O som da paisagem é definido pelo silêncio da aridez estéril que, no entanto, perspectiva um horizonte fascinante, pautado por murmurantes segredos de civilizações antigas, timbres de deslumbrantes vales férteis e por sussurros de vulcões.

Detalhes da melodia natural que se perfila ao longo dos 200 km de extensão de Atacama, o deserto mais árido e elevado de todo o mundo, situado na região norte do Chile.

Nesta área inóspita, são poucas as vilas estabelecidas no altiplano, mas os 2400 metros de altitude da cidade de São Pedro de Atacama acolhem admiravelmente o luxuoso *boutique* hotel Tierra Atacama.

Aberto desde 2008, o *resort* foi projectado por *designers* chilenos que preservaram a essência desértica, aplicando detalhes indígenas, revelados na fachada e nos jardins com pedra escavada no local, nos pavimentos cobertos por conchas marinhas e nos terraços revestidos a bambu.





The sound of the landscape is defined by the silence of sterile aridity, which nevertheless boasts a fascinating horizon, moderated with murmuring secrets of ancient civilisations, echoes of fertile values and whispering volcanoes.

Details of the natural melody that develops over the 200 km expanse of Atacama, the highest and most arid desert in the world, located in northern Chile.

In this inhospitable area, few towns have been established on the Altiplano, but the altitude of 2400 metres of the town of San Pedro de Atacama provides an admirable host to the luxury boutique hotel Tierra Atacama.

Open since 2008 the resort was created by Chilean designers who have maintained the arid essence, using native detailing, revealed in the façade and in the gardens with locally quarried stone, in the flooring lined with seashells and in the bamboo covered terraces.



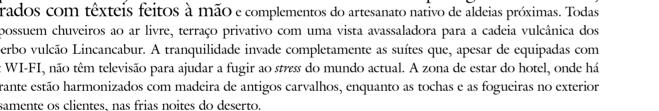






Os 32 quartos do hotel, dois deles reservados exclusivamente para grandes famílias, estão decorados com têxteis feitos à mão e complementos do artesanato nativo de aldeias próximas. Todas as habitações possuem chuveiros ao ar livre, terraço privativo com uma vista avassaladora para a cadeia vulcânica dos Andes e o soberbo vulção Lincancabur. A tranquilidade invade completamente as suítes que, apesar de equipadas com acesso internet WI-FI, não têm televisão para ajudar a fugir ao stress do mundo actual. A zona de estar do hotel, onde há TV, e o restaurante estão harmonizados com madeira de antigos carvalhos, enquanto as tochas e as fogueiras no exterior afagam calorosamente os clientes, nas frias noites do deserto.

O pomar e as plantações fornecem ao restaurante do hotel produtos frescos da região, tais como a quinoa, as batatas andinas e ervas frescas que, acompanhando a suculenta carne chilena ou o peixe e marisco frescos, recheiam deliciosos pratos gourmet.



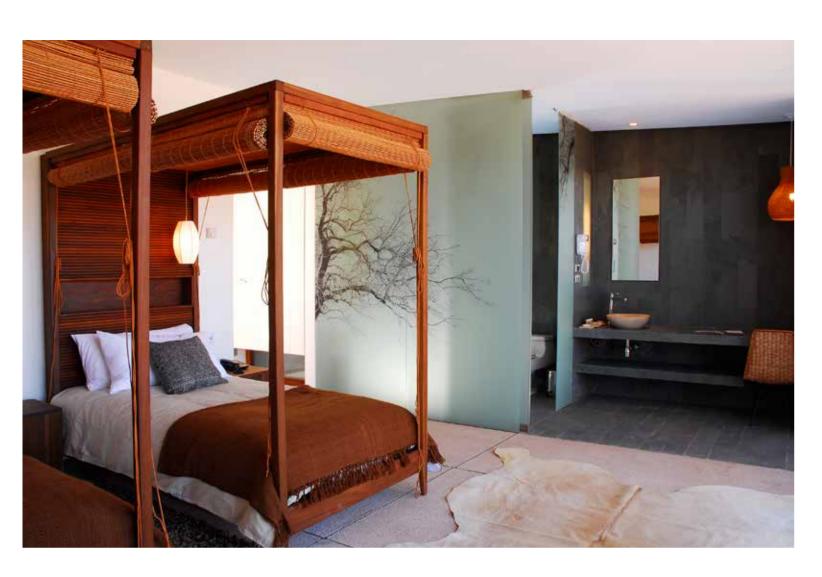


The 32 rooms of the hotel, two of which are reserved exclusively for large families, are decorated with handmade textiles and native handicrafts from the neighbouring villages. Every room features open air showers, private terraces with stunning views of the chain of volcanoes in the Andes and the superb Lincancabur Volcano. Tranquillity invades the suites to the full, which despite being fitted with Wi-Fi Internet access have no television to help you to escape from the stress of today's world. The living area of the hotel, featuring a TV, and the restaurant are harmonised with old oaks, while the torches and bonfires outside caress guests with warmth on the cold desert nights.

The orchard and plantations supply the hotel's restaurant with fresh products from the region, such as quinoa, Andean potatoes and fresh herbs, which, accompanying succulent Chilean meat or the fresh fish and shellfish, compile delicious gourmet dishes.



Villas&GolfeInternacional | 108 Villas&GolfeInternacional | 109



O *Uma Spa*, com plataforma de ioga ao ar livre, oferece uma variedade de massagens, tratamentos faciais e corporais que empregam naturais ervas do deserto e lamas vulcânicas, além de dispor de banhos a vapor, turcos, *jacuzzi*, sauna e piscina interior e exterior.

Dentro do conceito de *spa* aventura, o *resort* organiza visitas guiadas ao melhor do deserto de Atacama. A pé, de bicicleta, a cavalo ou em carro, os hóspedes podem planear o seu percurso, descobrindo achados arqueológicos, extensas dunas, cumes de inúmeros vulcões, géisers de Tatio, lagoas perdidas e enormes salinas brancas que atraem aves excepcionais como os flamingos e os gansos.

Entre o silêncio do deserto, as únicas palavras que os visitantes do Tierra Atacama Hotel & Spa vão ouvir dizer neste luxuriante espaço serão: relaxe, parta à aventura, descanse, ria-se com os seus amigos, saboreie um jantar deleitoso, admire as estrelas e surpreenda-se com a dramática e inusitada beleza desta extraordinária paisagem.



The Uma Spa, with its open air yoga platform, offers a series of massages, facials and body treatments that use natural herbs from the desert and volcanic mud, as well as boasting a steam room, hot tubs, sauna and indoor and outdoor pool.

Within the concept of adventure spa, the resort organises guided tour to the highlights of the Atacama Desert and the Andean Altiplano. On foot, by bike, on horseback or by car, guests can plan their route, discovering archaeological remains, vast dunes, countless volcanic peaks, the El Tatio Geysers, hidden lakes and huge white salt flats, home to exceptional birds such as flamingo varieties and the Andean goose.

Lost in the silence of the desert, the only words visitors to the Tierra Atacama Hotel & Spa will hear said in this luxurious space will be: relax, set out for adventure, laugh with your friends, sample a delicious dinner, wonder at the stars and be amazed by the dramatic and rare beauty of this extraordinary landscape. www.tierraatacama.com

Texto de Text by Patrícia Ramos | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by Tierra Atacama Hotel & Spa

## A 1º "lipoaspinació" REALMENTE não invasiva

LIPOSHAPER MAX

NÃO É UMA LIPOASPIRAÇÃO MAS FUNCIONA COMO UMA

UTILIZA
2 ULTRA-SONS
CONVERGENTES
QUE ROMPEM
AS MEMBRANAS
DOS ADIPÓCITOS

SEM ANESTESIA
SEM CORTES
SEM DORES
E SEM TEMPO
DE RECUPERAÇÃO

É EM PORTUGAL EXCLUSIVO DA CLÍNICA DO TEMPO

NÃO DANIFICA A PELE OS VASOS SANGUÍNEOS NEM OS NERVOS PERIFÉRICOS

PELAS VIAS NATURAIS
SENDO POSSÍVEL
PERDER ATÉ 10CM
NUMA ÚNICA SESSÃO

CLINICO CLEMPO DR. HUMBERTO BARBOSA

Parede • Lisboa • Porto CALL CENTER (+ 351) 21 458 85 00 info@clinicadotempo.pt www.clinicadotempo.pt







## Quinta dos Vales Vinho & Arte Wine & Art



Chama-se Quinta dos Vales e, num Algarve escaldante e sedutor, por entre figuras fantásticas, animais sorridentes e poses ousadas, espalhadas por um terreno de quase 50 hectares, apresenta extraordinários vinhos que deliciam todos que por lá passam.

Falar da Quinta dos Vales é falar de um espaço onde habitam largas dezenas de estátuas espalhadas pelo recinto, desde hipopótamos beijoqueiros, a sapos gigantes ou ursos coloridos, uma colecção de obras de arte que por si só justifica uma visita. Aliás, as reflexões escondidas por detrás das esculturas são as mesmas que as do desenvolvimento do vinho: processos tradicionais que buscam novos horizontes e trilhos, que procuram novas experiências. Mas nesta propriedade há muito mais para descobrir. Situada em Estombar, a poucos minutos de Portimão, Silves ou da vila piscatória de Carvoeiro, em Portugal, a Quinta dos Vales é uma peculiar herdade que, combinando arte, vinho e serenidade, oferece experiências sensoriais únicas. Foi pelas mãos de Karl Heinz Stock, empresário alemão que alcançou fortuna nos negócios do imobiliário e do petróleo na Rússia, que esta antiga propriedade renasceu e recuperou as clássicas tradições vinícolas que em tempos colocaram o Algarve no mapa do vinho Português. A ideia era simples: fazer o melhor vinho da região algarvia.

Its name is Quinta dos Vales and, in a scorching and seductive Algarve, amongst fantasy figures, smiling animals and daring poses, spread over a piece of land measuring some 50 hectares, it presents extraordinary wines that delight anyone who passes that way.

To talk of the Quinta dos Vales is to talk of a space inhabited by many tens of statues spread over the concourse, from kissing hippos, giant frogs or colourful bears, a collection of works of art that merits a visit on its own. As a matter of fact, the reflections hidden behind the sculptures are the same those of the development of wine: traditional processes searching for new horizons and pathways, looking for experiences. But there is much more to discover in this property. Located in Estombar, a few minutes from Portimão, Silves or the fishing town of Carvoeiro, in Portugal, Quinta dos Vales is a unique farm estate, which, combining art, wine and serenity, offers distinctive experiences for the senses.



O trabalho foi árduo, mas assim nasceu uma adega de vinhos de qualidade superior e sabor refinado. De entre os diversos prazeres vínicos, destaque para o «Grace Touriga Nacional 2008», um néctar de cor rubi, com aromas generosos a frutos negros e vermelhos, um vinho de «boca cheia», elegante e persistente, cheio de complexidade no seu longo final, recentemente galardoado com a mais alta medalha regional de ouro: O Melhor Vinho do Algarve 2010.

Vinhedos afora, a Quinta dos Vales é uma propriedade algarvia que, num ambiente rústico, promove o casamento perfeito entre vinho e arte, despertando sentidos e produzindo uma representação visual única que com todos fala.



Through the impetus of Karl Heinz Stock, German businessman who made his fortune in the real estate and oil industries in Russia, this old property has been brought back to life, recovering classical winemaking traditions that once placed the Algarve on the Portuguese wine map. The idea was simple: to make the best wine in the Algarve region. The work has been hard, but it has led to the creation of a winery with products of exceptional quality and refined flavours. Among the many wine based pleasures on offer, the Grace Touriga Nacional 2008 is a highlight, this ruby coloured wine, with generous berry aromas, and a full palate, elegant and lasting, rich in complexity it its long finish, and recently awarded the top regional top medal: The Best Wine of the Algarve 2010.

Wines aside, the Quinta dos Vales is an Algarve property, which, in a rustic environment, promotes the perfect marriage between wine and art, arousing the senses and producing a unique image that everyone is talking about.

Texto do Text by Mariana Monteiro | Fotografias gentilmente cedidas pela Photographs kindly given by Quinta dos Vales









A Opinião de Humberto Barbosa Opinion

Especialista em Nutrição e Longevidade | Fundador da Clínica do Tempo

## Bom Senso ao Sol

Andar ao ar livre é sempre uma experiência agradável. Que o digam os amantes do golfe. E é mais agradável ainda em climas tropicais, embora possa fazer muito calor. Apesar de ser a estação das chuvas, é em Setembro que começa o tempo mais quente em Angola e devemos ter cuidado com a exposição solar. O sol tem tanto de nosso amigo, como de inimigo, independentemente da cor da pele, mas obviamente que quanto mais clara for mais perigoso se torna.

Se por um lado precisamos do sol por causa da essencial vitamina D, por outro é perigoso ter exposições excessivas sem protector solar. Só devemos apanhar o máximo de 10 minutos de sol sem protecção, aliás, tempo suficiente para sintetizarmos a tão importante vitamina. Depois, devemos procurar a sombra, usar um bom chapéu e proteger a pele com um bom creme, de preferência com factores de protecção acima dos 20 ou mesmo 30.

O sol é um dos grandes responsáveis pelo envelhecimento e o aparecimento precoce de rugas. É muito importante fazer uma boa prevenção, usando os já referidos protectores solares de boa qualidade, beber bastante água, usar óculos de sol e chapéu.

Para identificar as alturas mais perigosas para a exposição solar a regra do tamanho da nossa sombra é eficaz. Sempre que a nossa sombra seja mais pequena do que a nossa altura é perigoso estar ao sol. O ideal é mesmo procurar locais com sombra.

Como em tudo na vida, a melhor maneira de usufruir do prazer do sol é usar de bom senso. Ter consciência dos perigos é meio caminho andado para se passear em segurança, fazer desporto, jogar golfe ou estar apenas numa esplanada em agradável conversa com amigos.

Faça de uma alimentação rica em tomate e cenoura a sua melhor amiga dos banhos de sol. O caroteno e o licopeno são fundamentais para uma eficaz protecção dos raios solares. Junte a isto vitamina C e mantenha uma pele maravilhosa.

## Common Sense in the Sun

Walking outdoors is always a pleasant experience. Any golf lover would agree. And it is even nicer in tropical climates, although it can be very hot. Despite being the rainy season, September marks the beginning of the Angola's hottest period and we must be careful with exposure to the sun. The sun is as much our friend as it is our enemy, regardless of skin color, but obviously the lighter the skin the more dangerous it becomes.

On the one hand we need the sun to produce essential vitamin D; on the other it is dangerous to submit ourselves to excessive exposure without sunscreen. We should only stay in the sun without protection for a maximum of 10 minutes, which is in fact enough time to produce this important vitamin. Then we should move into the shade, wear a hat and protect our skin with a good cream, preferably with a sun protection factor above 20 or even 30.

The sun is one of the main factors behind the skin aging and the early appearance of wrinkles. It is very important to ensure good prevention measures by using good quality sunscreen creams, as already mentioned, by drinking plenty of water, and by wearing sunglasses and a hat.

To identify the most dangerous times to be out in the sun, the simple rule of the size of your shadow is highly effective. Whenever your shadow is shorter than your height it is dangerous to be in the sun. The best thing is to look for shady places.

As with everything in life, the best way to enjoy the pleasure of the sun is to use common sense. Being aware of the dangers is already half the battle in safely enjoying walking, sport, playing golf or just a pleasant conversation with friends on a restaurant terrace.

Enjoy a diet rich in tomatoes and carrots; your best friends for safe sunbathing. Carotene and lycopene are the key to an effective protection against the sun's rays. Add to this some vitamin C and you're skin will stay looking beautiful. www.clinicadotempo.pt | Parede: +351 21 458 85 00 | Lisbon: +351 21 316 32 00





## Restaurante Don Castellana Veramente Italiano Truly Italian

Num cenário formado por sabores genuínos, produtos frescos e muitas ervas aromáticas – segredos da verdadeira cozinha italiana –, numa casa de traços singelos, vive o Don Castellana, um restaurante onde são revelados paladares intensos e aromas marcantes que trouxeram a verdadeira essência de Itália a terras angolanas.

Localizado na cidade de Luanda, o Don Castellana é um típico restaurante italiano que aposta na autenticidade da gastronomia transalpina e na atenção aos detalhes. Com três anos de existência, o espaço surgiu para colmatar uma lacuna existente – a ausência de um único espaço que oferecesse, à comunidade italiana e não só, os verdadeiros produtos da terra. Tendo como objectivo levar o projecto à realidade do país que se estende dos Alpes ao Mar Mediterrâneo, o conceito de refeição apresentado passa por comer uma entrada,

In a setting made up of genuine flavours, fresh products and a choice of herbs – the secrets to authentic Italian cuisine –, in a building of unique design, we find Don Castellana, a restaurant in which the intense palates and striking aromas that have brought the true essence of Italy to Angolan soil are revealed.

Located in the city of Luanda, Don Castellan is a typical Italian restaurant, focusing on the authenticity of Italian gastronomy and on attention to detail. Open for three years now, the eatery burst into life to fill a gap in the market – the absence of a single space that would offer to the Italian community and beyond genuine products from Italy. Aiming to match the project to the reality of the country that stretches from the Alps to the Mediterranean, the meal concept presented involves eating a starter, two mains and a dessert. The delicacies are typically Italian, for the most part from the

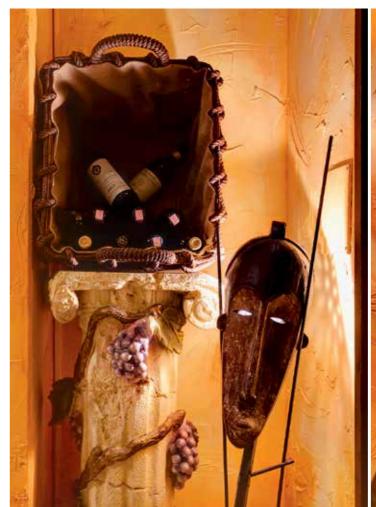


dois pratos e uma sobremesa. As iguarias são tipicamente italianas, na sua maioria da região de Roma, distribuídas por almoços de refeições mais leves e pratos do dia, e jantares demorados onde se aprecia a decoração do espaço e os manjares delicadamente confeccionados. Aqui é possível apreciar Massa à Carbonara, Lasanhas variadas e o célebre Esparguete à Bolonhesa. Mas é no menu, com assinatura do *Chef* italiano Ricardo, que o cortejo de sabores desenha uma sedutora experiência. As famosas massas, confecções culinárias de poucos segredos e muitos sabores, convivem com propostas gastronómicas de tradição, como o Bife à Milanesa ou *Gnocchi*. Mas

Rome region, distributed into lunches and lighter meals and dishes of the day, and drawn out dinners during which you can enjoy the dining room's décor and the delicately prepared food. Here you can sample Pasta alla Carbonara, a choice of Lasagnes and the famous Spaghetti Bolognese. The menu, put together by Italian Chef Ricardo, produces a line-up of flavours that pave the way to a seductive dining experience. Famous pastas, culinary creations of few secrets and many flavours, are joined by traditional gastronomic suggestions, such as Cotoletta alla Milanese or Gnocchi. But you'd be wrong if you thought that they only speak Italian here: proof of travels taken, the menu also features delicious Portuguese dishes









engane-se quem pense que aqui apenas se fala italiano: viagens acontecessem e, na lista, surgem saborosos pratos portugueses (na sua maioria bacalhau) e alguns toques angolanos. Para acompanhar e deliciar o palato, uma carta de vinhos cuidadosamente apurada com néctares de Itália, África do Sul, França e Portugal.

No restaurante Don Castellana os paladares, aromas e olhares são de terras transalpinas, são estórias passadas de avós para netos que na «ponta da língua» apresentam a verdadeira essência da gastronomia italiana.

(many of which include salted codfish) and a few Angolan touches. To accompany and to delight the palate, the carefully compiled wine list contains wines from Italy, South Africa, France and Portugal.

At Don Castellana the flavours, aromas and visions are those of Italy, they are stories passed down from grand-parents to grandchildren who present the true essence of Italian gastronomy on the «tip of the tongue».









# Kaá Oásis de Sabores Oasis of Flavours

Entre a agitação cosmopolita da Avenida Juscelino Kubitschek, no coração de São Paulo, Brasil, pousa um secreto espaço devoto aos paladares: o restaurante Kaá.

Verdadeiro oásis natural, o Kaá abriu as suas portas em Dezembro de 2008 e desde então tem sido reconhecido, não só pelos paulistanos, mas por todos os apreciadores internacionais de inigualáveis prazeres degustativos e também visuais, sendo considerado pelos Design Awards da revista *Wallpaper* como o melhor restaurante de 2010.

As elegantes casas *open air* de Miami e Ibiza inspiraram o arquitecto Arthur Casas e a paisagista Gica Mesiara que, logrando de um salão com sete metros e meio de pé direito alto, contemplaram o local com um espelho de água, uma reservada área *lounge* e uma zona para refeições destacada por um jardim vertical com sete mil plantas originárias da Mata Atlântica.

Harmonizando as verdejantes espécies naturais, surgem no bar emolduramentos indígenas em madeira que, a par do tecto retráctil, permitem que os clientes se sintam em pleno ar livre e possam saborear um delicado cardápio de feição italiana, marcado sobretudo pelas massas frescas do *Chef* francês Pascal Valero.



In amongst the cosmopolitan bustle of the Juscelino Kubitschek Avenue in the heart of São Paulo, Brazil, there stands a secret space devoted to fine flavours: the Kaá restaurant.

A truly natural oasis, Kaá opened its doors in December 2008 and ever since has been on the lips of not only the residents of the city but also of international connoisseurs of unique culinary pleasures and also visual ones, being voted by Wallpaper magazine 2010's Best New Restaurant.

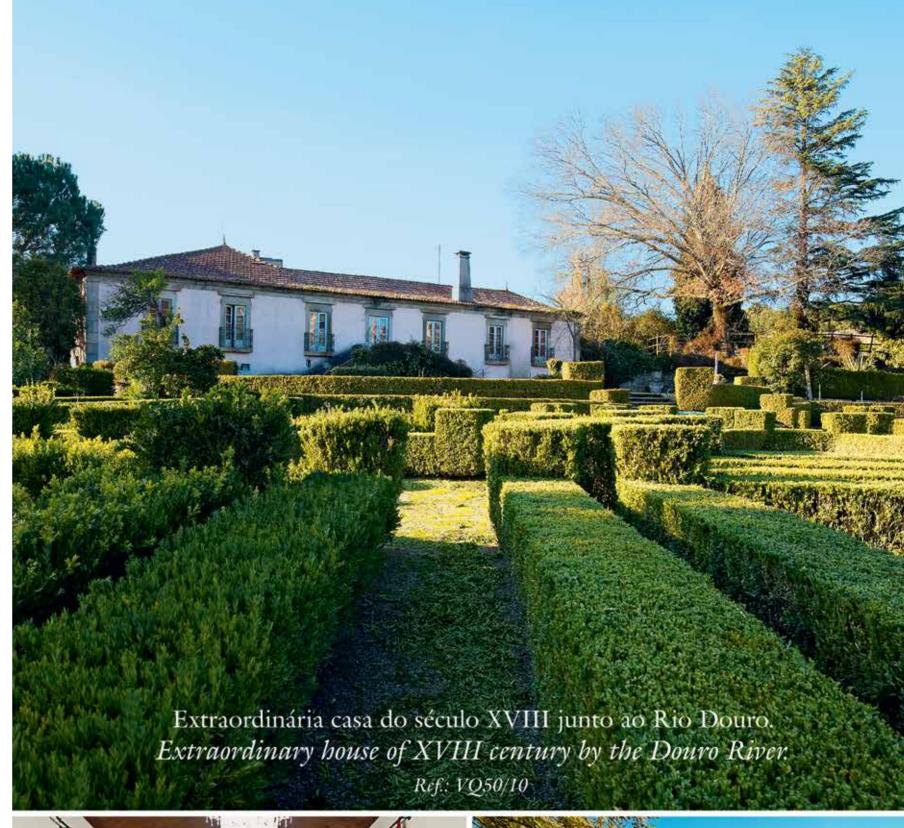
The elegant open air houses of Miami and Ibiza inspired architect Arthur Casa and landscape designer Gica Mesiara, who have managed to create a large double height – seven and a half metres from floor to ceiling – open space, containing a water feature, a private lounge area and a dining area highlighted by a vertical garden, lush with seven thousand plants from Brazil's Atlantic Forest area.

Harmonising the verdant natural species, the bar features native timber frames, which, along with the retractable ceiling, allow guests to feel as if the open air, enjoying the tempting Italian influenced menu, marked in particular by the fresh pasta of French Chef Pascal Valero. | www.kaarestaurante.com.br

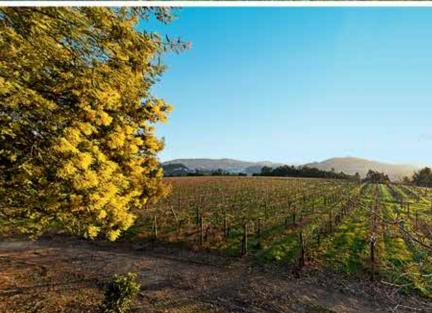
Texto de Text by Patrícia Ramos

















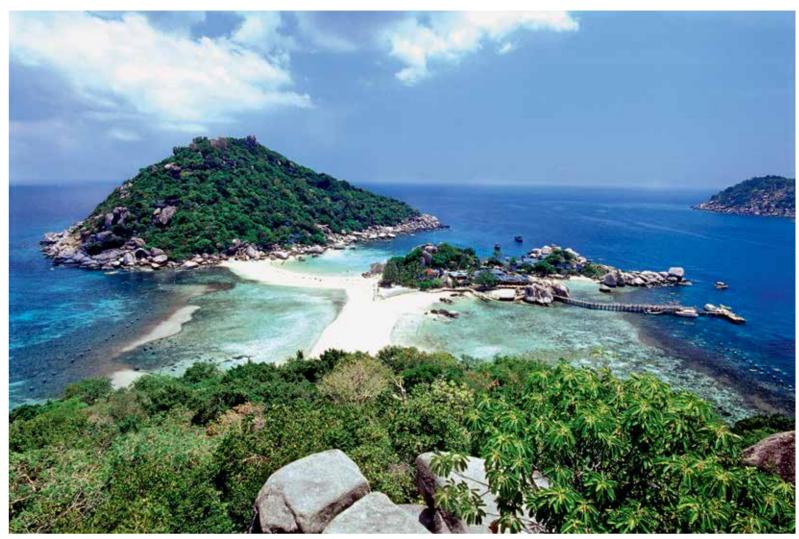
Conhecida pelo gracioso epíteto de «País dos Sorrisos», a testemunhar a simpatia e o pacifismo do seu povo e também, por certo, por os rostos dos seus visitantes se iluminarem quando lembram os dias ditosos passados neste território repleto de mar; pontilhado por pequenas parcelas de terra; rasgado por um intricado labirinto de estreitos canais; orlado por praias de contornos perfeitos; guarnecido por uma paisagem exótica e de exuberante variedade; organizado em cidades onde se elevam, na sua monumentalidade, palácios sumptuosos e templos de culto budista; a Tailândia é um reino de arrebatadora beleza e contagiante felicidade.

Destino turístico por excelência, por onde rumam, anualmente, casais em lua-de-mel em busca do último recanto do paraíso e em demanda de um tempo de idílica sintonia, tanto entre si como com a natureza, a Tailândia tem uma história que remete para um passado com mais de 10.000 anos, época em que se instalaram no território povos atraídos pela fertilidade dos seus solos. Com períodos de grande prosperidade mas também conhecendo alguns tempos de infortúnio, a Tailândia, ou o Sião como era nomeada na em eras mais antigas, conheceu um assinalável progresso desde os tempos do

primeiro Estado tailandês, o Reino Budista de Sukhothai, fundado, em 1238, na cidade sua homónima. Nos seus 800 anos de história, o país, cuja denominação significa «terra de liberdade», pode orgulhar-se de ser a única nação do sudeste da Ásia que nunca foi colonizada por europeus.



Known by the charming epithet of «Land of Smiles», bearing witness to the friendliness and peaceful nature of its people and also, most certainly, to the faces of its visitors when the light up when remembering those special days spent in this country surrounded by sea; speckled with small pieces of land; interspersed by an intricate maze of narrow channels; fringed by beaches of perfect contours, garnished by an exotic landscape of lush variety; organised into cities in which sumptuous palaces and Buddhist temples rise in their monumentality; Thailand is a kingdom of breathtaking beauty and contagious happiness.



Localizada no Sueste do continente asiático, tendo como áreas limítrofes, a norte, Laos e Burma; a leste, Cambodja e Laos; a sul, a Malásia; e a oeste o Mar de Andaman, a Tailândia estende-se por uma superfície territorial com cerca de 517.000 km² e está dividida em seis grandes regiões. Desde as quedas de água, grutas e colinas do Norte do país; passando pelo vasto planalto a Nordeste; pelas férteis planícies centrais, com os seus cultivos de arroz e de frutos; pelas planuras costeiras do Este, onde estão situadas praias de areais dourados e cintilantes; pelas montanhas e vales a Oeste; até chegar às paisagens deslumbrantes da província do Sul, onde o mar e os coloridos corais convidam à prática do mergulho; a Tailândia exibe a sua versátil e imoderada riqueza natural, arquitectónica, cultural, gastronómica, e uma profusão de tradições de irrefutável encanto.









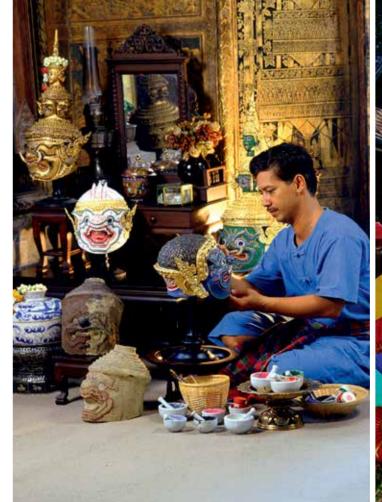


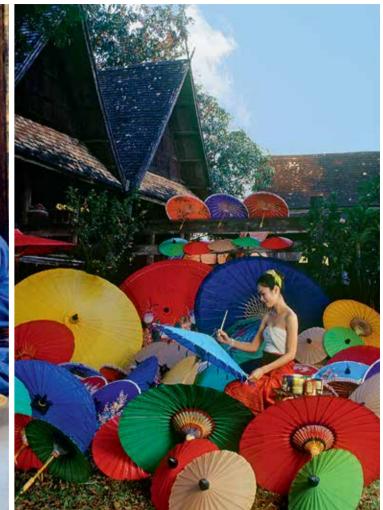


Tourist destination par excellence, to which each year honeymoon couples flock in search for the last corner of paradise and time spent in idyllic harmony with each other as well as with nature, Thailand's history dates back more than 10,000 years, when people started settling in the territory attracted by the fertility of its soils. With periods of great prosperity but equally passing through moments of misfortune, Thailand, or Siam as it was called in earlier times, has made remarkable progress since the time of the first Thai state, the Buddhist kingdom of Sukhothai, which was founded in 1238 in the city of the same name. In its 800 years of history, the country, whose name means «land of freedom», can be proud of being the only nation in Southeast Asia that has never been colonized by Europeans.









Descrever este território é quase impossível – mas é, talvez, nos gestos das bailarinas das diversas regiões do país que se expressam os diferentes semblantes e configurações da Tailândia: os movimentos elegantes do Norte, com as dançarinas mascaradas de pássaros em voos de grácil dinamismo; os meneios mais animados do Nordeste, em ritmos de exuberante cadência, através dos quais se retrata a vida e os hábitos desta zona do reino; e as vibrantes ondulações dos corpos no Sul, com compassos de incontido entusiasmo. Em todas elas um traço se apresenta como comum – a espontânea criatividade que reflecte o espírito de liberdade contido no nome do seu país. | www.tourismthailand.org

Texto de Text by Paula Monteiro | Fotografias gentilmente cedidas por Representação Oficial do Turismo da Tailândia em Portugal Photographs kindly given by Official Representative of the Thai Tourist Board in Portugal











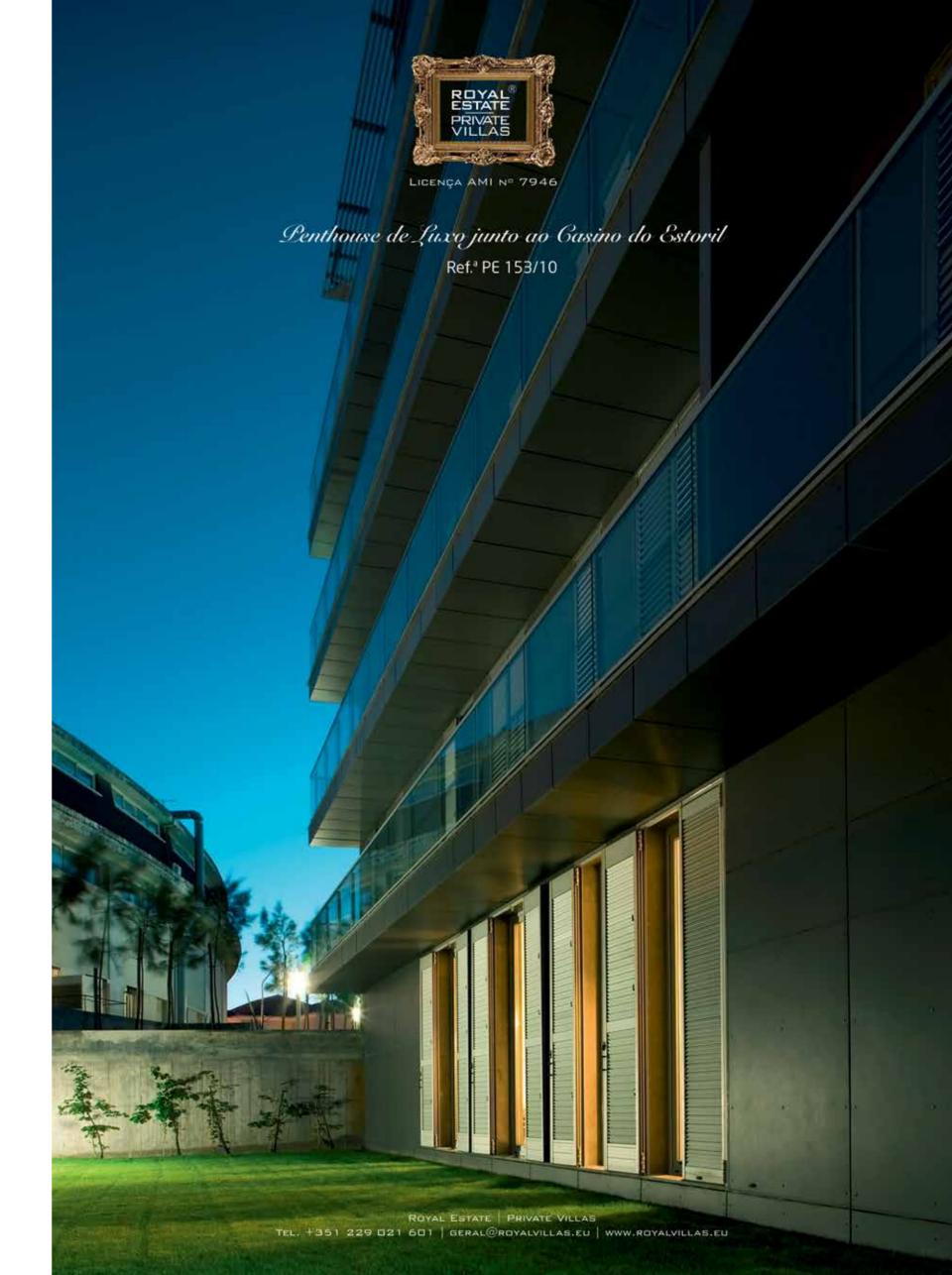


Located in Southeast Asia, adjoining the neighbour states of Laos and Burma to the north; Cambodia and Laos to the east; Malaysia to the south; and the Andaman Sea to the west, Thailand's territory extends over approximately 517 000 km² and is divided into six large regions. From the waterfalls, caverns and hills in the North: or the vast plateau in the northeast; and the fertile central plains, with their crops of rice and fruit; to the coastal plains to the east, where we find sparkling golden sandy beaches; or the mountains and valleys to the west; and finally the breathtaking scenery of the southern province, where the sea and colourful corals provide the perfect diving scenario; Thailand displays her versatile and immoderate natural, architectural, cultural, culinary wealth and a profusion of traditions of irrefutable charm.

Describing this territory is almost impossible – but it is perhaps in the gestures of the dancers from various regions of the country that the different faces and configurations of Thailand are expressed: the elegant movements of the North, with the dancers disguised as birds in flights graceful dynamism; the more lively swaying of the northeast, in exuberant rhythms, through which the life and habits of this area of the kingdom are portrayed; and the vibrant undulations of bodies in the South, with movements of unrestrained enthusiasm. A common trait flows through all of these – the spontaneous creativity that reflects the spirit of freedom contained in the name of their country.













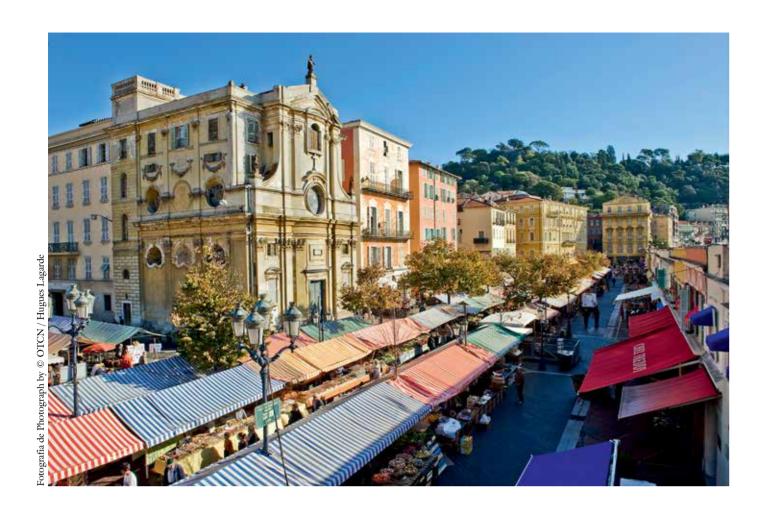
Emoldurada por montanhas escarpadas e por um oceano de intenso azul, aconchegada por um anfiteatro de colinas e arredondando-se em baía para abrigar o Mar Mediterrâneo, «rainha das flores» e das fragrâncias a Primavera, burgo onde viveram Matisse e Chagall, que nela colheram tonalidades para pintar as suas telas, Nice, para lá de possuir o encanto de todas as cidades banhadas pelo mar, é também um lugar onde história, natureza e cultura se uniram para compor uma das mais deslumbrantes localidades de França.

Situada numa região de beleza intemporal, na Côte d'Azur francesa, rica em património graças aos seus cerca de 400 mil anos de existência, Nice surge actualmente, em termos de informação estatística, como a quinta maior cidade francesa, o segundo maior centro turístico do país, e o seu aeroporto ocupa a posição dois do *ranking* nacional, números elucidativos mas que deixam escapar a atmosfera pulsante que se vive na cidade de cognome «La Belle».

Na Vieille Ville, parte antiga do burgo distribuída por um emaranhado de vielas e pracetas; nos mercados e feiras, onde esvoaça uma babel de aromas distintos; nos inúmeros palacetes da Belle Epoque, engastados em nichos de verdura; na Promenade des Anglais, avenida estendida junto ao mar e onde perambulam cidadãos locais e turistas nos seus passeios de fim de tarde; nos museus; nas galerias de arte; nos jardins; no entrelaçamento de diferentes culturas; Nice vai desvendando, lentamente, a sua diversidade, sempre surpreendente, sempre bela.







Framed by rugged mountains and a sea of intense blue, nestled in an amphitheatre of hills before ending in the round contours of a bay to shelter the Mediterranean Sea, «queen of flowers» and the fragrances of spring, city which was once home to Matisse and Chagall, reaping from it the shades and colours with which to paint their canvases, Nice, as well as possessing the same charm boasted by any town along the coast, is a place where history, nature and culture have come together to compose one of the most beautiful places in France.

Located on the Côte d'Azur, a region of timeless beauty, Nice is rich in heritage thanks to nearly 400,000 years of existence. Nowadays statistics reveal that Nice is the fifth largest French city, the second largest tourist centre of the country, and its airport holds position no. 2 two in the national ranking. As enlightening as these numbers are they fail to capture the pulsating atmosphere filling the city also known as «La Belle».

In the Vicille Ville, the old part of town spreading over a tangle of alleys and small squares; in the markets and fairs, pervaded by a muddle of distinct aromas; in the countless palaces from the Belle Époque, set in niches of greenery; on the Promenade des Anglais, a long avenue next to the sea where locals and tourists enjoy an evening stroll; in the museums; in the art galleries; in the gardens; in the intermingling of different cultures; Nice slowly unveils its ever stunning, ever beautiful diversity.

Texto de Text by Paula Monteiro





## Ountessence Villas&Golfe



#### Eternal Diamond Stilettos by House of Borgezie

Aliando os melhores amigos das mulheres – os diamantes – com a voluptuosidade do ouro e com um dos objectos preferidos do universo feminino – os sapatos –, o famoso *designer* Christopher Michael Shellis, fundador da joalharia britânica House of Borgezie, criou *Eternal Diamond Stilettos*, um par de sandálias feitas no metal precioso e incrustadas com 2200 diamantes. Manufacturado pelos rigorosos ourives e artesãos da House of Borgezie, o valioso modelo de sapatos apresenta palmilhas e sola em forma de coração, peças removíveis sempre que gastas, para que a garantia de 1000 anos se mantenha inalterada. | www.borgezie.com | Fotografia de Photograph by Simon Winnall

Combining a girl's best friend – diamonds – with the voluptuousness of precious metals and one the favourite items in the female universe – shoes –, famous designer Christopher Michael Shellis, founder of British jeweller's House of Borgezie, has created Eternal Diamond Stilettos, a pair of sandals made in solid platinum and gold and incrusted with 2200 diamonds, handmade by the expert goldsmiths and craftsmen of the House of Borgezie, these valuable shoes feature heart shaped soles, which you can change whenever they show sign of wear, to ensure the 1000-year guarantee remains intact.

#### Glenrothes 1975 Vintage

Produzindo *whisky* de malte de excelente qualidade desde 1879, na Destilaria da marca, situada na vila de Rothes-on-Spey, na região escocesa de Speyside, a Glenrothes tem-se afirmado como uma das melhores etiquetas mundiais na criação desta bebida espirituosa, graças às características especiais das matérias-primas com que é elaborada. Com o *1975 Vintage*, envolto, como todos os *Vintages* da marca, por uma garrafa inspirada nos antigos recipientes de amostra das destilarias, a Glenrothes apresenta um *whisky* de rico aroma e de sabor inesquecível a chocolate preto, baunilha e toranja. www.theglenrothes.com



Producing fine quality malt whisky since 1879 in the firm's distillery located in the town of Rothes-on-Spey in the Scottish region of Speyside, Glenrothes has made its name as one of the world's finest labels in the creation of this spirit, thanks to the special properties of the prime materials with which it is made. With the 1975 Vintage, presented, like all vintages from Glenrothes, in a bottle inspired by the old distillery sample bottles, Glenrothes brings you a whisky with a rich aroma and unforgettable flavour of dark chocolate, vanilla and grapefruit.





### Breitling for Bentley Série Limitada Bentley Supersports

Para homenagear o *Bentley Continental Supersports*, um automóvel de superlativas capacidades, a Breitling *for* Bentley criou a série limitada *Bentley Supersports*, um relógio de elevadas performances, conciliador da melhor técnica, da funcionalidade e da estética luxuosa e desportiva. Em aço e com um movimento de cronógrafo automático exclusivo da Breitling *for* Bentley, calibre *Breitling 26B*, de alta frequência, com contadores de 60 minutos, o relógio está disponível com braceletes em *caoutchouc* ou metálica Speed e tem uma edição de apenas 1000 exemplares mundiais. www.breitlingforbentley.com



### Breitling for Bentley Bentley Supersports Limited Series

To pay tribute to the Bentley Continental Supersports, a vehicle of superlative properties, Breitling for Bentley has created the Bentley Supersports limited series, a top performance wrist watch, combining technical expertise with functionality and luxurious sporting looks. In steel and with a self-winding high frequency chronograph – Breitling Calibre 26B – movement exclusive to Breitling for Bentley, with central 60-minute counter, the watch is available with a strap in rubber or «Speed» and is issued in a worldwide limited edition of 1000.

Villas&GolfeInternacional | 140

#### Jallum, de Yann Kersalé para a Baccarat

Criadas pelo artista parisiense Yann Kersalé para a empresa francesa de cristais Baccarat, as luminárias *Jallum* constituem uma deslumbrante combinação de alumínio, cortes de cristal e LEDs. Disponível em dois modelos distintos, a linha de candeeiros *Jallum* lembra uma varinha mágica que, usada individualmente ou em conjunto, captura as sombras e ilumina os espaços com a sua luz lírica. Aptas para a utilização em exteriores e para a decoração de ambientes interiores, as luminárias *Jallum* enviam a sua luminosidade feérica para os espaços onde brilham. | www.baccarat.com

### Jallum, by Yann Kersalé for Baccarat

Created by Parisian artist Yann Kersalé for French cut crystal producer Baccarat, the Jallum lamps represent a stunning combination of aluminium, cut crystal and LEDs. Available in two different models, the Jallum range of lamps brings to mind a magic wand, which, used individually or in groups, captures the shadows and lights up spaces with its lyrical light. Ideal for use outdoors and for decorating interior settings, the Jallum lamps cast their fairytale light into the spaces where they shine.





#### Telemóvel Versace Unique

Com a qualidade, luxo e exuberância de todos os produtos Versace, o telemóvel *Versace Unique* impressiona pela originalidade da sua estética e pela sofisticação e *glamour* da sua composição. Em materiais exóticos, como a cerâmica lacada, o aço inoxidável e o couro, onde está cravada a Medusa que constitui o logótipo da marca, o telemóvel da Versace está equipado com *screen touch* revestido a cristal anti-riscos, com uma poderosa câmara digital de cinco megapixéis e ainda com um sistema multimédia com Dolby Surround, numa criação com o ADN da famosa *griffe* italiana. | www.versace.com Fotografia Photograph Modelabs



#### Versace Unique Mobile Phone

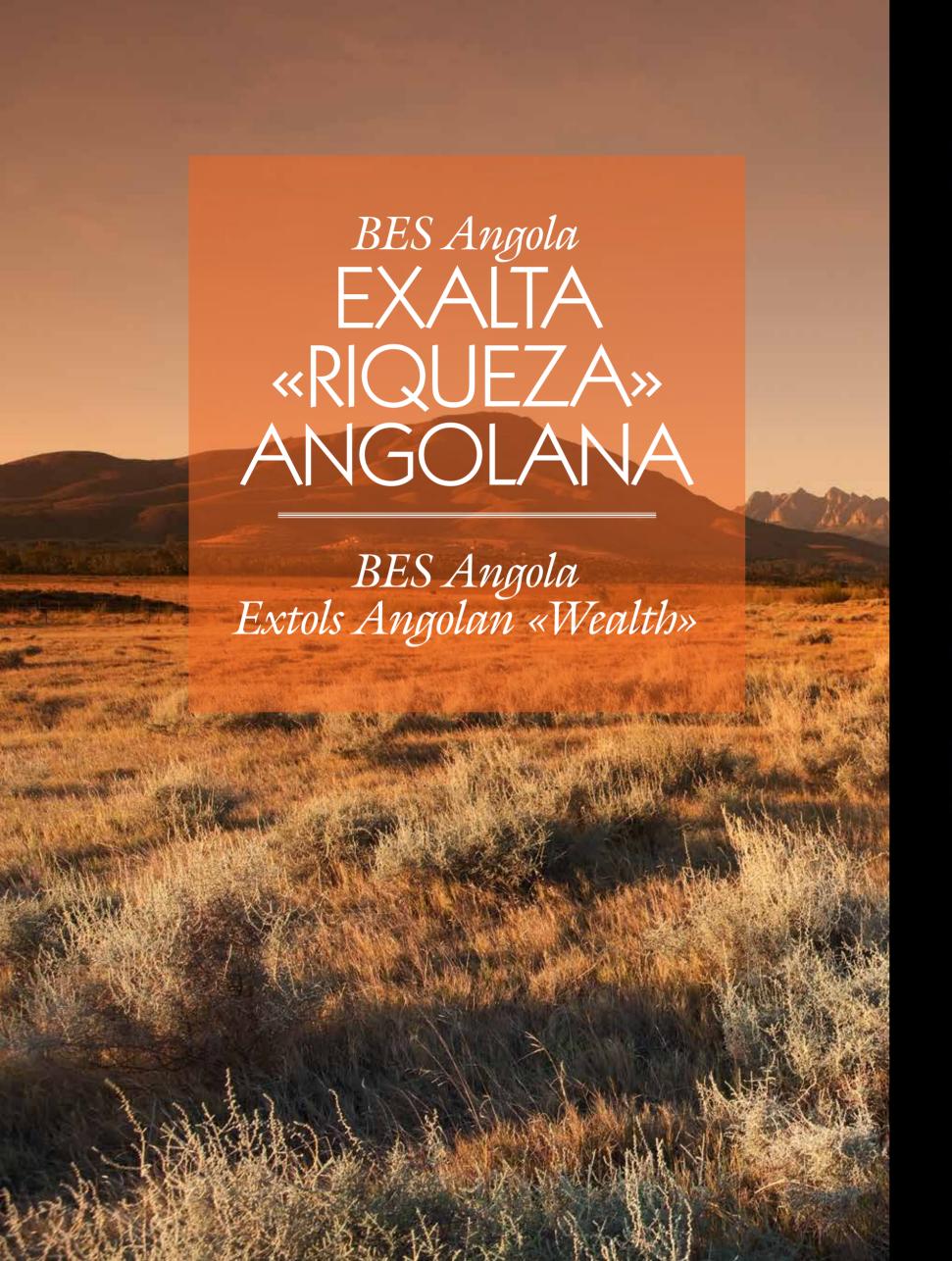
With the quality, luxury and exuberance of every Versace product, the Versace Unique mobile phone impresses through the originality of its looks and through the sophistication and glamour of its composition. In exotic materials, such as ceramic or lacquer, stainless steel and leather, embossed with the Medusa head logo of the brand, the mobile phone from Versace is fitted with a touch screen coated with scratch resistant sapphire glass, a powerful 5.0 megapixel digital camera and a Dolby Surround multimedia system, in a creation rich in classic Versace style.

#### White Tiger Chest

Para celebrar o Ano do Tigre, a Shanghai Tang e a LUXE City Guides lançaram a requintada edição limitada *White Tiger Chest*, um luxuoso acessório destinado aos mais sagazes e sofisticados viajantes. Cada um dos cofres, numerados e gravados individualmente, é manufacturado em carvalho com incrustações em ébano. No seu interior, revestido a seda, 30 guias de igual número de cidades incentivam os viajantes a lançarem-se à descoberta de metrópoles de países de todo o mundo. Para que a exclusividade seja garantida, a edição *White Tiger Chest* está restringida a apenas 70 unidades. www.luxecityguides.com | www.shanghaitang.com

To celebrate the Year of the Tiger, Shanghai Tang and LUXE City Guides have launched the sophisticated limited edition White Tiger Chest, a luxury accessory designed for the most astute and stylish of travellers. Each of the chests, individually engraved and numbered, is handcrafted in oak with ebony inlays. In its silk lined interior lie 30 guides to an equal number of cities, encouraging travellers to head off in discovery of major cities around the globe. To ensure exclusivity, the White Tiger Chest edition is restricted to just 70 units.







DINHEIRO OU SIGNIFICA ALGO MAIS?

HÁ RIQUEZA E RIQUEZA. MAS UMA NÃO VIVE SEM A OUTRA.



Wealth. A word that carries so many distinct concepts and differing interpretations, Economic wealth, natural wealth, cultural wealth, human wealth, When we talk about a country, about a people, talking about wealth is to talk about a whole larger than the parts, where each sphere, whether social, economic, cultural or of natural resources, should complement each other and develop in unison, attending to every need of a prosperous and sustainable society.

This is the central concept of the new Institutional Campaign of the Banco Espírito Santo Angola (BESA) for 2010, a campaign that reflects the essence of Angolan banking and which guides its actions. As an economic agent, with powerful influence on economic growth and the financial wealth of the country, BESA has, since its foundation, undertaken a commitment for the benefit of the sustainable development of Angola, which has brought it the prestigious recognition of «Bank of Planet Earth» from UNESCO for the next ten years.

Será riqueza coleccionar arte ou promovê-la? Será riqueza ter uma biblioteca privada ou ensinar a ler? Será construir ou preservar? Uma riqueza não vive sem a outra. E por isso, o Banco Espírito Santo Angola assume esta missão nobre de contribuir decisivamente para a preservação da identidade e raízes de Angola, a par do seu crescimento económico-social.

Sob o mote destas várias «Riquezas», a nova campanha institucional, agora lançada, exalta o compromisso do banco não apenas com o desenvolvimento económico do país, como também com a promoção da «Riqueza» do seu povo, cultura e recursos naturais, salientando a importância de acompanhar o crescimento económico do país, com medidas efectivas de preservação ambiental, apoio social e promoção cultural. Porque a verdadeira «Riqueza» de Angola constrói-se com o seu povo, cultura e recursos naturais.

Em Angola, o BESA desenvolve a sua estratégia de responsabilidade social em torno de três grandes pilares: preservação ambiental (BESA Ambiente), apoio social e educativo (BESA Social) e valorização da cultura angolana (BESA Cultura).

Is wealth collecting art or promoting it? Is wealth having a private library or teaching people to read? Should we build or preserve? One wealth cannot live without the other. And therefore Banco Espírito Santo Angola takes on this noble mission of decisively contributing to the preservation of the identity and roots of Angola, alongside its social--economic growth.

Under the heading of these various «Wealths», the new recently launched institutional campaign extols the bank's commitment not only to the economic development of the country, but also to the promotion of the «Wealth» of its people, culture and natural resources, highlighting the importance of accompanying the economic growth of the country with effective measures of environmental preservation, social support and cultural promotion. Because the real «Wealth» of Angola is built with its people, culture and natural resources.

In Angola, BESA develops its strategy of social responsibility around three major pillars: environmental preservation (BESA Ambiente [Environment]), social and educational support (BESA Social) and the promotion of Angolan culture (BESA Cultura [Culture]).



A nível do apoio social, o BESA é parceiro do Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR) na implementação do Programa de Ensino da Língua Portuguesa dirigido a milhares de refugiados angolanos. Esta acção é um contributo fundamental para a reintegração destes refugiados. De igual modo, contribui para a divulgação de mensagens fundamentais de saúde pública, através do apoio ao *Jornal da Saúde* de Angola, um projecto do Ministério da Saúde e da Ordem de Advogados de Angola.

Ao nível cultural, promoveu a exposição itinerante «Salvar e Preservar o Planeta», em parceria com a organização internacional *World Press Photo*. A exposição foi apresentada em Angola, nas cidades de Luanda, Lubango e Huambo, em Lisboa, Portugal, e na sede das Nações Unidas, em Nova Iorque. Esta exposição surge de um desafio que o BESA lançou a cinco fotógrafos africanos, para que percorressem diferentes províncias de Angola, retratando, cada um, um diferente tema relacionado com o Desenvolvimento Sustentável. A *WPPh* é ainda parceira do Banco na realização do BESAfoto2010, a terceira edição do concurso de fotografia, e na realização de um *workshop* cujo objectivo é contribuir para a melhoria da qualidade da fotografia em Angola.

In terms of social support, BESA is a partner of the Office of United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR) in the implementation of the Programme of Teaching the Portuguese Language aimed at thousands of Angolan refugees. This action makes a vital contribution to the reintegration of these refugees. Equally, it has contributed to the promotion of important public health information, through the support of Angola's Jornal da Saúde [Health Newspaper], a project of the Ministry for Health and of the Angola Lawyers Association.

In terms of culture, it has promoted the «Saving and Preserving the Planet» travelling exhibition, in partnership with the international organisation World Press Photo. The exhibition was presented in Angola in the cities of Luanda, Lubango and Huambo, in Lisbon, Portugal, and at the headquarters of the United Nations in New York. This exhibition is the result of a challenge that BESA laid down to five respected African photographers, for them to travel through the different provinces of Angola, portraying, each one of them, a different theme related to Sustainable Development. World Press Photo is also a partner with the bank in the holding of BESAfoto 2010, the 3<sup>rd</sup> edition of the photography competition and in the organisation of a workshop aimed at helping to improve the quality of photography in Angola.



Ao nível ambiental, o BESA é parceiro do Ministério do Ambiente, em diversas iniciativas, com destaque para as realizadas pelo Comité Nacional do Planeta Terra, de que é membro fundador.

O BESA acredita que o futuro de Angola está nas mãos daqueles que, por mérito próprio e capacidade de iniciativa, assumem um papel verdadeiramente activo no desenvolvimento do país.

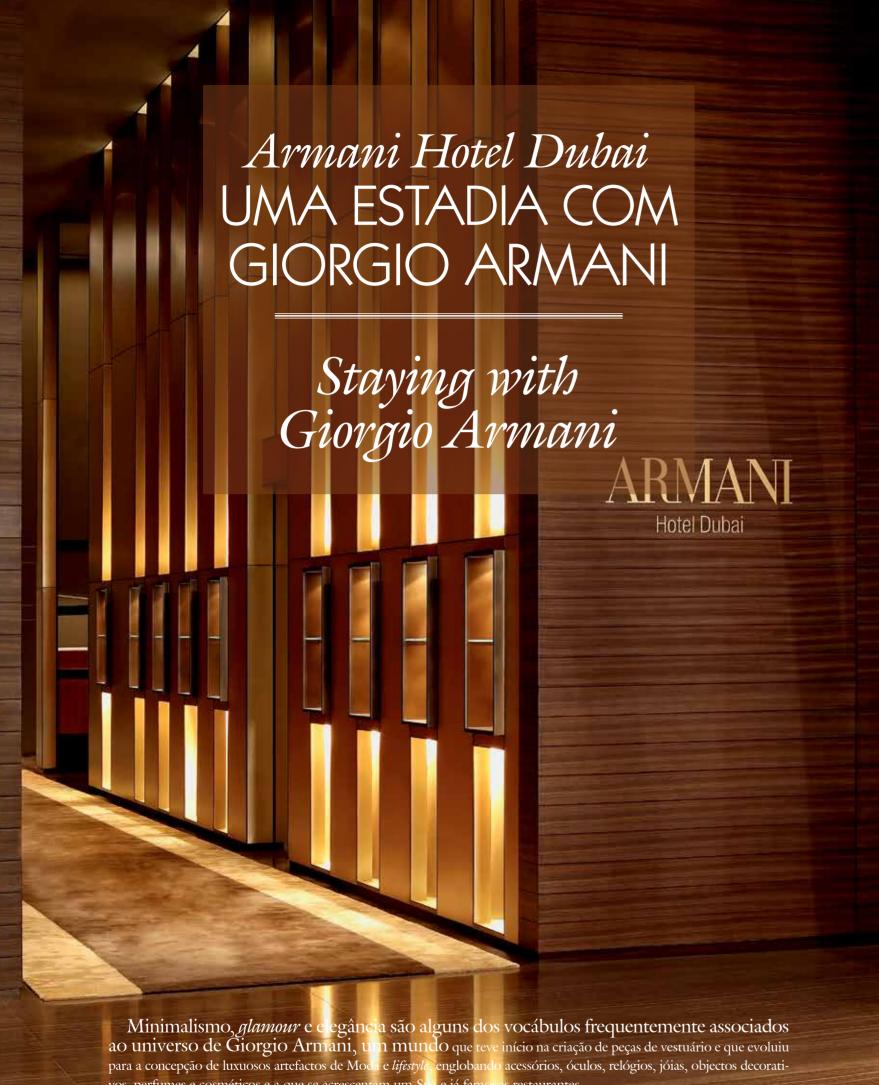
E, por tal, pretende ser parte integrante no processo de construção de uma sociedade mais informada, evoluída e responsável, apoiando a divulgação do conhecimento e contribuindo para a construção do futuro de Angola.

In environmental terms, BESA is a partner of the Ministry of the Environment, in several initiatives, including those organised by the Planet Earth National Committee, of which it is a founder member.

BESA believes that the future of Angola is in the hands of those, who, through their own merit and ability for initiative, have taken on a truly active role in the development of the country.

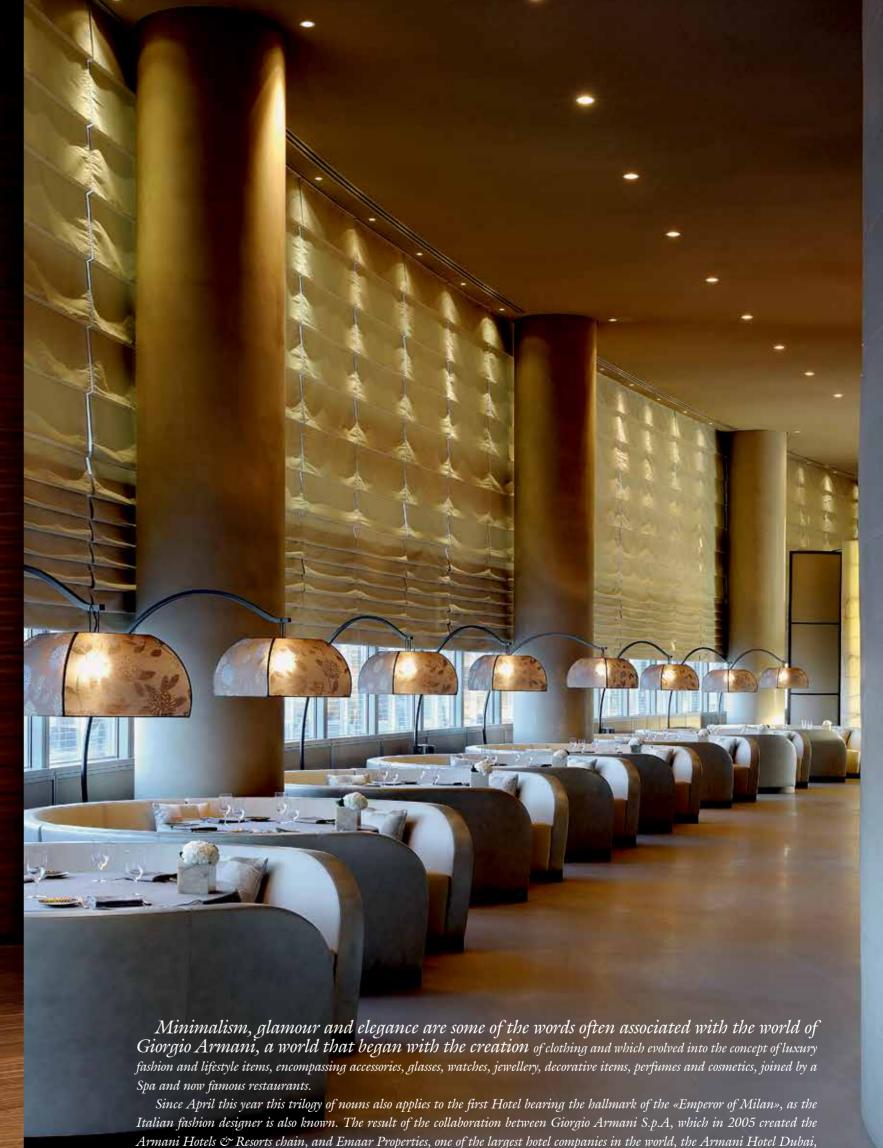
And, as such, aims to be an integral part in the process of building a society that is more informed, evolved and responsible, supporting the promotion of knowledge and contributing to the construction of the future of Angola.

BESA – Banco Espírito Santo Angola | Rua do 1.º Congresso do MPLA, n.º29, Bairro Ingombotas – Luanda Tel.: (+244) 222 69 36 00/ 33 76 11/33 37 93 | Fax: (+244) 222 69 36 98 | www.besa.ao



vos, perfumes e cosméticos e a que se acrescentam um S

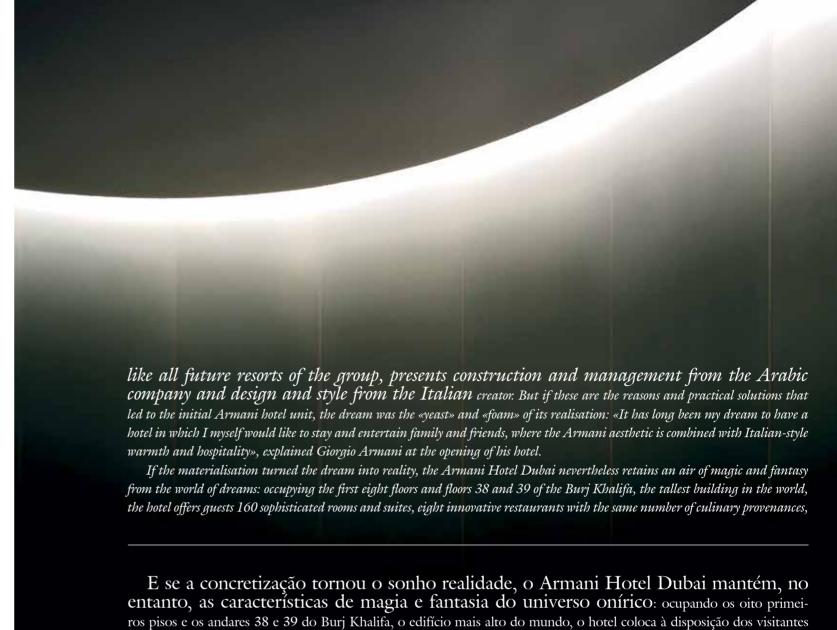
Esta trilogia de substantivos aplica-se, desde Abril deste ano, a neiro Hotel com cunho do Imperador de Milão, epíteto pelo qual é conhecido o estilista italiano. Resultado da colabo ção entre a Giorgio Armani S.p.A., que constituiu, em 2005, a rede Armani Hotels & Resorts, e a Emaar Properties, uma das maiores empresas hoteleiras do mundo, o





Armani Hotel Dubai, como todos os futuros *resorts* do grupo, apresenta construção e gestão da empresa árabe e design e estilo do criador transalpino. Mas se estes são os motivos e as soluções práticas que originaram a inicial unidade hoteleira Armani, foi o sonho o «fermento» e a «espuma» da sua realização: «há muito tempo que acalento o sonho de possuir um hotel no qual eu próprio gostasse de ficar e de acolher a família e os amigos; onde a estética Armani fosse combinada com a hospitalidade e a cordialidade italianas», declarou Giorgio Armani na abertura do seu Hotel.

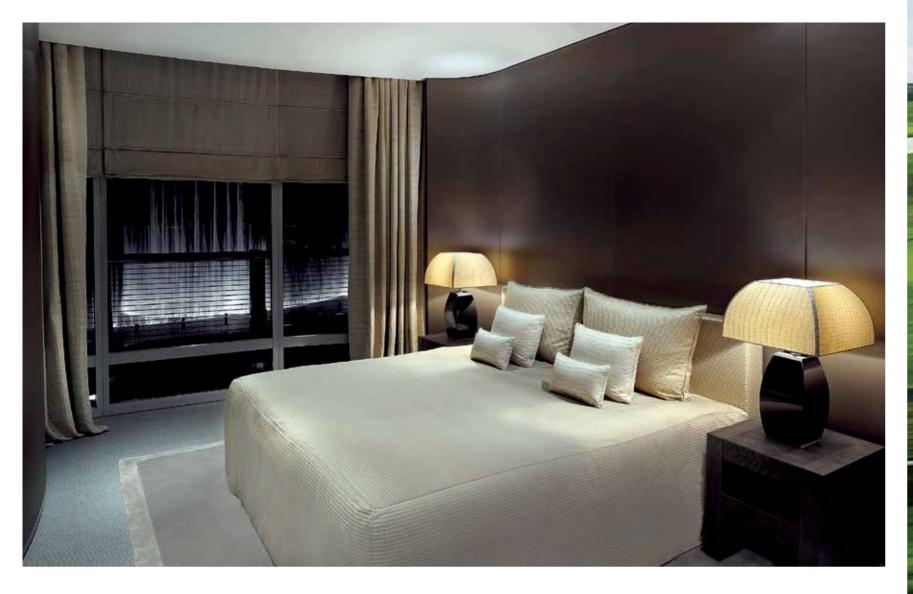




160 sofisticados quartos e suítes, oito inovadores restaurantes com o mesmo número de proveniências gastronómicas, boutiques exclusivas e um tranquilo Spa. Nos pisos 9 a 16 da Torre do Dubai, 144 sumptuosas residências privadas, pessoalmente projectadas por Armani, reflectem o seu estilo subtil e harmonioso.

Expressão de opulência minimalista, em todos os aposentos do Armani Hotel Dubai é revelada a assinatura do designer de Moda. Funcionalidade e distinção, as pedras angulares do estilo de Giorgio Armani, mesclam-se com materiais sofisticados e com acabamentos aprimorados, em promessas de uma estadia inesquecível e dando materialização ao conceito «Stay with Armani», a filosofia de conforto doméstico que estará presente em todas as unidades hoteleiras Armani.





exclusive boutiques and a peaceful spa. On floors 9 to 16 of the Dubai tower, 144 sumptuous private residences, each personally designed by Armani, reflect his subtle and harmonious style.

The expression of minimalist opulence, each room in the Armani Hotel Dubai bears the fashion designer's signature. Functionality and distinction, the cornerstones of Giorgio Armani's style, mingle with sophisticated materials and fine finishes, promising an unforgettable stay and turning real the «Stay with Armani» concept, this philosophy of domestic comfort that will be present in all Armani hotels.

Texto de Text by Paula Monteiro | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by Armani Hotel Dubai







## REDE OFICIAL FERRARI

#### O seu caminho para a exclusividade.

A entrada no *Universo Ferrari*, adquirindo um carro novo ou usado, está agora mais perto de si. Na Rede Oficial oferecemos-lhe a oportunidade de disfrutar, graças aos nossos eventos únicos, os serviços mais especializados e o máximo profissionalismo. Viver a experiência de visitar a fábrica, apreciar os GPs no Ferrari F1 Club, benificiar da garantia *POWER* até 10 anos ou ter acesso ao nosso único curso de condução oficial – o famoso *Corso Pilota* -, são só algumas das inúmeras e exclusivas possibilidades que só a Rede Oficial lhe pode oferecer.

CONCESSIONÁRIO OFICIAL FERRARI E MASERATI

# Santogal i

#### LISBOA

Rua Artilharia Um, 105 - 105 A 1070-012 Lisboa Tel: 00351 210430740 email: posantos@santogal.pt

### PORTO

Rua da Boavista, 880-892 4050-106 Porto Tel: 00351 210430880 email: pmrozeira@santogal.pt





# Nuno Gama A Moda com Alma Lusitana

Autor de peças de identidade inconfundível, criador de artefactos que ultrapassam a mera noção de vestuário para se imporem como objectos lúdicos e como reinterpretações de elementos da cultura tradicional portuguesa, Nuno Gama tem conquistado, nestas cerca de duas décadas de carreira como *designer* de Moda, um papel de autêntico embaixador da nacionalidade. Neste período de tempo de actividade, Nuno Gama aprendeu a «avaliar o sorriso, a derrota não como derrota, mas como um momento de aprendizagem, de crescimento e de evolução» e a ter uma boa relação com a vida, o que justifica, segundo o estilista, o recurso à ironia como parte integrante do seu léxico criativo. Decidido em continuar a contribuir para a divulgação da cultura nacional através da acção simultaneamente difusora e transformadora das peças que cria, Nuno Gama descreve o seu percurso como «uma descoberta constante, uma felicidade e uma paixão por aquilo que [faço]».

# Fashion with Portuguese Soul

Author of pieces of unmistakable identity, creator of articles that go beyond the mere notion of clothing to impose themselves as playful objects and as reinterpretations of elements of traditional Portuguese culture, Nuno Gama has conquered, in his fashion designer career spanning nearly two decades, a role of true ambassador to Portugal. In this period of activity, Nuno Gama has learned to «assess the smile, the defeat not as defeat but as a moment of learning, growth and development» and to have a good relationship with life, which justifies, according to the designer, the use of irony as part of his creative lexicon. Determined to continue contributing to the promotion of national culture through the both diffusing and establishing action of the pieces he creates, Nuno Gama describes his journey as «a constant discovery, happiness and a passion for what I [do]».

Em 1989, quando ainda estudava no CITEX, inicia a S/ actividade de criador de Moda desenvolvendo colecções para homem e mulher. O que se passava em território português na época no mundo da Moda?

Passava-se muito pouca coisa. O final dos anos 80 e o início da década de 90 foram o princípio da nova criatividade. Foi o início da ModaLisboa, do Portugal Fashion. Foi, infelizmente, também o fim de muitas feiras, da FIL e da Portex. Mas foi uma época muito fecunda em novidades. Nessa época também não tínhamos muitas marcas estrangeiras em Portugal. E acho que nesse momento nós, os portugueses, não soubemos aproveitar para introduzir o nosso produto e deixámos que o mercado fosse ocupado por marcas estrangeiras.

Já em 1991, imediatamente depois da conclusão dos estudos no CITEX, inaugura a S/ própria marca, a Nuno Gama Têxtil, Lda. O que o levou a lançar-se no mercado e que balanço faz destes 19 anos de actividade?

Acho que nunca fiz muitas opções na minha vida, foi a própria vida que se encarregou de me levar onde eu deveria ir. Foi um percurso, uma experiência quotidiana, foi uma descoberta constante, uma felicidade e uma paixão por aquilo que estava a fazer. Foi encontrar os meus pares que me disseram «está bem», «está mal», «podes fazer melhor», «está errado», «continua», «vai em frente», «isto é uma porcaria»...

In 1989, while still a student at CITEX, you began your career as a creator of fashion, developing collections for men and women. What was happening at the time in Portugal in the world of Fashion?

Very little was happening. The late 80s and early 90s were the beginning of the new creativity. It was the beginning of ModaLisboa, of Portugal Fashion. It was unfortunately also the end of many fairs, at FIL and Portex. But it was a very fruitful time in terms of innovation. At that time we also had many foreign brands in Portugal. And I think this time we, the Portuguese, we didn't know how to make the most of it and introduce our own products and instead allowed the market to be taken over by foreign brands.

Back in 1991, immediately after completing your studies at CITEX, you set up your own brand, Nuno Gama Têxtil, Lda. What caused you enter the market and what assessment would you make of these 19 years of activity?

I think that I never had lot of options in my life; it was life itself that took on the charge take me wherever I should go. It was a journey, an everyday experience; it was a constant discovery, happiness and a passion for what I was doing. It was finding my peers who told me «that's good» «that's bad », «you can do better», «that's not right», «keep it up», «go ahead», «this is rubbish»...





Fotografia de Photograph by Miguel Domingos

Já depois de iniciar a marca, comecei a sentir uma grande tristeza e até alguma revolta pois, quando chegava ao estrangeiro com as minhas peças, as pessoas perguntavam «isto é português?», «Vocês portugueses também fazem disto?». Isto revoltava-me imenso. O que é que eles achavam dos portugueses? Que somos uns idiotas, uns parolitos? Depois cheguei à conclusão de que os parolos eram eles pois não sabiam nada de nós. E isto continua a ser um dos motivos que me faz mexer – a desmistificação da cultura portuguesa, não só no estrangeiro, mas também em Portugal, porque nós damos pouco valor ao que é nosso.

Foi pioneiro da ligação entre as criações de Moda e a cultura tradicional portuguesa, com a inserção de motivos da nossa cultura nas S/s peças. Qual a importância desta transposição da tradição para a Moda tanto para uma como para a outra?

É um processo mais ou menos compartilhado. Preciso deste processo para impor o meu trabalho, dado que, sem este factor, sou parecido com os milhões de estilistas que existem no mundo. A grande diferença no meu trabalho é exactamente esta reinterpretação da cultura portuguesa, a sua reavaliação de formas distintas, e transpô-la sobretudo para o vestuário masculino.

Gosto da cultura portuguesa e sou fascinado por esse processo que existe no meu trabalho – desde o olhar de um elemento da cultura portuguesa até ao momento de Then after starting the brand, I began to feel a great sadness and even some angst because when I went abroad with my clothes, people asked «is this Portuguese?», «You do this in Portugal too?». This made me feel really bad. What did they think of the Portuguese? That we are idiots, a bunch of tasteless morons? Then I came to the conclusion that they were the tasteless ones because they knew nothing about us. And this remains one of the reasons that makes me work – the demystification of Portuguese culture, not just abroad but also in Portugal, because we give little value to what is ours.

You have been a pioneer in connecting fashion creations and traditional Portuguese culture, with the inclusion of motifs from our culture in your clothing. How important is this transposing of tradition to fashion, for each of them?

It's a process that goes both ways. I need this process to impose my work because, without this factor I'm like the millions of designers around the world. The big difference in my work is precisely this reinterpretation of Portuguese culture; its reassessment in different ways, and transferring especially to menswear.

I like Portuguese culture and I am fascinated by the process that exists in my work – from the look of an element of Portuguese culture to the moment of transferring it into the final work. Letting life surprise me and letting things to happen on their own without me doing much more than

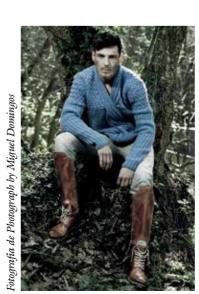
transposição para o trabalho final. Deixar que a própria vida me surpreenda e deixar que as próprias coisas aconteçam sem que eu faça muito mais do que ter a ideia e aproveitá-la de alguma forma dentro de algum contexto.

A ironia faz igualmente parte do S/ léxico criativo, com a utilização de jogos de palavras, como o vocábulo «gamado» aplicado depois da S/ loja ter sido roubada em 2008. Rir é o melhor remédio?

Aprendi a rir com a vida. Felizmente a minha vida não foi propriamente uma viagem a caminho do paraíso. E muito cedo aprendi que sou muito mais poderoso, aliás, somos todos muito mais poderosos do que imaginamos, temos muita mais capacidade e força do que pensamos, escondemo--nos atrás dos nossos medos para não voarmos, para não fazermos aquilo em que acreditamos. A lei da natureza, a lei da vida, é algo que ultrapassa as nossas capacidades de percepção e de domínio, e frequentemente tentamos desviar-nos dessa lei e tentamos torcer as coisas a nosso favor mas, mais tarde ou mais cedo, voltamos, a bem ou a mal, a ela. Aprendi isso e actualmente estou tranquilo, faço por tirar partido daquilo que a vida me vai dando, da melhor maneira que sei. Empenho-me imenso no que faço mas não de uma forma prepotente – o que é importante é saber avaliar o sorriso, a derrota não como derrota, mas como um momento de aprendizagem, de crescimento e de evolução. Tenho uma boa relação com a vida, daí gostar de ironizar.

Com a colecção Outono/Inverno 2010/2011, «Soldados da Saudade», as raízes nacionais mantêm-se como inspiração, com referências a vários símbolos e tradições. Como foi realizada esta viagem reinterpretativa dos códigos nacionais?

Quando começámos a pensar nesta colecção, senti que ela devia ser muito virada para o sobretudo, para as grandes peças de exterior. Começámos a ver os materiais e apareceu-nos o burel, que é um material português, um material perfeito para a ideia com que começámos a colecção. O burel levou-nos às capas de honra de Trás-os-Montes, às samarras, aos capotes alentejanos. E sempre houve uma tradição



que me apeteceu utilizar – a dos Pauliteiros de Miranda, mas cuja utilização é muito complicada, porque as peças são brancas, os Pauliteiros usam saias, lenços minhotos... Mas os Pauliteiros faziam todo o sentido neste contexto. Assim, sendo os sobretudos o importante, resolvemos «anular» a coleção a branco para chamar a atenção para aquilo que era relevante. E depois foi todo o jogo dessas referências.



Fotografia de Photograph by Miguel Domingos

having the idea and taking advantage of it in some way within a context.

Irony is also part of your creative vocabulary, with the use of play on words, like the word *gamado* (pinched), which you used after shop have been broken into in 2008. Is laughter the best medicine?

I learned to laugh through life. Fortunately my life has not exactly been a trip heading to paradise. And very soon learned that I am much more powerful, in fact, we are all much more powerful than we imagine; we are a lot more capable and powerful than we think; we hide behind our fears so as not to fly, not to do what we believe. The law of nature, the law of life, is something beyond our abilities of perception and mastery, and often try to divert ourselves from this law and try to twist things in our favour, but sooner or later, we return to it, for better or for worse. I have learned this and now I'm relaxed; I do what I can to take advantage of what life is giving me, as best as I know. I am greatly committed to what I do but not in an arrogant way – what is important is how to assess the smile, defeat not as defeat but as a time of learning, growth and evolution. I have a good relationship with life, so I enjoy irony.

With the Autumn / Winter collection 2010/2011, «Soldiers to Nostalgia», national roots remain as inspiration, with references to various symbols and traditions. Tell us about this reinterpretative journey into national codes.

When we started thinking about this collection, I felt that it should be very focused on the overcoat, on large outdoor pieces. We began looking at materials and came to sackcloth, which is a Portuguese material, a perfect material for the idea with which we started the collection. The sackcloth led us to the «cape of honour» from Trás-os-Montes, to the samarra overcoat, and to the cloaks of the Alentejo. And there was always a tradition that I felt like using – the Pauliteiros de



Fotografia de Photograph by Abel Andrade

Na exibição de «Soldados da Saudade», lançou a S/ colecção de sapatos. Qual a importância dos sapatos e dos acessórios enquanto expressão de Moda?

No meu caso é muito importante. Gosto muito de acessórios, de anéis, relógios, de sapatos, cintos... Se tivermos dez indivíduos com as mesmas peças de roupa e com acessórios diferentes, podemos adquirir *status*, carácter, *nuances*, cores completamente distintas. Os acessórios são um complemento muito importante.

# Afirmou que continua a desejar que a marca Nuno Gama seja mais reconhecida internacionalmente. O que pode contribuir para esta maior internacionalização?

O que pode contribuir, e que é o nosso eterno problema, é um maior investimento na Moda. Continuamos a não ter publicidade. Ela existe, mas não temos capacidade de chegar a ela. O que falta à Moda nacional são as grandes empresas fazerem da Moda um grande negócio, como acontece no mundo inteiro. Saiu um artigo muito interessante sobre Portugal há pouco tempo no *Financial Times* e uma das áreas que eles referiam como possível aposta de negócio, que me deixou muito feliz, era exactamente a da Moda, porque eles diziam que Portugal tem excelentes criadores de Moda, mas que não eram valorizados nem aproveitados.

# Qual a principal diferença entre a década de 90 e a actual na atitude do homem português em relação à Moda?

Houve uma grande evolução. Uma grande percentagem dos homens actuais cuida-se muito fisicamente e assim sente-se mais auto-confiante. Essa é a grande diferença dos anos 90, porque, antes desta década, os homens poderiam querer mostrar-se mas não sabiam como. E as mulheres têm um papel primordial nesta evolução – da mesma maneira que vocês se cuidam também querem ter ao vosso lado alguém que se cuida e que não tenha preconceito com isso.

Miranda [stick dancers from Miranda], but very complicated to use, because the pieces are white, the Pauliteiros wear skirts, and scarves from the Minho... But Pauliteiros made perfect sense in this context. Thus, as overcoats were important, we decided to «set aside» the collection in white to draw attention to what was relevant. And then it was all about blending these references.

When showing «Soldiers to Nostalgia», you launched your footwear collection. How important are shoes and accessories as an expression of fashion?

In my case it is very important. I love accessories, rings, watches, shoes, belts... If we have ten individuals with the same pieces of clothing and different accessories, we can acquire differing status, character, nuances, colours. Accessories are a very important complement.

You said that you still want the Nuno Gama brand to be more internationally recognized. What can you do to ensure this increased internationalisation?

What you can contribute, and this is our eternal problem, is greater investment in Fashion. We still have no advertising. It exists, but we are unable to reach it. What is lacking in national fashion is large companies making a big business out of fashion, as happens all around the world. A very interesting article on Portugal was recently published in the Financial Times and one of the areas they reported as a possible business to invest in, which made me very happy, was exactly that of the Fashion, because they said that Portugal has excellent fashion designers, but that they were not valued or used to their potential.

# What is the main difference between the 90s and the current decade in terms of the attitude of the Portuguese man with relation to fashion?

There has been a major evolution. A large percentage of men nowadays take great care of themselves physically and thus feel more self-confident. That's the big difference of 90s because, before this decade, men might have wanted to show themselves but did not know how. And women have a vital role in this evolution – in the same way that you take care of

yourselves you also want to have someone at your side who looks after himself and is not against this.

In 2011, the Nuno Gama Têxtil brand celebrates its 20<sup>th</sup> anniversary. What are the various initiatives that you are thinking about holding to celebrate the date?



otografia gentilmente cedida por Photogra Nuno Gama Téxtil, Lda. Fotographa gentrimente cedada por Photograpio kindik given by Numo Gama I extit, Lda.



Em 2011, a marca Nuno Gama Têxtil comemora 20 anos. Quais as diversas iniciativas que está a pensar realizar para celebrar a data?

Estamos a trabalhar num «vintage» Nuno Gama, que poderá ser uma exposição ou um grande evento para ser transportado para fora de Portugal. Este evento pressupõe um livro a acompanhar. Outra coisa que gostaria de fazer era uma reedição de algumas peças que fazem parte do património da marca e que tiveram muito sucesso. Não sei se as vamos fazer tal qual elas foram apresentadas ou se vamos fazer uma pequena reinterpretação, com um contexto contemporâneo.

Segundo Gilles Lipovetsky, a Moda deriva de uma tensão básica entre a necessidade de imitação e de distinção. De que forma a individualidade se exprime na Moda se ela acaba por ditar o modo como o colectivo se deve vestir?

Há uns anos, a Moda era muito mais ditadora do que é actualmente, porque se usavam três ou quatro coisas de três ou quatro maneiras. A Moda era extremamente hermética e estática. Actualmente não é assim. Há uma grande variedade de ofertas no mercado e a maneira como gerimos todo o processo – desde a compra, passando pelo momento em que colocamos a roupa em cima da nossa pele, pela maneira como nos acessorizamos, como nos movimentamos dentro das peças e como nos mostramos ao mundo – constitui a grande diferença.

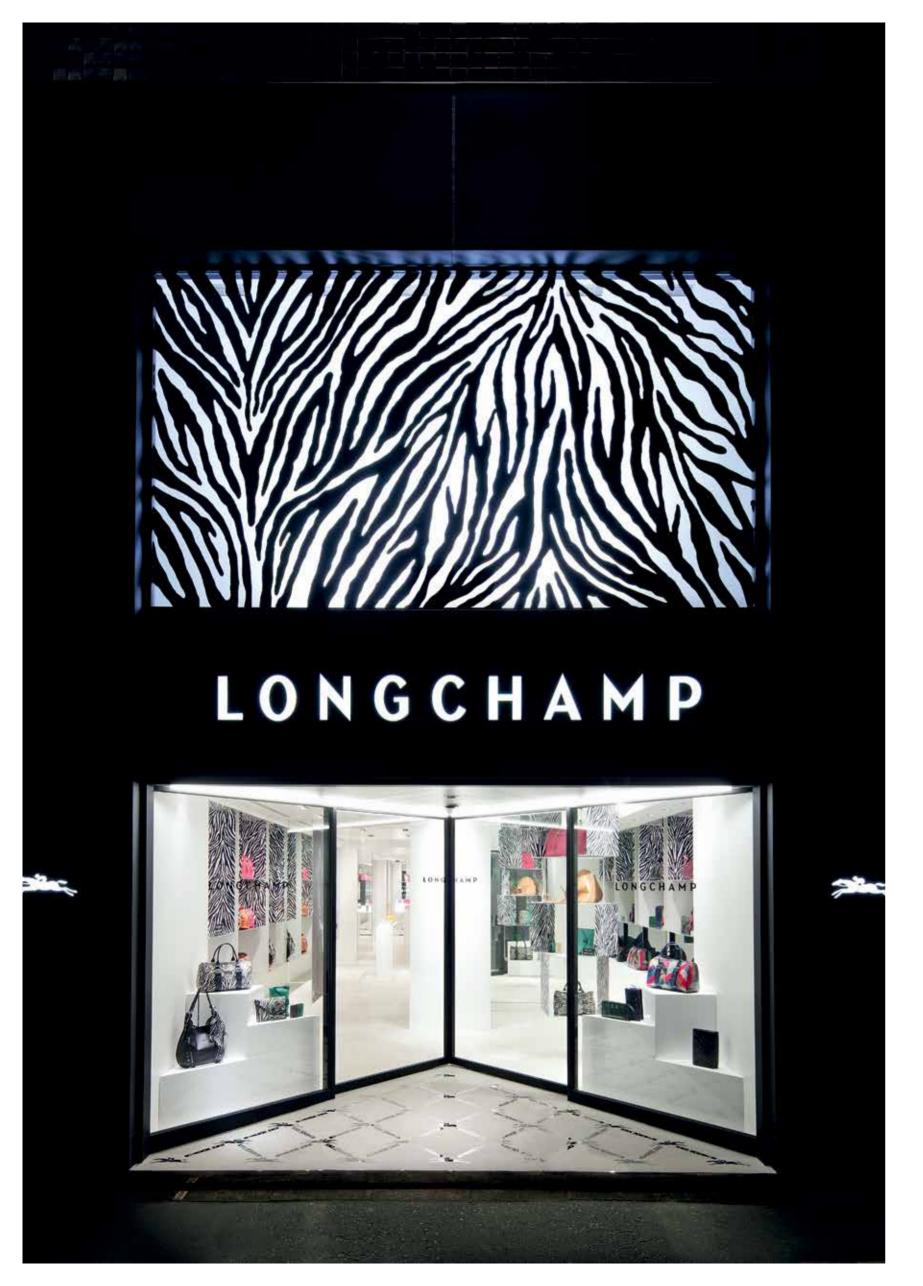
We're working on a «vintage» Nuno Gama, who will be an exhibition or a big event to be taken out of Portugal. This event should involve a book to accompany it. Another thing I would like to do was a remake some of the pieces that are part of the heritage of the brand and have been highly successful. I do not know if we will do just as they were presented or whether we will do a little reinterpretation, with a contemporary context.

According to Gilles Lipovetsky, fashion comes from a basic tension between the need for imitation and distinction. How is individuality expressed in fashion if it ends up dictating the way in which the collective should dress?

Years ago, fashion dictated much more than it does today, because three or four things were worn in three or four ways. Fashion was extremely tight and static. Today it isn't. There is a wide variety of choice on the market and how we manage the entire process – from purchase, the time when we first put clothes on top of our skin, to the way we accessorize, or to how we move within pieces and how we show ourselves to the world – represents a major difference.

Texto de Text by Paula Monteiro







# Longchamp Omotesando Renovação a Oriente Oriental Revamp

Localizada na área mais cosmopolita de Tóquio, a Longchamp Omotesando mostrou-se em Junho com uma imagem renovada, garantindo o luxo, elegância e perfeição das exclusivas malas, bolsas e outros acessórios em couro da tradicional marca francesa. Acabada de renascer, a *boutique* asiática surgiu com um moderno e diferenciado *design* comercial, renomeando-se como *Flash Shop*.

A originalidade do novo espaço concentra-se na atraente fachada frontal cujo efeito dramático de iluminação se assemelha às luzes especiais usadas em sessões fotográficas de moda. Nicolas Gwenael, responsável pela remodelação da loja, optou por um projecto intensamente minimal no interior, deixando todo o protagonismo para a impactante fachada.

Located in the most cosmopolitan part of Tokyo, Longchamp Omotesando unveiled a new look in June, ensuring the luxury, elegance and perfection of exclusive handbags, purses and other leather accessories from the traditional French brand. Freshly reborn, the Asiatic boutique now appears with a modern and unique commercial design, renaming itself as Flash Shop.

The originality of the new space is focussed on the attractive shop front, the dramatic lighting effect of which resembles the special flashlights used at fashion shoots. Nicolas Gwenael, responsible for the shop's refit, chose a project of intense minimalism for the interior, ensuring the full impact of the façade.

The entrance to the Flash Shop seems to melt into the side windows, all in glass, providing shoppers with a feeling of sophisticated simplicity. Inside the store, the first element that hits you is a tower of shelves, which, hung from the second floor of the shop, is made entirely from a light fabric than can be changed to match the theme of each collection.



A entrada da *Flash Shop* acaba por se fundir com as janelas laterais, todas em vidro, proporcionando aos visitantes um sentimento de simplicidade requintada. Dentro da *boutique*, o primeiro elemento que ressalta é uma torre de prateleiras que, suspensa a partir do segundo andar da loja, é totalmente feita num tecido leve que pode ser mudado de acordo com o tema de cada colecção.

O rejuvenescimento do *design* da Longchamp Omotesando permite que esta seja uma loja dinâmica e flexível, transferindo ao cliente uma atmosfera de constante mudança que deve ser sempre descoberta.

Além disso, os admiradores da Longchamp podem agora criar a sua versão original do conhecido modelo *Pliage* directamente na loja *Flash Shop*, um serviço de *customização* outrora apenas disponível no *site* oficial da marca.





# Phenom 100 e 300 Design de Marca Brand Design



O *Phenom 100* e o *Phenom 300* são sinónimos da superação de convencionalidades aeronáuticas e da elevação dos padrões de perfeição a bordo de um jacto executivo privado.

A equipa de *design* do grupo BMW, a DesignworksUSA, não se limitou a transladar as percepções do sector automóvel para as aeronaves, os profissionais foram obrigados a respeitar normas de segurança criteriosas, cumprindo rigorosos ideais de desempenho, compatíveis com os processos produtivos da empresa brasileira de aeronáutica, a Embraer.

Firmando o seu trabalho nas novas exigências impostas pelos exclusivos produtos de luxo, a DesignworksUSA desenvolveu um inovador *design* para a navegação aérea, reunindo valores únicos de espaço e tempo, interconectividade, simplicidade, autenticidade e elegância.



The Phenom 100 and the Phenom 300 represent triumph over of aeronautic convention, while raising the bar in terms of standards of perfection on board a private executive jet.

The BMW group design team DesignworksUSA didn't just restrict itself to transferring car manufacture sector perceptions to the world of aircraft, the professionals were forced to respect meticulous safety norms, fulfilling rigorous performance criteria, compatible with the production processes of Brazilian aeronautics company Embraer.

Securing its work to the new demands imposed by exclusive luxury products, DesignworksUSA has developed an innovative design for air navigation, combining unique values of space and time, interconnectivity, simplicity, authenticity and elegance.







No *cockpit*, ambos os jactos oferecem ao piloto uma rara liberdade de movimentos e no camarote os bancos são adaptados à fisionomia natural do passageiro, dispondo de amplo espaço de circulação entre os quatro assentos, no *Phenom 100*, e os sete no *Phenom 300*. Os espaços dedicados à bagagem foram igualmente reposicionados, estando integrados nas laterais e por baixo dos bancos. Acresce que, para além da personalização do tipo e cor de couro que guarnecem os assentos, os revestimentos e o piso do habitáculo também podem ser individualizados segundo o gosto do cliente.

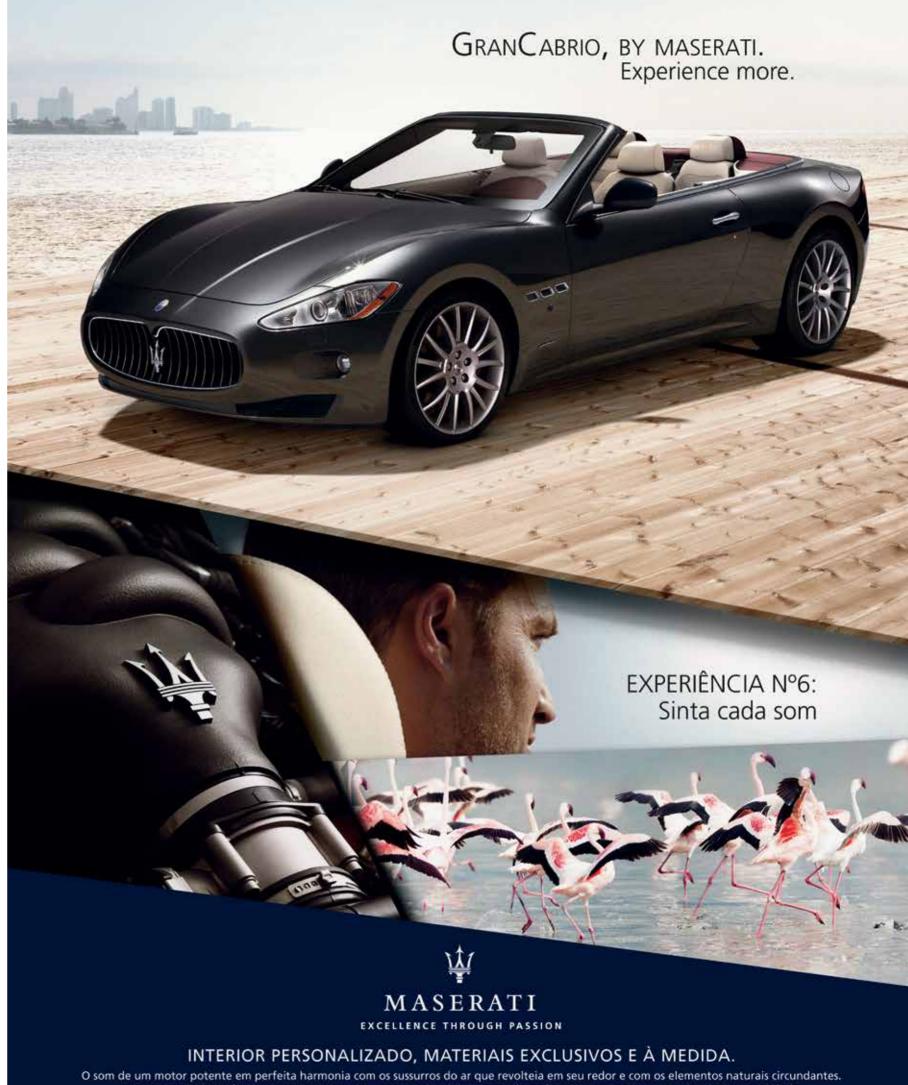
Com mais de 600 encomendas do *Phenom 100*, com capacidade para 1171 milhas, e do *Phenom 300*, com alcance de 1978 milhas, a Embraer encontrou o sucesso no segmento de jactos executivos luxuosos. Um posicionamento só possível pelo igual sucesso da experiente parceira DesignworksUSA que conseguiu imprimir um *design* de elevada qualidade, baixa manutenção, mas inequivocamente um *design* esplêndido, à semelhança de todos os produtos assinados pela marca BMW.



In the cockpit both jets offer their pilot unusual freedom of movement and in the cabin the seats are adapted to the natural physiognomy of the passenger, providing ample space for movement around the four seats, in Phenom 100, and the seven seats in the Phenom 300. The spaces dedicated to baggage storage have also been repositioned, and are now integrated into the sides and below the seating. Besides the personalisation of the type and colour of leather covering the seats, the wall covering and flooring of the cabin can also be chosen to match the taste of the client.

With more than 600 orders for the Phenom 100, with its range of 1171 miles, and for the Phenom 300, capable of 1978 miles, Embraer is enjoying excellent results in the luxury executive jet segment. This position is only possible through the equal success of experienced partner DesignworksUSA, which has managed to produce design of excellent quality, low maintenance – without a doubt a truly exceptional design similar to every product featuring the BMW logo. | www.embraerexecutivejets.com | www.designworksusa.com

Texto de Text by Patrícia Ramos | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by BMW Group, DesignworksUSA



O som de um motor potente em perfeita harmonia com os sussurros do ar que revolteia em seu redor e com os elementos naturais circundantes.

Um motor V8 de 4,7 litros com 440CV: potente, mas agradável de usar no dia-a-dia. Um sistema de escape desportivo controlado por válvulas pneumáticas que nos arrebata com a sua sonoridade inconfundível, mal se ultrapassam as 3.000 rpm.

Conduzir um Maserati GranCabrio é viver, dia após dia, uma experiência inesperada a céu aberto, fazendo vibrar cada um dos seus sentidos.

Consumo combinado: 15,2 l/100 km – Emissões de CO<sub>2</sub>: 354 g/km (dados sujeitos a homologação)

www.maserati.com











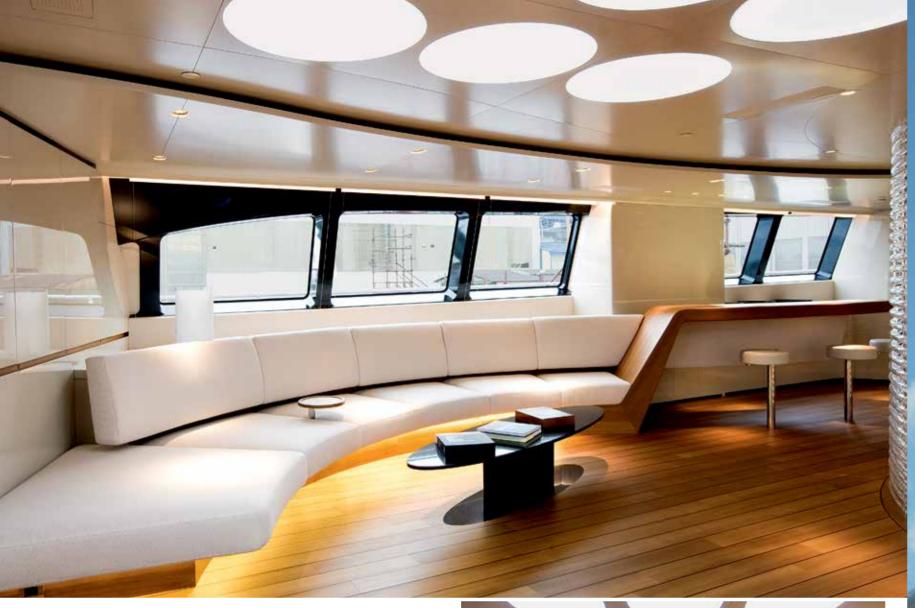
Do grego *pan* + *talasso*, que significa *to-dos os mares*, *Panthalassa* é um surpreendente navio com 56 metros de comprimento, uma velocidade máxima de 15 nós e capacidade para 12 convidados e dez tripulantes, afirmando-se como um luxuoso e flexível iate.

Os interiores, desenhados pela Foster + Partners, destacamse por uma paleta de opacidades alvas, com apontamentos naturalmente acastanhados do couro que reveste os painéis de parede e alguns dos assentos.

No deck do Panthalasa há uma variedade de relaxantes lugares curvilíneos e uma área de refeições ao ar livre, complementada por uma sala de jantar mais formal no interior. Uma impressiva escadaria oval repleta de luz interliga o piso exterior aos restantes dois andares. O primeiro piso interior dispõe de uma área lounge, bar e sala de reuniões que, através de telas amovíveis, podem criar um generoso salão central. No andar seguinte, coadunam-se as acomodações para a tripulação e seis cabines privativas que se pautam por originais e informais assentos, definidos por ondulantes chaises longues.

Arquitectonicamente, a perícia naval de Ron Holland, da Perini Navi, expôs uma superestrutura de clarabóias que permitem a entrada de luz natural para o convés, fazendo brilhar resplandecentemente a estrela oceânica que o *Panthalassa* é.





From the Greek pan and talasso, meaning every sea, Panthalassa is a stunning 56-metre vessel, with a top speed of 15 knots and room for 12 passengers and ten crew members, making its mark as a luxurious and flexible yacht.

The interiors, designed by Foster + Partners, stand out for their varied shades of white, with naturally brown detailing of the leather lining the wall panels and some of the seats.

The deck of Panthalassa features a series of relaxing curved places and an open air dining area, complemented by a more formal dining room inside. An impressive light-filled oval staircase connects the outdoor floor with the remaining two floors. The first interior floor has a lounge area, bar and meeting room, which, through movable screens, can create a generous central saloon. In the next floor we find the crew quarters and the six private cabins, dotted with original and informal seating, defined by undulating chaises longues.

Architecturally, the naval expertise of Ron Holland, from Perini Navi, produces a superstructure of skylights allowing natural light to enter the deck, allowing the oceanic star that is the Panthalassa to sparkle brilliantly.

www.fosterandpartners.com | www.perininavi.it

Texto de Text by Patrícia Ramos | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by Foster + Partners





Estendemos a passadeira vermelha para lhe entregar a edição internacional da V&G em sua casa.

We're rolling out the red carpet to deliver to your home the international issue of V&G.



Transferência Bancária NIB 0007 0447 0002 1040 00339; IBAN PT50 0007 0447 0002 1040 0033 9; SWIFT CODE: BESCPTPL

Os dados a recolher são confidenciais e serão processados informaticamente para ficheiro comercial da PM Media, SA, para efeitos de envio regular das publicações agora assinadas e eventual envio de propostas futuras. Fica garantido o acesso aos dados e respectiva rectificação, alteração ou anulação. Caso não pretenda receber outras propostas no futuro, agradecemos que nos dê essa indicação no e-mail.

Após a confirmação do pagamento ser-lhe-á entregue em mão a revista da edição a seguir à data do pagamento.

Pagamento por VISA: www.villasegolfe.com





# Lagonda Concept O Regresso de uma Lenda The Return of a Legend

Sinónimo de luxuosos automóveis durante os tempos áureos das décadas de 20 e 30 do Séc. XX, a Lagonda viu decair a sua exclusividade nos anos oitenta. No entanto, renasce agora pelo ímpeto da britânica Aston Martin que, através do relançamento da clássica insígnia, pretende concorrer no segmento dominado pela Bentley e pela Rolls Royce.

Com lançamento previsto para 2012, o *Lagonda Concept* reveste-se de uma modernidade tenaz marcada por uma performance especialmente centrada para longos percursos e amplificada pela inovação tecnológica. O protótipo apresenta-se como um veículo de quatro lugares, dotado de um motor V12 com tracção nas quatro rodas de 22". A fabricante automóvel Aston Martin revelou que também irá apostar em novas formas de propulsão, como sistemas *flexfuel*, híbridos e diesel de baixa emissão.

The image of luxury motor cars during the golden era of the 20s and 30s of the 20<sup>th</sup> century, Lagonda saw its exclusivity crumble in the 1980s. However, through the drive of British manufacturer Aston Martin the legend is to be reborn through the re-launch of the classic insignia, intended to compete in the segment dominated by Bentley and Rolls Royce.

With the launch set for 2012, the Lagonda Concept is awash with unrelenting modernity marked by performance specially focused on long journeys joined by technological innovation. The prototype is presented as a four seat vehicle, endowed with a V12 engine with all wheel drive via its large 22" wheels. Car manufacturer Aston Martin has also revealed that it will use new forms of propulsion, such as flex-fuel, hybrids and low emission diesel.

A linguagem conceptual do *Lagonda* baseia-se numa abordagem de grandes linhas longitudinais, proporcionando um habitáculo de sumptuosidade vanguardista, inspirada no passado ilustre da marca. O ambiente espaçoso e individualista dos assentos traseiros e dianteiros confere uma sensação de elevada e contemporânea opulência uma vez que todo o interior poderá ser feito sob encomenda, mediante uma escolha criteriosa de materiais e texturas em relevo.

Determinando o modelo dos carros de luxo do futuro, o reavivar da distintiva Lagonda transmitirá inquestionavelmente uma elegância funcional, uma simplicidade e conforto exclusivos, incutindo no utilizador o espírito de um viajante a quem o veículo vai exigir incansavelmente um novo e aventureiro destino.



The conceptual language of the Lagonda is based on an approach of large longitudinal lines, producing an interior of cutting edge sumptuousness, inspired by the illustrious past of the brand. The spacious and individualist environment of the back and front seats provides a sensation of extreme contemporary opulence as the entire interior can be custom made, through a meticulous selection of materials and textures.

Producing the design for luxury cars of the future, the rebirth of the distinctive Lagonda will unquestionably transmit a functional elegance, exclusive simplicity and comfort, endowing the user with the spirit of a traveller from whom the vehicle will tirelessly demand a new and adventure filled destination. | www.astonmartin.com

Texto de Text by Patrícia Ramos | Fotografias gentilmente cedidas por Photographs kindly given by Aston Martin













# FedEx Golf Challenge Final Nacional National Final

Depois de mais de 500 golfistas terem participado nas sete fases de qualificação da segunda edição portuguesa do FedEx Golf Challenge, com etapas decorridas em vários campos de golfe nacionais e nas quais foram apurados apenas 21 jogadores para a final nacional, a prova conclusiva teve lugar no passado dia 17 de Julho no Oceânico Victoria Golf Course, o emblemático campo de golfe localizado em Vilamoura.

Depois de um jogo marcado por uma renhida competição, o primeiro lugar, com um total de 68 pancadas *Net*, foi conquistado por Zack Amin, o responsável norte-americano do torneio e da FedEx Cup, que cedeu o título ao segundo classificado, Peter Brehm, que terminou a prova com 69 pancadas *Net*.

Peter Brehm vai agora disputar com os vencedores das provas do Reino Unido, Dubai, Estados Unidos, México e Bélgica, entre 15 e 18 de Outubro, na Califórnia, o acesso directo ao *Pro-Am* do *The Barclays*, o primeiro *play-off* anual da FedEx Cup, a decorrer em Agosto de 2011.

Eduardo Rangel, presidente do Grupo Rangel, representante da FedEx em Portugal, revelou que para o próximo ano estão a ser ponderadas alterações no formato e nos campos onde será disputado o FedEx Golf Challenge nacional, dada a relevante e célere reputação que o circuito tem vindo a alcançar.



After more than 500 golfers took part in the seven qualifying stages of the second Portuguese edition of the FedEx Golf Challenge, with stages held at various national golf courses, at which just 21 players qualified for the national final, on the 17th of July the end challenge took place on Oceánico Victoria Golf Course, the emblematic golf course located in Vilamoura.

Following a game marked by fierce competition, first place, with a net total of 68 shots, went to Zack Amin, the North American head of the tournament and the FedEx Cup, who handed the title over to the second place player, Peter Brehm, who finished the event with 69 shots, net.

Peter Brehm will now compete with the winners of the challenges in the UK, Dubai, the United States, Mexico and Belgium, in California between October 15 and 18 for direct access to The Barclays Pro-Am, the first play-off of the Fed-Ex Cup to be held in August 2011.

Eduardo Rangel, president of the Rangel Group, FedEx representative in Portugal, revealed that changes are being considered for next year in terms of the format and the courses on which the national FedEx Golf Challenge will be played, given the significant and rapidly growing reputation that the circuit has achieved.













O Torneio de Golfe The Duke of Edinburgh Cup – Portugal Qualifying Event, organizado pelo Tivoli Hotel & Resorts e o Grupo André Jordan, celebrou a sua 9.ª edição no Oceânico Victoria Golf Course, em Vilamoura.

Entre os 70 jogadores participantes, a competição apurou dois golfistas para a final mundial, a realizar em Setembro, no Reino Unido. O português Simão da Cunha foi o segundo classificado, com menos três pontos do que o vencedor, Edward Haynes, que ganhou a prova com 44 pontos.

Além dos dois primeiros vencedores, Alexandra Gonçalves conquistou o prémio *Longest Drive Senhoras*, enquanto Donald Moore ganhou na categoria de homens – *Longest Drive Homens*.

Com cariz de beneficência, o *The Duke of Edinburgh Cup – Portugal Qualifying Event* integra o circuito de provas da *International Golf for Youth*, instituição de apoio à juventude que faz parte do *The Duke of Edinburgh's Award*, criado em 1956 pelo Duque de Edinburgo e actualmente presidido pelo seu filho, o Príncipe Eduardo, e que tem como objectivo a angariação de fundos destinados à formação de jovens.









The Duke of Edinburgh Cup – Portugal Qualifying Event Golf Tournament, organized by Tivoli Hotel & Resorts and the André Jordan Group, celebrated its 9th edition on the Oceânico Victoria Golf Course in Vilamoura.

From the 70 participating golfers, the competition has produced two golfers qualifying for the world final to be held in the UK in September. Portuguese Simão da Cunha finished in second place, just three points behind the winner, Edward Haynes, who won the competition with 44 points.

Besides the first two winners, Alexandra Gonçalves took the prize for Longest Drive Ladies, while Donald Moore won the men's category – Longest Drive Men.

As a charity event The Duke of Edinburgh Cup – Portugal Qualifying Event is part of the event circuit of the International Golf for Youth, an institution supporting youth, which is part of The Duke of Edinburgh's Award scheme, created in 1956 by the Duke of Edinburgh and currently presided over by his son, Prince Edward, aimed at raising funds destined to training youngsters.

Fotografias de Photographs by F32 – Vasco Célio





#### O CONTINENTAL GT REDEFINE O CONCEITO DE EXCLUSIVIDADE E REQUINTE COMO NENHUM OUTRO AUTOMÓVEL.

Uma experiência de condução única, plena de emoções são o mote dado pelo motor W12 de 6.0 litros, com potência de 560 Cv que permitem uma velocidade máxima de 318 km/h. Mas não se trata só de poder ou de velocidade. O nível de conforto e requinte conduzem-no para outra dimensão. O automóvel perfeito.

BENTLEY LISBOA Av. João Crisóstomo, 13 A 1000-177 Lisboa Tel 21 316 31 50



