Villas&Golfe®

África Edition

Special Mozambique Edition 6 Years

Entrevistas, JOÃO FIGUEIREDO | SALIMO ABDULA

ÓPERA MONTE CARLO | LONDRES | BENTLEY | PERSHING

V&G INTERNATIONAL CUP, MOÇAMBIQUE

ASTON MARTIN UNVEILS **DBX**

AN SUV WITH THE SOUL OF A SPORTS CAR

ASTON MARTIN

LISBOA: Tel.: 961 215 681 | lisboa@astonmartin.pt

PORTO: Tel.: 964 956 555 | porto@astonmartin.pt

&DITORIAL

Saudemos juntos

Caminhamos juntos para um novo ano, novos projectos e novos desejos. Brindemos a 2020! Por cá, certas vezes, parece-nos que tudo já foi dito e feito, que já sabemos de cor as cores, os sorrisos, as paisagens, as tradições e o espírito africano. Mas não. Há sempre tanto para se descobrir e revelar. O tempo corre e nós continuamos aqui, por terras africanas. Ainda há tanto para calcorrear. Tanto destino para visitar. Talentos por divulgar. Sabores para degustar. E conversas para ter com as gentes da terra. Um ano já se foi. Outro está à espreita. E nós, todos juntos, aqui prontinhos para continuarmos a caminhar.

Para trás, ficam as saudades dos amigos, com quem não pudemos partilhar tanto do nosso tempo, como desejáramos, das viagens, dos encontros e desencontros, e, para a frente, fica o desejo de podermos vir a realizar cada pedaço perdido.

Por tudo isto, saudemos juntos a um novo ano, a uma nova edição da ***Villas&Golfe***, especialmente dedicada a Moçambique – terra fértil e apaixonante, de histórias e conquistas e de aromas e cores incomparáveis. Enaltecemos o país e o mundo com coisas boas, falando daqui para Si, de África para o mundo. A par do carácter que caracteriza a revista, neste número, privilegiamos o luxo, o bem-estar, o *glamour*, a arte, o golfe, as pessoas e a sua beleza intrínseca.

Determinados, felizes e prósperos, voltemos a saudar juntos, alimentando sempre os nossos sonhos, além do que nos é possível ou imaginável.

Boas leituras!

Let us raise a cheer!

We walk together towards a new year, new projects and new desires. Here's to 2020! Sometimes, around here, it seems to us that everything has already been said and done, that we already know the colours, the smiles, the landscapes, the traditions and the African spirit by heart. But we don't. There's always so much more to discover and reveal. Time flies by and we remain here, on African soil. There's still so much to get through. So many places to visit. Talents to promote. Flavours to taste. And conversations to have with locals. One year has passed by. Another one is just around the corner. And here we all are, as one, ready to continue walking.

Behind us lies a yearning for our friends, with whom we have not been able to share as much of our time as we would have wanted, for our travels, for our comings and goings and, ahead of us, there lies the desire that we may come to achieve every missing piece.

For all these reasons, let us welcome together a new year, a new issue of ***Villas&Golfe***, especially dedicated to Mozambique – a fertile and passionate land, of stories and conquests and of incomparable aromas and colours. Let us praise the country and the world with good things, telling you about here, the world about Africa. Along with the content characteristic of the magazine, in this issue we focus on luxury, wellness, glamour, art, golf, people and their intrinsic beauty.

Determined, happy and prosperous, let us raise a cheer again; ever fuelling our dreams, beyond what is possible or imaginable for us.

Happy reading!

EQUIPA VILLAS&GOLFE TEAM

A Villas & Golfe (R) é propriedade da PM media, Lda. | www.villasegolfe.co.ao | www.villasegolfe.co.mz | www.villasegolfe.com | Morada: Rua de Longa, Casa B01A, Condomínio Caju, Talatona, Luanda, Angola | Avenida Kwame Nkrunah 471, Bairro Sommerschield, Maputo, Moçambique | T: +244 935545893 | +258 848261726 | +351 917577875 | Presidente ADM: Paulo Martins | paulomartins@pmmediacorporate.com | Directora: Maria Amélia Pires | Edição: Maria Cruz | mariacruz@pmmediacorporate.com | Redacção: António Freitas de Sousa; Cristina Freire; Maria Cruz; Maria Pires | Revisão: Maria Pires | Tradução: Algarvemedia | Fotografia de capa: Direitos Reservados| Produção: Sérgio Martins (coordenação), Paulo Sousa | Relações Públicas/Dep. Comercial: Ana Sofia Monteiro | anasofiamonteiro@pmmediacorporate.com | Dep. Financeiro: Elisabete Alves | Periodicidade: Trimestral | Impressão: Orgal: Rua de Godim, 272 – 4300-236 Porto – Portugal | Publicação registada no Ministério da Comunicação Social de ANGOLA com o número MCS -605/B/2011 | Deposito Legal: 422948/17 | N.º 56 Dez./Fev.

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

Publicidade e assinaturas (Angola): villasegolfe@villasegolfe.co.ao
Publicidade e assinaturas (Moçambique): villasegolfe@villasegolfe.co.mz

ÚNICO PRÉMIOS

TER A QUEM DEDICAR OS PRÉMIOS MUDA TUDO

Obrigado a todos os nossos clientes por serem únicos.

Desde a inovação à responsabilidade social estes prémios reflectem, mais uma vez, o reconhecimento do nosso empenho em inovar e desenvolver as melhores soluções para reforçarmos as relações com quem faz do nosso banco um banco realmente Único, os nossos Clientes.
Por isso, poder dedicar estes prémios a quem é Único muda tudo.

www.bancounico.co.mz

Best Consumer Digital Bank
Mozambique 2019

Best Corporate/Institutional Digital Bank
Mozambique 2019

Best Internet Bank
Mozambique 2019

Best Social Responsibility Initiative
PME+
Mozambique 2019

Fastest Growing Retail Bank
Mozambique 2019

Best Internet Bank
Mozambique 2019

Best Banking CEO
António Correia
Mozambique 2019

Membro do Grupo NEDBANK

ÚNICO
Ser único muda tudo.

50
ART & CULTURE
BIBLIOTECA DA ABADIA DE ADMONT
Arte e cultura emolduradas pelos Alpes
Art and culture framed by the Alps

12
MAJOR INTERVIEW
JOÃO FIGUEIREDO
«Continuamos a afirmar-nos como...»
«We continue to assert ourselves as...»

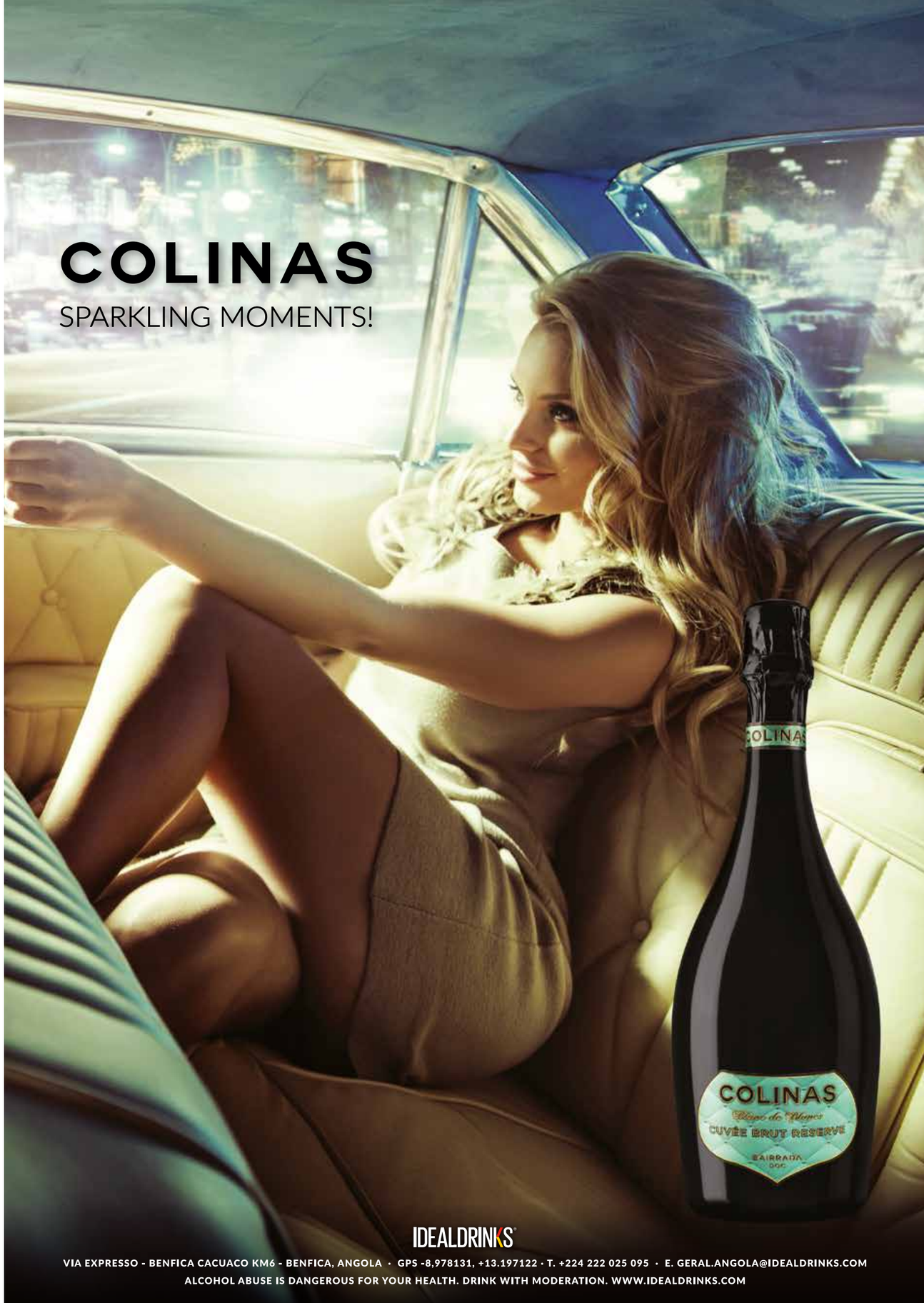
28
ECONOMY & BUSINESS
ABHISHEK S. NEGI
«Nem mesmo o céu é o limite»
«Not even the sky is the limit»

36
ART & CULTURE
BENVINDO FONSECA
Nascido para dançar
Born to dance

66
INSPIRING PLACES
LONDRES
Cinzenta, mas de muitas...
Grey, but of many colors!

98
ARCHITECTURE & DESIGN
CASA M.C.
Uma 'ponte': diálogos...
A 'bridge': architectural...

138
EVENTS
V&G INTERNATIONAL CUP, MOÇAMBIQUE



\\NEWS

FILME LEVOU ANGOLA AOS EMMYS
FILM TOOK ANGOLA TO THE EMMYS

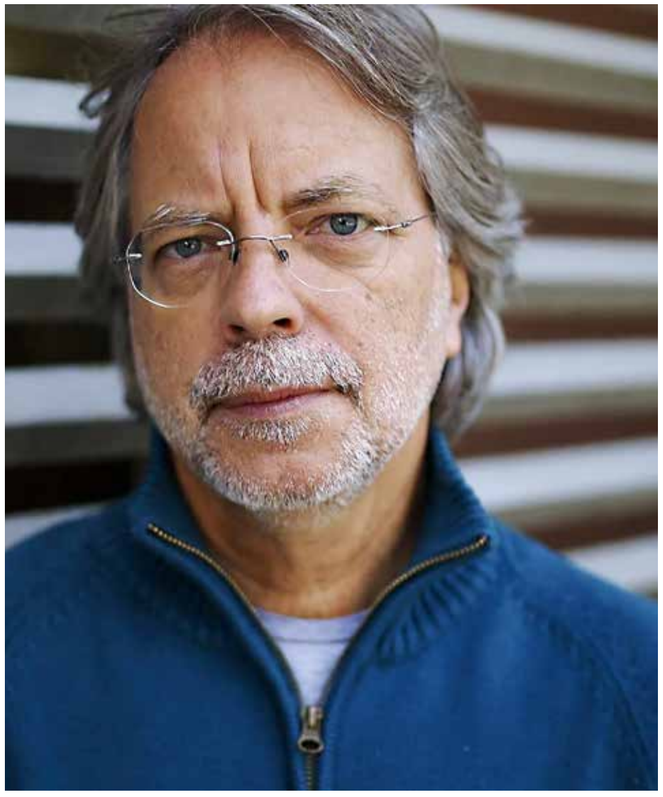
Into the Okavango [*No Coração do Okavango*] é o filme da National Geographic que levou Angola à cerimónia dos *Emmys* de *Notícias* e *Documentário* em Setembro. Kerllen Costa, que participou na aventura, disse que se percorreram mais de 2000 km, «quatro meses seguidos dentro do rio em canoas tradicionais», sendo necessário ter «resiliência psicológica e espiritual». O filme tem a assinatura de Neil Gelinas e retrata a expedição ao longo do rio Cuito e na bacia do Okavango, uma área praticamente inexplorada, partilhada por três países: Angola, Namíbia e Botswana.

Into the Okavango is the film by National Geographic that brought Angola to the *News and Documentary Emmy®* Awards ceremony in September. Kerllen Costa, who took part in the adventure, said that more than 2000 km were travelled for «four consecutive months on the river in traditional canoes», requiring «psychological and spiritual resilience». The film was made by Neil Gelinas and depicts the expedition along the Cuito River and in the Okavango Basin, a largely unexplored area shared by three countries: Angola, Namibia and Botswana.

JOSÉ EDUARDO AGUALUSA E MIA COUTO ESCREVERAM LIVRO EM CONJUNTO
JOSÉ EDUARDO AGUALUSA AND MIA COUTO HAVE WRITTEN A BOOK TOGETHER

Pela primeira vez, o angolano José Eduardo Agualusa e o moçambicano Mia Couto escreveram um livro em conjunto. O *Terrorista Elegante e Outras Histórias* reúne três novelas curtas, que os dois amigos criaram, com base nas peças de teatro que lhes foram encomendadas pelos grupos de teatro portugueses *A Barraca* e *Trigo Limpo*. O livro, cheio de humor e suspense, chegou às livrarias portuguesas em Setembro último para gáudio dos leitores destes dois escritores, dos mais reconhecidos da literatura em língua portuguesa. O volume também está disponível em várias livrarias *online*.

For the first time, Angola's José Eduardo Agualusa and Mozambique's Mia Couto have written a book together. *O Terrorista Elegante e Outras Histórias* [*The Elegant Terrorist and Other Stories*] brings together three short novellas that the two friends have created, based on the plays they were commissioned by the Portuguese theatre groups *A Barraca* and *Trigo Limpo*. Full of humour and suspense, the book arrived in Portuguese bookshops last September, to the delight of the readers of these two writers, who are among the most recognised writers in Portuguese language literature. The book is also available on many online bookstores.



BLÉSNYA MINHER VOLTA A DESFILAR PARA A CHANEL
BLÉSNYA MINHER MODELS FOR CHANEL ONCE AGAIN

Em Dezembro último, a Chanel, agora entregue à criatividade de Virginie Viard, apresentou a colecção anual de *Métiers d'Art*. O Grand Palais foi transformado num cenário alusivo ao apartamento de Coco Chanel, no número 31 da Rua Cambon, dando nome à colecção: *31 Rua Cambon*. Casacos *tweed*, fitas de seda e correntes douradas não faltaram na colecção alusiva aos electrizantes anos 80. Quem brilhou também foi a modelo angolana Blésnya Minher, que voltou a desfilar para a *Maison*, com um conjunto de *sweatshirt* e saia, um dos *looks* adaptados ao quotidiano.

Now under the creative leadership of Virginie Viard, Chanel presented its annual *Métiers d'Art* collection last December. The Grand Palais was transformed into a setting alluding to Coco Chanel's apartment at 31, Rue Cambon, leading to the collection's name: *31 Rue Cambon*. There was no lack of tweed jackets, silk ribbons and gold chains in the collection alluding to the thrilling 80s. Angolan model Blésnya Minher also shined at the event, as she once modelled for the *Maison*, with a sweatshirt and skirt combo, one of the looks adapted to everyday living.

PUBLICIDADE

AQUI HÁ CARTÕES QUE COMBINAM CONSIGO

CARTÕES PLATINUM

Para Clientes *Private Banking* os cartões de débito e crédito Platinum são a chave para um mundo onde os benefícios acompanham a dinâmica da sua vida.
Faça de cada instante, um momento especial para desfrutar.

Contacte o seu Gestor ou dirija-se à Moradia Private.

*Oferta exclusiva para Clientes *Private Banking*.

MILLENNIUM BIM. AQUI CONSIGO.

21 35 00 35
82 35 00 350
84 35 00 350
86 35 00 350
millenniumbim.co.mz

Millennium
bim private banking

JOÃO FIGUEIREDO

«Continuamos a afirmar-nos como um Banco Universal» \\ «We continue to assert ourselves as a Universal Bank»

Estratega no sector da banca, João Figueiredo viveu toda uma vida profissional sempre muito ligada à banca. Passou 18 anos a trabalhar em diferentes praças financeiras internacionais, regressou a Moçambique em 1998, e, desde aí, encorajado por grandes desafios, passou por vários momentos da banca moçambicana. Abraçou cada desafio com total «responsabilidade, determinação e compromisso», dando o melhor de si para o sucesso de cada projecto. Continua na banca, como actual CEO do Moza Banco, mas «os netos» já chamam por si. Ainda que não saiba quando irá parar, o bancário gostava de vir a escrever e dar aulas. Em entrevista à ***Villas&Golfe*** falou dos desafios da banca, do desenvolvimento do país, das estratégias, da sustentabilidade e responsabilidade social, assim como do seu desporto de culto – o basquetebol.

A strategist in the banking sector, João Figueiredo has always spent his professional life closely linked to banking. He spent 18 years working in different international financial markets, returned to Mozambique in 1998, and since then, encouraged by major challenges, has experienced several moments of Mozambican banking. He has embraced each challenge with full «responsibility, determination and commitment», giving the best of himself for the success of each project. He is still in banking, as the current CEO of Moza Banco, but «his grandchildren» are already calling him. Although he doesn't know when he will stop, the banker would like, one day, to write and teach. In this interview with ***Villas&Golfe***, he speaks about the challenges of banking, the country's development, strategies, sustainability and social responsibility, as well as his favourite sport – basketball.

TEXTO TEXT REDACÇÃO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1 DIREITOS RESERVADOS; 2-3 ©PMC

A incorporação do Banco Terra (BTM) no Moza Banco consolidou o banco e, por consequência, o sistema financeiro moçambicano?

A fusão entre o Moza e o BTM representou um importante marco na consolidação do Sistema Financeiro Nacional, alavancando as sinergias e forças existentes em cada um dos Bancos. Se, na aritmética pura, um mais um resulta em dois, para nós, a união com o Banco Terra é mais do que a soma de dois Bancos. O resultado desta operação tem um efeito multiplicador no valor que pretendemos entregar ao mercado por via das competências que se potencializam e das sinergias que se obtêm. Sublinhe-se que, no período pós-fusão, o Moza tem vindo, desde logo, a registar um crescimento sustentável, sendo nossa convicção de que, no futuro próximo, esta tendência será ainda mais reforçada e assim possamos vir a assumir uma posição de relevo no sistema financeiro nacional e contribuir para o desenvolvimento da economia nacional.

O Moza Banco é um banco com ambição?

Naturalmente que sim, pois é a ambição que nos move. Ambicionamos atingir um lugar de destaque no *ranking* das maiores instituições no sistema financeiro moçambicano, oferecendo cada vez mais e melhores produtos e serviços aos nossos clientes e ao mercado. Vivemos uma era de transformação e teremos de ajustar-nos gradualmente às novas necessidades e formas de abordagem do mercado, assente em plataformas tecnológicas e inovadoras que dêem corpo e permitam criar maior conveniência e proximidade do cliente e acessibilidade aos nossos serviços e produtos pelo mercado.

Qual o ADN do novo Moza Banco?

Neste novo ciclo, colocamos no nosso 'ADN' uma matriz da banca relacional, em oposição ao modelo tradicional de banca transaccional. É no cliente que centramos a nossa atenção! Ele é a fonte da nossa inspiração, e é a partir dele que 'alimentamos' a concepção da nossa actividade. Ainda assim, continuamos a afirmar-nos como um Banco Universal, que aborda todos os diferentes segmentos de mercado, porém, temos estado a fazê-lo de forma focada e especializada, pois segmentos diferentes valorizam, como é natural, propostas de valor diferentes e, neste quadro, merecem um tratamento diferenciado.

Has the incorporation of Banco Terra (BTM) into Moza Banco consolidated the bank and, consequently, the Mozambican financial system?

The merger between Moza and BTM represented an important milestone in the consolidation of the National Financial System, leveraging the synergies and strengths existing in each of the banks. If in pure arithmetic, one plus one makes two, for us, the union with Banco Terra is more than the sum of two banks. The result of this operation has a multiplying effect on the value that we intend to deliver to the market through the skills that are enhanced and the synergies that are obtained. It should be noted that, in the post-merger period, Moza has, from the outset, been enjoying sustainable growth, and we are convinced that, in the near future, this trend will be further strengthened, so that we can assume a prominent position in the national financial system and contribute to the development of the national economy.

Is Moza Banco an ambitious bank?

Of course it is, because it is ambition that drives us. We aspire to achieving a prominent position in the ranking of the largest institutions in the Mozambican financial system, offering more and more and better products and services to our customers and to the market. We are going through an era of transformation and we will have to gradually adjust to new needs and ways of approaching the market, based on technological and innovative platforms that give form to and allow the creation of greater convenience and customer proximity, as well as accessibility to our services and products through the market.

«Há razões objectivas de optimismo quanto ao Moçambique de amanhã»
\\ «There are objective reasons for optimism about the Mozambique of tomorrow»

What is the DNA of the new Moza Banco?

In this new cycle, we are implementing a blueprint of relational banking in our 'DNA', as opposed to the traditional model of transactional banking. We are focusing our attention on the customer! He is the source of our inspiration, and it is from him that we 'fuel' the development of our activity. Even so, we continue to assert ourselves as a Universal Bank, which addresses all the different market segments, yet, we have been doing so in a focused and specialised manner, as, different segments naturally value different value propositions and deserve special treatment in this context.

A instituição ARISE é um parceiro constituído pelo Norfund, pelo Rabobank e pelo FMO. Que valor acrescentado trouxe ao Moza Banco esta instituição?

A entrada da ARISE na estrutura accionista do Moza Banco, teve, entre outras, duas consequências muito importantes: por um lado, trouxe para a família Moza um accionista novo com enorme credibilidade e reputação mundial, e, por outro, reforça a nossa capacidade de crescer. Esta forte parceria tem estado a contribuir para a construção de uma instituição cada vez mais sólida dada a capacidade da ARISE em penetrar e apostar em parcerias sustentáveis com entidades financeiras.

No que concerne à fraude e às políticas de *compliance* e ALM, qual a estratégia do Moza Banco?

O Banco de Moçambique, no quadro de adopção das práticas internacionais, tem vindo a definir um conjunto de regulamentos, normas e regras que enquadram a condução da actividade e de controlo sobre o tema em referência e que visam mitigar o risco de eventuais ocorrências de casos de branqueamento de capitais no sector bancário em Moçambique. O Moza Banco tem conduzido a sua actividade no quadro da regulamentação em vigor. Em virtude da publicação de Legislação diversa, o Moza realizou um esforço transversal de adaptação interna às novas exigências legais e regulamentares, aplicáveis ao Banco através da adequação e funcionamento dos processos internos, revisão de normativos internos e análise do risco de *Compliance* no âmbito de novos Produtos e Serviços.

Fale-nos da anunciada estratégia, «Um Distrito, Um Banco», no Moza Banco?

O Projecto «Um Distrito, Um Banco» enquadra-se no programa Quinquenal do Governo Moçambicano, visando

The ARISE institution is a partner made up of Norfund, Rabobank and FMO. What added value has this institution brought to Moza Banco?

ARISE's entry into Moza Banco's shareholder structure had, among other things, two very important consequences: on the one hand, it brought a new shareholder with enormous credibility and worldwide reputation to the Moza family, and, on the other, it strengthened our capacity for growth. This strong partnership has been contributing towards the construction of an increasingly solid institution given ARISE's capacity to penetrate and invest in sustainable partnerships with financial bodies.

With regard to fraud and compliance and ALM policies, what is Moza Banco's strategy?

Within the framework of adopting international practices, the Bank of Mozambique has been defining a series of regulations, standards and rules governing the conduct of business and control on the subject in question and aimed at mitigating the risk of possible occurrences of money laundering cases in the banking sector in Mozambique. Moza Banco has conducted its business within the framework of the regulations in force. As a result of the publication of varied legislation, Moza has made an across the board effort to adapt internally to the new legal and regulatory requirements applicable to the bank through the adaption and operation of internal processes, reviews to internal regulations and analysis of compliance risk in the context of new products and services.

Tell us about Moza Banco's announced strategy, «one district, one bank»?

The «One District, One Bank» project is part of the Mozambican Government's Five-Year Programme, aimed at

alargar a cobertura de serviços financeiros pelo país, com foco nos distritos. Os serviços financeiros são um dos pilares fundamentais para catapultar o desenvolvimento socioeconómico, num país em que uma grande parte da população não tem acesso a serviços financeiros. A realidade dos distritos mostra que os habitantes locais são obrigados a percorrer longas distâncias (com todo o risco associado), até encontrar uma agência bancária. Foi, neste contexto de acelerar a bancarização e inclusão financeira, que, em 2016, foi lançada a iniciativa «Um Distrito, Um Banco». No âmbito deste projecto contabilizam-se já 11 agências do Moza a operar em pleno e contamos até 2020 estar presentes em pelo menos mais dez distritos.

O Moza Banco tem na sua estratégia a sustentabilidade e responsabilidade social?

É nosso entendimento que o crescimento do Moza Banco só será efectivo se gerar um impacto positivo nos nossos *stakeholders*, no meio ambiente e na sociedade em que estamos inseridos. Por essa razão, a Política de Responsabilidade Social do Moza Banco destaca o nosso compromisso de desempenhar a nossa actividade de modo a contribuir para o progresso económico e social das comunidades, sobretudo onde temos presença comercial. Acreditamos que, no contexto actual, a sustentabilidade empresarial está intrinsecamente ligada à capacidade das instituições incorporarem factores sociais e ambientais nos seus planos de desenvolvimento, bem como nas práticas do dia-a-dia.

O aumento das reservas de moeda estrangeira em Moçambique vai captar mais investimento estrangeiro e dinamizar a economia?

Recentemente, a Ocidental, uma petrolífera norte-americana, cedeu para a supermajor Total os activos que detinha da Anadarko, no território moçambicano, pelo valor de cerca de 3.9 mil milhões de dólares. Tal operação permitiu

increasing the financial services coverage of the country, focusing on districts. Financial services are one of the fundamental pillars for kick-starting socio-economic development in a country in which a large part of the population has no access to financial services. The situation in the districts shows that inhabitants are forced to travel long distances (with all the associated risks) until they find a bank branch. It is, in this context of accelerating bank usage and financial inclusion, that the initiative «One District, One Bank» was launched in 2016. Within the scope of this project, 11 Moza branches are already fully operational and by 2020 we expect to be present in at least ten more districts.

Does Moza Banco include sustainability and social responsibility in its strategy?

It is our understanding that Moza Banco's growth will only be effective if it has a positive impact on our stakeholders, on the environment and on the society inside which we operate. For this reason, Moza Banco's Social Responsibility Policy highlights our commitment to performing our business in a way that contributes to the economic and social progress of the communities, and in particular where we have a presence. We believe that, in the current context, business sustainability is intrinsically linked to the ability of institutions to incorporate social and environmental factors in their development plans, as well as in their day-to-day practices.

Will the increase of foreign currency reserves in Mozambique capture more foreign investment and boost the economy?

Recently, Occidental, a US oil company, sold its shares in Anadarko, in Mozambique, for about USD 3.9 billion to the major player Total. This operation allowed the state to raise revenues of about USD 880 million, boosting gross international reserves to a record USD 3.9 billion, equivalent to covering more than six months of the country's

um encaixe de receitas para o Estado, de cerca de 880 milhões de dólares, reforçando as reservas internacionais brutas para um recorde de 3.9 mil milhões de dólares, equivalente a mais de seis meses de cobertura das necessidades de importações do país (excluindo os mega projectos). Os influxos de moeda estrangeira para o financiamento dos projectos de reconstrução das regiões afectadas pelos ciclones Idai e Keneth proporcionam, também, uma capacidade adicional do país na contenção de desequilíbrios cambiais a curto prazo, mantendo perspectivas positivas sobre a inflação (actualmente a 1 dígito e estável há cerca de dois anos), reforçando a confiança dos investidores na nossa economia. Mas, na minha modesta opinião, não será o nível das Reservas Internacionais o principal factor que motivará um maior ou menor fluxo de investimento estrangeiro no país. A criação de condições políticas económicas e sociais serão, sim, os factores-chave.

Acredita no desenvolvimento económico de Moçambique, assente numa aposta social e de desenvolvimento humano?

Sou optimista por natureza! Penso que há razões objectivas de optimismo quanto ao Moçambique de amanhã e, nesse contexto, reitero as perspectivas positivas em relação à capacidade de crescimento do país. Acredito que Moçambique tem tudo para dar certo. Somos um país com enormes potencialidades e oportunidades. Precisamos de aprender com o passado e, com os olhos postos no futuro, arregaçar as mangas, trabalhar arduamente, com determinação, unidade, para alcançar a prosperidade que todos almejamos.

Joga golfe? Qual o seu desporto de culto?

Tentei aprender, mas confesso que preciso de mais tempo para algumas lições. O meu desporto favorito sempre foi o basquetebol, pois, apesar da minha relativa baixa estatura, pratiquei a modalidade até há bem pouco tempo. Hoje limito-me ao meu *jogging* e a uns exercícios físicos semanais acompanhado pelo meu *personal trainer*.

Passa pela estratégia do Banco apoiar a implementação de *resorts* com golfe no país?

No Moza estamos focados em criar e fomentar parcerias de valor. Todas as actividades com o potencial de gerar valor nas pessoas e na sociedade em geral, que sejam sustentáveis, que tragam ganhos à economia, e ao país, encontram uma porta aberta no Moza. No caso particular do golfe destaco, para além dos benefícios sob o ponto de vista desportivo, o seu potencial de alavancar o sector do Turismo, pelo que é certamente uma aposta a se ter em conta.

import needs (excluding mega projects). The influx of foreign currency for the financing of reconstruction projects in the regions affected by the Idai and Kenneth cyclones – also provide the country with additional capacity to contain short-term exchange rate imbalances, maintaining a positive outlook for inflation (currently at single-digit levels and stable for about two years), reinforcing the confidence of the investors in our economy. But, in my humble opinion, the level of International Reserves will not be the main factor that will motivate a larger or smaller flow of foreign investment in the country. The creation of economic and social political conditions will be the key factors.

Do you believe in Mozambique's economic development, based on investing in social and human development?

I am an optimist by nature! I think there are objective reasons for optimism regarding the Mozambique of tomorrow and, in this context, I reiterate the positive outlook for the country's growth capacity. I believe that Mozambique has everything it needs to turn out well. We are a country with enormous potential and opportunities. We must learn from the past and, with our eyes on the future, roll up our sleeves, work hard, with determination, and unity, in order to achieve the prosperity we all aspire to.

Do you play golf? What is your favourite sport?

I have tried to learn, but I confess that I need more time for some lessons. My favourite sport has always been basketball because, despite my relative short stature, I played the sport until very recently. Today I limit myself to my jogging and some weekly physical exercises accompanied by my personal trainer.

Does the Bank's strategy support the implementation of golf resorts in the country?

At Moza we are focused on creating and nurturing partnerships of value. All activities that have the potential to create value for people and the society in general, which are sustainable, which bring gains to the economy and the country, find an open door at Moza. In the particular case of golf, I would point its potential to jumpstart the tourism sector, in addition to the benefits from a sports point of view, so it is certainly a venture to consider.

ANTÓNIO REBELO DE SOUSA
Economista
Economist

OS DESAFIOS DE MOÇAMBIQUE

Terra de grandes potencialidades.
Pelos recursos de que dispõe, por ter sabido ir construindo um sector financeiro relativamente competitivo, no quadro da SADC, por ter apostado na criação de algumas unidades industriais que permitem encarar com optimismo uma aproximação a um «big-push» «a la Ranis e Fei», por apresentar importantes vias de comunicação ferroviárias para o interior e algumas infraestruturas portuárias bem localizadas, por ter conhecido algum desenvolvimento nos sectores agrícola e de serviços e, ainda, por ter adoptado, durante muitos anos, um modelo de crescimento equilibrado «a la Hollis Chenery».
Mas, também, terra de grandes desafios.
O desafio de enveredar, cada vez mais, por políticas de finanças públicas assentes no rigor e na transparência.
O desafio de compreender que sem se caminhar para a adopção de políticas tendentes para uma maior estabilidade cambial jamais haverá condições para promover um investimento directo estrangeiro significativo e em condições de sustentabilidade.
O desafio de se resistir à adopção de modelos de especialização primária, assentes na extracção e comercialização de uma matéria-prima.
O desafio de se perceber que importa promover um adequado ordenamento do território, enveredando-se, num segundo momento, por um planeamento regional e global que permita sintonizar sectores estratégicos e seleccionar políticas sectoriais de desenvolvimento.
E, finalmente, o desafio de se aceitar, com todas as consequências decorrentes, que um país não se unifica dividindo e não se pacifica excluindo da partilha do poder uns em benefício de outros.
A necessidade de consensos pode ser algo que, como dizia Fernando Pessoa, se começa por estranhar, mas que, com o tempo, se entranha em todos os que pretendam um futuro melhor para a comunidade a que pertencem.
Nem mais, nem menos...

MOZAMBIQUE'S CHALLENGES

Land of great potential.
Because of its resources, because it has managed to build a relatively competitive financial sector, within the SADC framework, because it has invested in the creation of a number of industrial units that allow it to optimistically be faced with an approximation of a «Fei-Ranis» style «big-push», because of having important railways into inland areas and some well-located port infrastructures, because of having enjoyed some development in the agricultural and service sectors and also because it has adopted a balanced «Hollis Chenery» type growth model for many years.
But, also, land of great challenges.
The challenge of increasingly following public finance policies based on rigour and transparency.
The challenge of understanding that without moving towards adopting policies aimed at greater exchange rate stability, the conditions will never exist for promoting significant and sustainable direct foreign investment.
The challenge of resisting the adoption of primary specialisation models, based on the extraction and commercialisation of one raw material.
The challenge of realising that it is important to promote proper land use planning, before embarking, in a second phase, on regional and global planning in order to fine-tune strategic sectors and choose sector-based development policies.
And finally, the challenge of accepting, with all the arising consequences, that you cannot unify a country by dividing and you cannot restore peace by excluding some from sharing the power for the benefit of others.
The need for consensus may be something that, as Fernando Pessoa said, may be strange to start with, but that, over time, will ingrain itself into anyone who wants a better future for the community to which they belong.
Nothing more, nothing less...

SALIMO ABDULA

«Auguro um futuro risonho para a CPLP»

«I look forward to a bright future for CPLP»

Sonhava ser jogador de basquetebol profissional. Não viu esse desejo realizar-se. Ainda assim, o destino risonho levou-o a grandes conquistas. Salimo Abdula tornou-se num dos rostos do empresariado africano mais conhecidos mundialmente. Em entrevista à ***Villas&Golfe*** falou do panorama económico e social de Moçambique e da Confederação Empresarial da CPLP (CE-CPLP) onde actualmente assume o cargo de Presidente. Falou do associativismo empresarial, dos negócios e confessou não ter qualquer intenção de um dia voltar à política ou ser Presidente de Moçambique, pois o seu mundo «é o empresariado». É detentor de um dos mais importantes grupos moçambicanos, o Grupo Holding Intelec, é PCA da Vodacom Moçambique, entre muitos outros cargos. É um homem de negócios. Mas mais do que tudo isto, na obra *Vida e Visão Empresarial de Samilo Abdula*, que aqui também nos refere, é possível conhecer mais detalhadamente o seu percurso.

He dreamed of being a professional basketball player. That wish was never to come true, but nonetheless destiny would lead him to great achievements. Salimo Abdula became one of the best-known faces in African business around the world. In an interview with ***Villas&Golfe*** he talks about Mozambique's economic and social arena and about Business Confederation of the CPLP (Community of Portuguese Language Countries [CE-CPLP]) of which he is currently chairman. He tells us of business associations, business and confesses to not having any intention to one day return to politics or to be the president of Mozambique, because his world «is the business community». He owns one of the most important Mozambican groups, Grupo Holding Intelec. He is a chairman of the board of Vodacom Mozambique, among many other positions. He is a businessman. But more than all this, in the work *Vida e Visão Empresarial de Samilo Abdula* [*Samilo Abdula's Life and Business Vision*], which also mentions here, you can find out even more about his career.

TEXTO TEXT REDACÇÃO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY JÚLIO DENGUCHO

Como está o clima de confiança dentro da CPLP?

É verdade que atravessamos alguns momentos conturbados no panorama económico mundial, onde os países da CPLP não ficaram indiferentes, mas, neste momento, do ponto de vista da diplomacia económica, e a avaliar pelo trabalho que temos estado a realizar, estamos optimistas e, portanto, consideramos que o clima é bom. Hoje é possível ver nos discursos dos líderes da CPLP a tónica de debate sobre a livre circulação, criação de um mercado económico e redução de barreiras burocráticas. Isto encoraja-nos e deixa-nos mais confiantes, pela sintonia entre os decisores políticos, diplomatas e empresários, na criação de um mercado económico da nossa comunidade.

O interesse de novos países observadores tem existido? Quais?

Sim. A CPLP tem muitas valências, é uma das comunidades do futuro, considerando o potencial que tem em vários sectores. Sabemos que, por exemplo, França, Itália, Reino Unido, Sérvia e Luxemburgo, se tornaram, em 2018, países membros-observadores da CPLP. Isto demonstra o interesse na nossa comunidade.

How is the climate of confidence within the CPLP?

It is true that we are going through some troubled moments in the world economic arena, to which CPLP countries have not been indifferent, but at the moment, from the point of view of economic diplomacy, and judging by the work we have been doing, we are optimistic and, therefore, we believe that the climate is good. Today you can see in the speeches made by CPLP leaders the emphasis of debate has shifted to freedom of movement, creation of an economic market and reduction of bureaucratic barriers. This encourages us and makes us more confident, given the harmony between political decision-makers, diplomats and entrepreneurs, in the creation of an economic market of our community.

Has there been interest from new observer countries? From which ones?

Yes, the CPLP has many strengths, it is one of the communities of the future, considering the potential it has in various sectors. We know that in 2018, for example, France, Italy, the United Kingdom, Serbia and Luxembourg became member-observer countries of the CPLP. This demonstrates the interest in our community.

Quais são os grandes interesses desses países na CPLP?

Nos sectores como Energia, Turismo, Agricultura e Indústria, que é certamente onde temos maior potencial de crescimento. Por exemplo, em duas décadas, prevê-se que a CPLP seja responsável por 25 a 27% do fornecimento de energia global.

Acha que a CPLP será, no futuro, uma das comunidades mais poderosas do mundo?

Penso que estes dados já dizem tudo. Acho que só depende da nossa audácia, união e foco. Segundo o FMI, se a CPLP fosse um país, seria a 6.ª maior economia do mundo. Temos um potencial imenso de terra, água, recursos do mar, fauna, sol e praia para o turismo, hidrocarbonetos, etc. Se estruturarmos estas potencialidades num mercado económico unido, forte e coeso, podemos, sim, alcançar esse objectivo.

Quais as vantagens estratégicas dos países da CPLP em relação a outros países?

A CPLP representa 3.5% do PIB Mundial; 16,3% das reservas de água doce do planeta; 5.48% do Mar e Plataformas Marítimas do mundo. Três países da CPLP estão no Top 10 das maiores descobertas de Hidrocarbonetos do planeta. Por exemplo, numa altura em que muito se debate no mundo o futuro do sector de energia, cujas fontes e recursos começam a escassear em importantes jazidas do mundo, a CPLP surge como um importante *player* para o futuro.

«Em duas décadas, prevê-se que a CPLP seja responsável por 25 a 27% do fornecimento de energia global»

\\ «In two decades, the CPLP is expected to be responsible for 25 to 27% of global energy supply»

A actual direcção da CE-CPLP vai conseguir o seu grande objectivo da livre circulação de pessoas, bens e capitais?

Trabalhamos para isso, e os resultados estão visíveis, e podemos notar em algumas acções que, embora timidamente, concorrem para esse objectivo ser alcançado. Pode verificar que, por exemplo, a mobilidade dentro da CPLP, no que diz respeito a barreiras de entradas e eliminação de vistos, melhorou bastante nos últimos cinco anos. Ainda é pouco, mas vai melhorar com certeza.

Quais as principais barreiras que tem sentido à construção da comunidade de livre circulação da CPLP?

A lentidão nas tomadas de decisão políticas, alguma morosidade resultante do natural processo de mudança e a resistência a essa mesma mudança.

What are the major interests of these countries in the CPLP?

In sectors such as Energy, Tourism, Agriculture and Industry, which is certainly where we have the greatest potential for growth. For example, in two decades, the CPLP is expected to be responsible for 25 to 27% of global energy supply.

Do you think that in the future the CPLP will be one of the most powerful communities in the world?

I think these figures already say it all. I think it only depends on our boldness, unity and focus. According to the IMF, if the CPLP were a country, it would be the 6th largest economy in the world. We have huge potential in terms of land, water, sea resources, fauna, sun and beach for tourism, hydrocarbons, etc. If we structure all this potential in a united, strong and cohesive economic market, then yes we can achieve this goal.

What are the strategic advantages of CPLP countries with relation to other countries?

The CPLP represents 3.5% of the World GDP; 16.3% of the planet's fresh water reserves; 5.48% of the world's Sea and Maritime Platforms. Three CPLP countries are in the Top 10 of the largest hydrocarbon discoveries on the planet. For example, at a time in which there is much debate in the world about the future of the energy sector, the sources and resources of which are beginning to run out in important deposits in the world, the CPLP is as an important player for the future.

Will the current CE-CPLP board achieve its main goal of freedom of movement of people, goods and capital?

We are working towards this end and the results are visible and we can see in some actions that, albeit timidly, they are contributing towards this goal being achieved. You can see that, for example, mobility within the CPLP, with regard to entry barriers and the elimination of visas, has improved considerably in the last five years. It still isn't much, but it will certainly improve.

What are the main barriers to building the CPLP's free movement community?

The slowness in political decision-making and some

A língua é a maior vantagem no espaço de acção da comunidade de língua portuguesa?

Com certeza, é uma das nossas maiores vantagens. A língua representa um dos maiores custos empresariais, e na CPLP não!

Porque decidiu ser Presidente da CE da CPLP?

A minha entrada para liderar a CE-CPLP foi muito rápida, posso até dizer que me pegou de surpresa. Na época (2013), a CE-CPLP estava num regime de liderança rotativa, por entre os países membros da CPLP. Era a vez de Moçambique liderar a organização por dois anos. No primeiro dos dois anos de Moçambique, foi a Associação Industrial de Moçambique (AIMO), através do Dr. Carlos Simbine, a presidir a CE-CPLP. No segundo ano era a vez da Confederação das Associações Económicas de Moçambique (CTA) presidir. A CTA indicou-me para o cargo. Foi tudo muito rápido. Quando me apercebi, já era presidente da CE-CPLP. Em 2014, a CE-CPLP passou para um regime de eleições e um mandato de quatro anos. Os meus colegas propuseram que me candidatasse e tive o privilégio de vencer por unanimidade. Agora, estamos no segundo mandato, que iniciou em 2018. Em suma, foi um desafio que aceitei por considerar que com a minha experiência profissional e de vida no associativismo, e com o apoio de todos, poderia contribuir para uma CPLP mais forte economicamente.

«Segundo o FMI, se a CPLP fosse um país, seria a 6.ª maior economia do mundo» \\ «According to the IMF, if the CPLP were a country, it would be the 6th largest economy in the world»

E Moçambique? Acredita numa nova fase económica?

Existe potencial para isso. O país tem recursos minerais, terra arável, mar e demais potencialidades para desenvolver sectores como o turismo. Se essa fase económica estiver assente na diversificação da economia e não somente nos grandes projectos como se tende a pensar, eu penso que podemos, sim, ter bons resultados e levar o país ao desenvolvimento.

Existe esperança num novo Moçambique? Vai-se esquecer o passado recente rapidamente?

De qual passado se refere!? Se for a guerra dos 16 anos, penso que o país já se recompôs minimamente dos prejuízos dessa guerra, embora as marcas existam e o povo ainda sinta as dores da mesma. Mas o caminho é para a frente e penso que muita coisa mudou desde o término da guerra até ao momento actual. Hoje temos mais escolas, hospitais, estradas e um ambiente minimamente aceitável para fazer negócios. A pobreza existe, mas tende a ser erradicada, embora ainda haja muito trabalho pela frente.

slowness resulting from the natural process of change and the resistance to this very change.

Is language the greatest advantage in the Portuguese-speaking community area of action?

Of course, it is one of our greatest advantages. Language represents one of the greatest business costs, but not in the CPLP!

Why did you decide to be chairman of the Business Confederation (CE) of the CPLP?

My arrival as head of the CE-CPLP came about very quickly; I can even say that it caught me by surprise. At the time (2013), the CE-CPLP operated under a regime of rotating leadership, among the CPLP member countries. It was Mozambique's turn to head the organisation for two years. In the first of Mozambique's two years, it was the Industrial Association of Mozambique (AIMO), through Dr Carlos Simbine, who chaired the CE-CPLP. In the second year it was the turn of the Confederation of Economic Associations of Mozambique (CTA) to preside. The CTA appointed me to the post. Everything happened very quickly. By the time I realised it, I was already chairman of the CE-CPLP. In 2014, the CE-CPLP started to operate under an election regime and a four-year mandate. My colleagues proposed that I stand as a candidate and I was privileged enough to win unanimously. We are now in the second mandate, which began in 2018. In short, it was a challenge that I accepted because I believe that with my professional and life experience in association formation, and with everyone's support, I would be able to contribute to a stronger CPLP economically.

And Mozambique? Do you believe in a new economic phase?

There is potential for this. The country has mineral resources, arable land, sea and other potential to develop sectors such as tourism. If this economic phase is based on the diversification of the economy and not just on major projects, as we tend to think, I think that yes, we can have good results and lead the country towards development.

Is there hope for a new Mozambique? Can the recent past be quickly forgotten?

What past are you referring to? If it is the 16-year war, I think the country has already recovered a little from the losses of that war, although the marks are still there and the people can still feel the pain of it. But the way is onwards and upwards and I think that much has changed since the end of the war to the present day. Today we have more schools, hospitals, roads and an environment that is minimally acceptable to do business in. Poverty exists, but the tendency is for it to be eradicated, but there is still a lot of work to be done.

Com o fecho financeiro dos grandes projectos, Moçambique vai mudar o panorama de desenvolvimento?

Essa é a projecção e esperamos que sim, mas sempre defendi que não podemos confiar apenas numa fonte de renda. Não podemos achar que os grandes projectos serão a solução para tudo. Devemos continuar a apostar em sectores como a agricultura, turismo, pesca, entre outros. Em suma, devemos diversificar a economia.

Não reaparecerá a tentação para o renascimento de focos de corrupção perturbadores do desenvolvimento?

Isso sempre existirá, mesmo em comunidades mais desenvolvidas, mas é tarefa de todos combatê-la.

Moçambique foi a votos e reforçou a confiança no executivo. Acha que esse é mais um voto de confiança que a sociedade civil deu para o Governo avançar com as grandes linhas estratégicas do seu programa?

Penso que é o voto de confiança do povo, e, como se diz, o povo é soberano. Penso que o povo escolheu pelo caminho que mais garantias lhe oferece de crescimento e sustentabilidade e oxalá que assim seja.

«O povo escolheu pelo caminho que mais garantias lhe oferece de crescimento e sustentabilidade e oxalá que assim seja» \\ «The people have chosen the path that offers them more guarantees of growth and sustainability, and hopefully this will be the case»

As reservas de Moçambique em moeda estrangeira estão no seu ponto mais alto de sempre devido a impostos do gás. Isso é só o início da consolidação do crescimento?

Espero que sim. Mas é importante «não embandeirarmos em arco» e, como já disse, não podemos pensar que o gás vai resolver todos os nossos problemas de crescimento. É preciso apostar noutros sectores e diversificar a economia. Temos de ser competitivos.

Como tem sido acumular a liderança do Grupo Holding Intelec e da CE da CPLP?

Tem sido um enorme desafio. Requer esforço e dedicação mas, felizmente, tenho uma equipa de trabalho que me permite confiar tarefas e estar seguro de que as mesmas serão realizadas. Um bom líder deve saber delegar e, com humildade, confiar na capacidade das pessoas. Só assim conseguimos levar a Intelec Holdings e a CE-CPLP a bom porto. No entanto, estas não são as únicas tarefas que tenho, podemos acrescentar aqui: PCA da Vodacom

With finance clinched for major projects, will Mozambique change the development arena?

That's the projection and we hope so, but I've always believed that we can't rely on just one source of income. We cannot think that major projects will be the solution for everything. We must continue to invest in sectors such as agriculture, tourism, fishing, among others. In short, we must diversify the economy.

Is there a chance that people might be tempted to rekindle corruption hotspots, disruptive to development?

This will always exist, even in more developed communities, but it is everyone's duty to fight it.

Mozambique went to the polls and strengthened its confidence in the government. Do you think that this is another vote of confidence that civil society has given the government to move forward with the strategic outlines of its programme?

I think it is the people's vote of confidence, and, as they say, the people are sovereign. I believe that the people have chosen the path that offers them more guarantees of growth and sustainability, and hopefully this will be the case.

Mozambique's foreign currency reserves are at their highest point ever due to gas taxes. Is this just the beginning of the consolidation of growth?

I hope so. But it is important «not to count our chickens before they hatch» and, as I said, we cannot think that gas will solve all our problems of growth. We need to invest in other sectors and diversify the economy. We have to be competitive.

How has it been head the Intelec Holding Group and the Business Federation of the CPLP at the same time?

It has been a huge challenge. It requires effort and dedication but, fortunately, I have a work team that allows me

Moçambique, Consul Honorário da Malásia e outras no mundo associativo e empresarial, fruto do meu historial no associativismo empresarial e de algumas participações sociais que detenho em outros negócios.

Qual o seu desporto favorito? Joga golfe?

Basquetebol. Tinha o sonho de ser jogador profissional, mas, infelizmente, não foi possível. O golfe é outra paixão desportiva que tenho.

Não lhe parece que Moçambique, sendo um país também de turismo, deve investir no golfe e em *resorts* de qualidade?

Talvez sim, mas, também, talvez não. Temos alguns *resorts* bons, porém é preciso aumentar a sua qualidade. Mas, primeiro, devemos fazer um estudo de mercado e ver se temos real potencial para atrair turistas através do golfe. Eu acho que sim, mas devemos fazer um estudo para ter a certeza, para não investirmos no escuro.

Como se transformou num dos empresários mais influentes de Moçambique e mesmo de toda a África?

Com trabalho árduo e muita dedicação. Está tudo descrito no livro *Vida e Visão Empresarial de Salimo Abdula*, escrito pelo meu amigo e jornalista André Matola. Alguns podem pensar que foi fácil, mas nunca foi. Procurei sempre inserir-me no associativismo empresarial, contribuir para a melhoria do ambiente de negócios no meu país e, agora, na CPLP, e as coisas foram acontecendo com naturalidade até chegarmos a esta fase. O livro descreve com mais detalhes este meu percurso.

Pensa voltar à política e um dia ser Presidente de Moçambique?

Não! O meu mundo é o empresariado, mas a vida ensina-nos que nunca podemos dizer que nunca seremos isto ou aquilo. A minha entrada no empresariado foi inesperada também, assim como na política. Penso que ganhei muita experiência na política e levo aqueles conhecimentos para melhor entender o mundo político e empresarial, mas seguramente que voltar à política ou ser Presidente de Moçambique não faz parte dos meus objectivos.

to entrust tasks and be sure that they will be carried out. A good leader must know how to delegate and, with humility, trust in the capacity of people. Only then can we bring Intelec Holdings and CE-CPLP to a successful conclusion. However, these are not the only duties I have. We can add here: Chairman of the Board of Vodacom Mozambique, Honorary Consul of Malaysia and others in the associative and entrepreneurial world, the result of my background in entrepreneurial association formation and of some shareholdings that I have in other businesses.

What is your favourite sport? Do you play golf?

Basketball. I had the dream of being a professional player, but unfortunately it wasn't possible. Golf is another sporting passion of mine.

Don't you think that Mozambique, as a tourism-focused country too, should invest in golf and in quality resorts?

Maybe it should, but, then again, maybe it shouldn't. We have some good resorts, but we need to increase their quality. But first, we should do a market study and see if we have real potential to attract tourists through golf. I think we do, but we should do a study to make sure, so as not to make investments in the dark.

«Não podemos pensar que o gás vai resolver todos os nossos problemas de crescimento» \\ «We cannot think that gas will solve all our problems of growth»

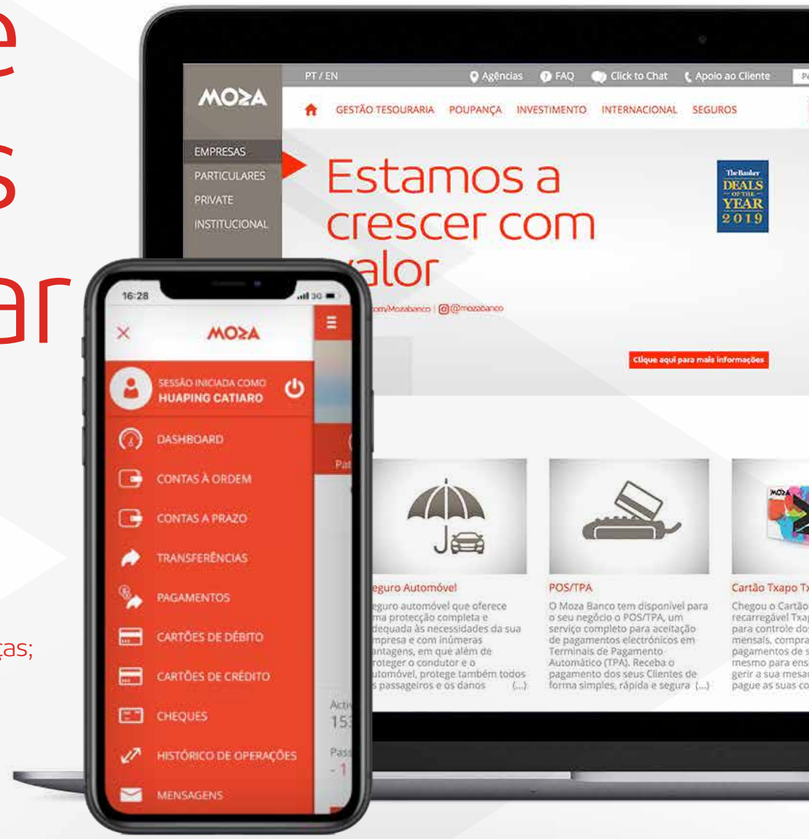
How did you become one of the most influential entrepreneurs in Mozambique and even in all of Africa?

With hard work and a lot of dedication. It's all recounted in the book *Vida e Visão Empresarial de Salimo Abdula*, written by my friend and journalist André Matola. Some people may think it was easy, but it never was. I have always striven to be involved in business associations, to contribute to the improvement of the business environment in my country and now in the CPLP, and things have been happening naturally until we reached this stage. The book describes my career in more detail.

Do you intend to return to politics and one day become the President of Mozambique?

No! My world is the business community, but life teaches us that we can never say that we will never be this or that. My entry into the business community was also unexpected, just as it was in politics. But I think I have gained a lot of experience in politics and I use that knowledge to better understand the political and business world. But surely returning to politics or being President of Mozambique isn't part of my goals.

Agora é simples efectuar



- Transferências;
- Pagamento de Serviços
  - Janela Única Electronica - JUE,
  - Instituto Nacional de Segurança Social - INSS
  - Outros
- Gestão integrada de cartões de débito/crédito
- Constituição e gestão de poupanças;
- Atribuição e autorização de níveis de acesso.

No Banco que lhe dá todo valor

Call Center: 82 20 20/84 20 20 / 21 34 20 20
facebook.com/Mozabanco | @mozabanco
Moza Banco | @moza_banco

MOZA
O valor é teu.

ABHISHEK S. NEGI

«Nem mesmo o céu é o limite»
«Not even the sky is the limit»

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

A sua formação em Gestão Hoteleira, os mais de 20 anos de experiência no sector e as imensas viagens que fez desde sempre deram-lhe um *know-how* difícil de igualar. Exemplo dessa bagagem de experiência e de culturas é o facto de Abhishek S. Negi ter nascido na Índia, exerceu a sua actividade profissional um pouco por todo o mundo, em projectos hoteleiros de grande reputação, e estando, há uns anos, em Moçambique, a liderar a equipa da Grande Dama de África, como também é conhecido o Polana Serena Hotel, em Maputo. Nesta entrevista, fala-nos, sobretudo, do mais recente projecto do Hotel, as Villas Mar, e menciona com orgulho os prémios recebidos e a ambição de conquistar outros, porque, quando se batalha arduamente por um sonho, «nem mesmo o céu é o limite».

Como é dirigir um hotel num mercado que vai ficando cada vez mais exigente?

É muito desafiador, mas ao mesmo tempo é fascinante e adoro desafios. O meu segredo sempre foi qualidade, criatividade e inovação tecnológica. Com pessoas, processos, produtos e serviços de qualidade, podemos alcançar altos níveis e ir além das expectativas.

O Polana tem sido reconhecido com prestigiados prémios. Qual a sua importância?

Sim, fomos reconhecidos como o *Mozambique Leading Hotel 2019*, o *Mozambique Leading Hotel Suite 2019*, o *World Luxury Hotel 2018* e *2019*, o *Luxury Architecture Design Hotel* e recentemente ocupámos o primeiro lugar nas 100 maiores empresas do *ranking* de Moçambique, atribuído pela KPMG, na categoria de maior variação de volume de negócios nos Sectores de Alojamento e Restauração. Isto significa muito para nós. Fazemos o nosso melhor para oferecer níveis excepcionais de serviço e instalações de classe mundial. Ganhar estes prémios

His training in hotel management, more than 20 years of experience in the sector and the countless trips he has made over the years have provided him with unrivalled knowhow. An example of this array of experience and cultures is the fact that Abhishek S. Negi was born in India, not to mention that he has worked all over the world, in hotel projects of major renown, and has been, for some years now, in Mozambique, heading the team at the Grand Dame of Africa, as the Polana Serena Hotel, in Maputo, is fondly referred to. In this interview, he talks to us, above all, about the hotel's most recent project, the Villas Mar, before proudly mentioning the awards received and the ambition to win others, because when you fight hard for a dream, «not even the sky is the limit».

What is it like to run a hotel in an increasingly demanding market?

It's very challenging, but at the same time it is fascinating and I love challenges. My secret has always been quality, creativity and technological innovation. With quality people, process, product and service we can reach high levels, and go beyond expectations.

Polana has been recognized with prestigious awards. How important are these awards?

Yes, we have been recognised as the *Mozambique Leading Hotel 2019*, *Mozambique Leading Hotel Suite 2019*, *World Luxury Hotel 2018* and *2019*, *Luxury Architecture Design Hotel* and recently we took first place on the 100 biggest companies in Mozambique's ranking, assigned by KPMG, in the category of major business volume variation on Accommodation and Catering Sectors. Obviously this means a lot to us. We do our best to deliver exceptional levels of service and world-class facilities. Winning these awards means that the world is recognising this, the guests

significa que o mundo está a reconhecê-lo, os hóspedes estão a reconhecê-lo, o que nos dá mais força para continuarmos a fazer mais e melhor.

Há algum prémio internacional que o Polana e, em particular, o senhor Abhishek Negi, ainda gostaria de ganhar?

Gostaria que o Hotel Polana Serena fosse reconhecido como o melhor, não só em Moçambique, mas no continente africano e muito mais. Acredito na minha equipa. Estou a formar e a prepará-los para o futuro, e, portanto, sim, todos esses prémios podem ser alcançados. Acredito também que quando temos um sonho, nem mesmo o céu é o limite.

O Polana Serena Hotel lançou recentemente o novo Villas Mar. Que tipo de hóspedes espera para o Villas Mar?

Villas Mar é para pessoas que gostam de viajar com estilo, tanto para lazer como para negócios, e que pretendem ter uma longa estadia.

«A tua casa, longe de casa» é o *slogan* deste projecto. É a sensação de familiaridade que pretendem proporcionar?

Sim, como sempre digo: imagine uma casa não só definida por um estilo sofisticado e acabamentos luxuosos, mas também equipada para oferecer os lendários serviços Polana Serena. Nas nossas Villas Mar, as experiências enriquecedoras são a essência da vida quotidiana. Espaços inspiradores onde cada elemento foi cuidadosamente considerado para que possa ter o estilo de vida que merece. Uma equipa dedicada dá-lhe as boas-vindas a casa e cuida de tudo enquanto está fora. Quando vive a sua vida connosco, um estilo de vida de privacidade e conforto está a sua espera.

«Villas Mar é para pessoas que gostam de viajar com estilo, tanto para lazer como para negócios» \\ «Villas Mar are for people who love to travel in style, both for leisure or for business»

Quais são os factores que contribuem para que a experiência de se hospedar nas Villas Mar se torne memorável?

As *villas* residenciais de luxo apresentam vistas únicas para o mar, jardins verdejantes, áreas de estar espaçosas e um *barbecue* privado, permitindo-lhe criar experiências memoráveis que o ligam ao ambiente natural. Uma sensação de segurança e paz rodeia-o à medida que entra nas nossas *villas* privadas, concebidas com um estilo contemporâneo moderno. A elegância intemporal da casa é evidente no nosso *design* exterior e nas proporções. Oferecemos uma variedade de vistas panorâmicas a desfrutar dos terraços privados que se ligam com as salas de estar e cozinhas *open-plan*. As *villas* residenciais íntimas oferecem amplos espaços de estar banhados com luz natural por janelas do chão ao tecto. Os interiores individuais e únicos são projectados para serem respeitadores do ambiente e apresentam arte e decoração africanas autênticas, oferecendo-lhe o máximo conforto.

are acknowledging this, which gives us more strength to keep doing more and better.

Are there any international awards that the Polana, and in particular Mr Abhishek Negi, would still like to win?

I would like the Polana Serena Hotel to be recognised as the best, not only in Mozambique, but in the African continent and much besides. I believe in my team. I build them and prepare them for the future, and so yes, all these awards can be achievable. I also believe when we have a dream, not even the sky is the limit.

Polana Serena Hotel recently launched the new Villas Mar. What type of guests do you expect for Villas Mar?

Villas Mar are for people who love to travel in style, both for leisure or for business, and intend to have a long stay.

«Your home away from home» is the slogan for this project (Villas Mar). By this do you mean to provide a sense of familiarity?

Yes, as I always say: «Imagine a home not only defined by sophisticated style and luxurious finishes, but equipped to deliver legendary Polana Serena services.» At our Villas Mar, enriching experiences are the essence of everyday life. Inspiring spaces where every element has been carefully considered so that you can lead the lifestyle you deserve. A dedicated team welcomes you home and looks after everything while you're away. When you live your life with us, a lifestyle of privacy and comfort awaits.

What factors contribute to making the experience of staying in the Villas Mar memorable?

The luxury residential villas feature unique sea views, lush green gardens, spacious living areas and a private barbecue, enabling you to create memorable experiences that connect you to the natural surroundings. A sense of security and peace surrounds you as you enter our private villas, designed in a modern contemporary style. The timeless elegance of the home is evident in our exterior design and proportions. We offer a variety of panoramic views to be enjoyed from the private terraces that connect with open-plan living rooms and kitchens to create one large lifestyle experience. The intimate residential villas offer extensive living spaces bathed in natural light by floor-to-ceiling windows. The individual and unique interiors are designed to be ecologically friendly and feature authentic African art and décors, offering you the ultimate comfort.

Que apostas/medidas pretende o Polana Serena Hotel implementar a curto/médio prazo?

Como Gerente Geral, os meus marcos estratégicos incluem o desenvolvimento dos novos conceitos e produtos exclusivos. Acabamos de lançar o Villas Mar residencial e o mercado pode esperar novos desenvolvimentos para o futuro. Vamos, com certeza, continuar a trazer *positive vibes* para o mercado.

What investments is the Polana Serena Hotel planning to implement in the short/medium term?

As the General Manager, my strategic milestones include the development of the Polana Serena Hotel's exclusive new concepts and products. We have just launched the residential Villas Mar and the market can expect new upcoming developments for the future. We will definitely keep bringing positive vibes to the market.

IVAN MAZUZE

O afro jazz que encontrou o caminho para o norte \\ Afro jazz that found its way north

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY JACOB CRAWFURD

Os sons do Bairro do Chamanculo, em Maputo, activaram em Ivan Mazuze a vontade de conhecer as suas raízes e a essência dos sons africanos. Depois de estudar música, para chamar a concentração, eleva-se a outro patamar, deixa para trás os clássicos e o piano, e segue para a Universidade de Cape Town, na África do Sul, onde faz o bacharelato em estudos de *Jazz* e mestrado em músicas africanas com componente étnica.

Uma criança irrequieta, onde a palavra concentração não tinha vontade, é colocada aos seis anos numa escola de música, para que os sons a conseguissem manter sossegada. Foi o que aconteceu ao músico Ivan Mazuze. Naquele tempo, em vez de estudar, jogava à bola e corria. O pai, que já tinha colocado em casa um piano electrónico, vai matriculá-lo na Escola Nacional de Música de Maputo, onde começa a ter contacto com os clássicos e a ganhar gosto pelas melodias. Os estudos musicais acompanham o plano curricular e, a par com a Matemática e o Português, conhece Mozart e outros compositores. Mas esta criança é também muito curiosa e, aos fins-de-semana, corre para casa da avó Palmira, que vivia no Bairro do Chamanculo, na periferia da cidade capital, conhecido por ali andarem feiticeiros que espantam males com sons de tambores. Os sons clássicos foram substituídos pelo *Jazz* e o piano por instrumentos de sopro. Esta alteração surge após algumas palmadas, por não conhecer bem as pautas e por não executar as notas na perfeição. Ivan percebe que as composições clássicas não têm liberdade de execução e, ao conhecer o *Jazz*, sente que as notas podem transmitir os seus sentimentos. Começa a compor e, com os seus originais, viaja pelo mundo, onde vai deixando amigos e recebendo influências. O reconhecimento do seu trabalho e estudo leva-o à Noruega para ensinar etnomusicologia da música africana com destaque para o norte de Moçambique. Hoje é dinamizador cultural em Drammen, cidade perto de Oslo, na Noruega, onde vive e onde continua a divulgar África. No seu último trabalho, *Moya*, o seu saxofone canta melodias com alma de Moçambique.

The sounds of the Chamanculo Neighbourhood, in Maputo, aroused in Ivan Mazuze the desire to learn about their roots and the essence of African sounds. After studying music, in order to instil concentration, he embarked on another level, leaving behind the classics and the piano, to go to the University of Cape Town, in South Africa, where he took a bachelor's degree in Jazz and a Master's in African music with an ethnic component.

A restless child, for which the word concentration had no meaning, he was placed in a music school at the age of six, in order for the sounds to keep him quiet. This is what happened to musician Ivan Mazuze. At the time, instead of studying, he would play ball and run. His father, who had already set up an electronic piano at home, enrolled him at the National School of Music of Maputo, where he first came into contact with the classics and gained a taste for melodies. His musical studies followed the curriculum and, alongside Mathematics and Portuguese, he learned about Mozart and other composers. But this child was also very curious and, at the weekends, he would run to his grandmother Palmira's house in the Chamanculo Neighbourhood, on the outskirts of the capital city, which was known for its witchdoctors, who chase away evil spirits with the sounds of drums. The classical sounds were replaced by jazz and the piano by wind instruments. This change came about after a few slaps for not knowing the score well and not executing the notes perfectly. Ivan realised that classical compositions do not have freedom of execution and when he got to know jazz, he felt that the notes can transmit his feelings. He began to compose and, along with his originals songs, he travelled the world, where he made friends and found influences. Recognition of his work and study lead him to Norway to teach ethnomusicology of African music with emphasis on the north of Mozambique. Today he is a driving cultural force in Drammen, a city near Oslo, Norway, where he lives and where he continues to promote Africa. In his latest work, *Moya*, his saxophone sings melodies with the soul of Mozambique.

JOSÉ REINO DA COSTA
PCE do Millennium bim
Vice-Chairman and CEO of Millennium bim

A economia moçambicana: estratégia para um país em desenvolvimento

Do ponto de vista macroeconómico, as previsões para Moçambique nos próximos anos são optimistas. Graças aos investimentos nos sectores do gás natural (GNL), da energia, da mineração e de infraestruturas, estima-se que o crescimento económico acelere, registando melhorias significativas. Só no sector do gás, o país vai receber o investimento total de mais de 60 mil milhões de dólares (cerca de 54,4 mil milhões de euros), o que poderá contribuir para a criação de novas cadeias de valor e para o desenvolvimento do tecido empresarial nacional, permitindo mais-valias para o Estado, redução do défice público e melhoria das contas externas.

Moçambique precisa, no entanto, de bons projectos de investimento, e as empresas, nomeadamente as Pequenas e Médias Empresas (PME), não podem perder esta oportunidade única de desenvolvimento. Obviamente, os mega projectos que estão a ser criados no Norte terão um grande impacto na economia moçambicana, criando grandes expectativas e colocando o país novamente em boa posição para atrair investimento directo estrangeiro, não só para os megaprojectos, mas também para as PME. Moçambique tem uma grande oportunidade para alavancar esses megaprojectos e usá-los para desenvolver, de forma sustentável, uma comunidade empresarial local forte e confiável, que poderia gerar dividendos que permaneceriam em Moçambique e teriam um efeito multiplicador na economia local.

Por seu lado, o sector bancário local é um dos principais facilitadores desse desenvolvimento, apresentando-se como parceiro de excelência para auxiliar as empresas e os empresários moçambicanos a conseguirem captar esta enorme oportunidade. A Banca desempenha um papel de grande relevo no país, contribuindo, também, de forma decisiva, para o progresso do país.

Moçambique é um mercado em transformação. E, num país imenso como este, que beneficia de um enorme dividendo demográfico e de inúmeras potencialidades, o grande desafio passará pela aposta numa estratégia rigorosa e sustentável de crescimento que beneficie Moçambique, mas que beneficie também todos os moçambicanos.

The Mozambican economy: strategy for a developing country

From a macroeconomic point of view, the forecasts for Mozambique in the coming years are optimistic. Thanks to investments in the natural gas (LNG), energy, mining, and infrastructure sectors, economic growth is expected to speed up, and will enjoy significant improvements. In the gas sector alone, the country will receive total investments of more than 60 billion dollars (around 54.4 billion Euros), which could contribute to the creation of new value chains and to the development of the national business fabric, enabling capital appreciation for the state, reducing the public deficit and improving the external balance.

Nevertheless Mozambique needs good investment projects, and companies, in particular Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs), cannot miss out on this unique opportunity for development. Obviously, the mega projects that are being created in the North will have a major impact on the Mozambican economy, building great expectations and putting the country back in a good position to attract direct foreign investment, not only for megaprojects, but also for SMEs. Mozambique has a great opportunity to jumpstart these mega-projects and use them to sustainably develop a strong and trustworthy local business community, which could generate dividends that would remain in Mozambique and have a multiplier effect on the local economy.

For its part, the local banking sector is one of the main facilitators of this development, proving an exceptional partner in helping Mozambican companies and entrepreneurs take advantage of this enormous opportunity. Banking plays a major role in the country, while also contributing decisively to the country's progress.

Mozambique is a transforming market. And, in a huge country such as this, which benefits from an enormous demographic dividend and countless possibilities, the major challenge will involve investing in a rigorous and sustainable growth strategy that benefits Mozambique, but which also benefits all Mozambicans.

// PACOTES DE SAÚDE · *HEALTH PACKAGES*

// O GRUPO HPA SAÚDE EM PORTUGAL · *THE HPA HEALTH GROUP IN PORTUGAL*

GRUPO HPA SAÚDE
PRIVATE HEALTH

ACORDOS COM A MAIORIA DAS SEGURADORAS DE SAÚDE
WORK DIRECTLY WITH MOST HEALTH INSURANCE COMPANIES

282 420 400 · medicaltourism@grupohpa.com
www.grupohpa.com

Reg. ERS nº 16231 // Lic. ERS nº 14338/2017 // Cruz da Bota, Nº 27, Estrada de Alvor, 8500-322 Alvor, Portimão

ART & CULTURE

BENVINDO FONSECA

Nascido para dançar
Born to dance

TEXTO TEXT CRISTINA FREIRE \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY JOAQUIM LEAL

Voou pelos palcos do mundo e envolveu-se nas personagens, mostrando os gestos da alma. De Moçambique, onde Benvindo da Fonseca nasceu, veio-lhe a dança que lhe deu e tirou um pedaço de vida. Vestiu-se de Fénix, carregou as suas cinzas e voltou a brilhar.

Decorria o ano de 1964 quando Benvindo da Fonseca veio ao mundo em terras do Niassa, local onde os pais, cabo-verdianos de origem, chegaram a mando do Governo português. O pai, funcionário público das finanças e futebolista em ascensão, foi destacado para aquele local, sem conseguir brilhar no jogo da bola porque fazia barulho, o que levou a antiga polícia política portuguesa a estar algumas vezes no encalço da família. Benvindo da Fonseca, que herdou o nome do pai, tinha energia a mais e, para se cansar, jogou ténis e fez patinagem artística, modalidades que começavam a moldar o seu corpo ainda de criança. Em 1972, a família muda-se para a antiga Lourenço Marques, hoje Maputo, e, em 1979, partem para Lisboa. Para trás, ficaram memórias que nos recorda: «Lembro-me de tudo, até sinto os cheiros e recordo-me dos olhos dos meninos muito vivos, não há igual em nenhuma parte do mundo, têm o espelho da alma retratada». Em Lisboa, o rapaz que queria ser *Beatle*, porque acreditava ser uma profissão de artista, faz uma audição no teatro ABC do Parque Mayer para um musical de Francisco Nicholson, que nunca estreou. Quem o viu disse que ali estava o jovem *Leroy* da série *Fame* que passava na televisão naquela época. Impulsionado pelos comentários e pelo dom natural com que nasceu – como revela: «O mais difícil na dança clássica era

He has flown over the world's stages and transformed into characters, revealing the gestures of the soul. The dance that gave, and took away from him, a piece of life came to Benvindo da Fonseca from Mozambique, where he was born. He dressed as a phoenix, rose from his ashes, and shone again.

It was 1964 when Benvindo da Fonseca was born in Niassa, where his Cape Verdean parents had been sent by the Portuguese Government. His father, a civil servant at the tax office and football player on the rise, was posted to that location, unable to shine in the ball game because he was too noisy, which led the former Portuguese political police to sometimes give the family hassle. Benvindo da Fonseca, who inherited his father's name, had too much energy and to tire himself out, he would play tennis and do figure skating, sports that began to shape his body as a child. In 1972, the family moved to Lourenço Marques, today known as Maputo, and left for Lisbon in 1979. Left behind were memories that he recalls for us: «I remember everything, even the smells and I remember the very bright eyes of the children, there is nothing like it anywhere in the world, they mirror a portrait of the soul». In Lisbon, the boy who wanted to be a Beatle, because he believed this to be an artist's profession, auditioned at the ABC Theatre in the Parque Mayer, for a musical by Francisco Nicholson, which never premiered. Anyone who saw him said he was just like a young Leroy from *Fame*, the series on television at that time. Driven by the comments and the natural gift with which he was born – as he reveals: «The most difficult thing in classical dance

saltar e rodar duas vezes, o *duplo tour*, rodava três vezes sem saber o que estava a fazer» –, ganha uma bolsa para estudar no Conservatório. Em vez de ser principiante, segue para o quinto ano, muito devido à sua agilidade. Tinha 16 anos e ia começar a voar pelos palcos. O Conservatório era bom, mas a escola do Ballet Gulbenkian era aliciente. Tenta uma vez e, por ser considerado gordinho, não entra. Não desiste, volta no ano seguinte mais delgado e, dos trezentos bailarinos, três vão ingressar na escola, ele também vai. Ao mesmo tempo que tem aulas de dia, dança à noite na Sétima Posição de Liliane Viegas que o acompanhava há muito tempo. O bailarino e coreógrafo Rui Horta faz dele solista na Companhia itinerante do Ballet Gulbenkian, um contrato que trazia consigo uma bolsa para estudar em Nova Iorque. Seguiu caminho e decidiu que entraria na Alvin Ailey, companhia de bailarinos afrodescendentes, que é referência pelo seu nível de exigência. Faz a audição e consegue entrar. Quando volta a Lisboa, para preparar as despedidas, faz uma aula na Gulbenkian só para memória futura, mas é chamado para uma reunião urgente com Jorge Salavisa, o seu director. Desse encontro resultou um contrato como solista, que se transformou em primeiro bailarino B e, de uma forma rápida, em primeiro bailarino A. Foram dez anos ao serviço do Ballet Gulbenkian como bailarino principal, vestido com repertórios de luxo, alguns preparados só para si, pelas suas naturais características, que levou a quase todos os países do mundo. A primeira bailarina que elevou foi Graça Barroso, algo que para si era inimaginável, e foi o seu último *partner*. Do esforço e de muitas horas a dançar resultou a temida fractura de *stress*, na tíbia, à qual não ligou, compensando a dor que sentia na outra perna, o que provocou uma grave lesão, ficando proibido de dançar, no auge da carreira, com 33 anos. Benvindo Fonseca 'morreu' e ao seu luto juntou a revolta e as recordações, e pensou em suicídio.

A figura da mãe e todo o seu carinho venceram o desespero e, dez anos depois, prepara um solo, veste-se de Fénix e recomeça. O bailarino dá vida a um coreógrafo que pinta os palcos do mundo com amores e desamores, reinventado novos *Romeu e Julieta* e centenas de outras histórias, e consegue voltar a dançar. Após a morte da mãe, que sempre o incentivou a dançar, coreografou e dançou *Cromeleque – Requiem de Mozart*, no Panteão Nacional, numa exaltação à vida. O rapaz que foi considerado por Mário Soares «Um Bem Nacional» escapou à tropa obrigatória para não estragar o corpo, obteve dezenas de prémios e aos 27 anos é nomeado Embaixador da Boa-Vontade da Organização das Nações Unidas, recebendo o prémio *Os Jovens na Criatividade com a ONU*. Hoje, com cinquenta e cinco anos, já não voa, mas ainda dança. Agora, os seus pés agarram com força o chão, um pouco a lembrar as corridas descalço que fazia em Moçambique, terra aonde nunca mais voltou.

was to jump and spin around twice, the *double tour*, I spun around three times without knowing what I was doing» – he won a scholarship to study at the conservatory. Instead of starting as a beginner, he went straight into the 5th year, largely because of his agility. He was sixteen years old and was about to start flying across the stage. The conservatory was good, but the Gulbenkian ballet school was tantalising. He tried once and, as he was considered chubby, didn't get in. Not one to give up, he returned more slender the next year and, out of three hundred dancers, he was one of the three who got into the school. During the day he had lessons and at night he danced in the Sétima Posição dance group, of Liliane Viegas who had following him for a long time. Dancer and choreographer Rui Horta made him a soloist with the Gulbenkian Ballet Travelling Company, a contract that brought with it a scholarship to study in New York. He went on his way and decided that he would try for the Alvin Ailey American Dance Theater, a company of African-descent dancers, which is known for how demanding it is. He did the audition and got in. Returning to Lisbon, in order to prepare for his departure, he took a class at the Gulbenkian just for future reference, but was called to an urgent meeting with its director Jorge Salavisa. This meeting resulted in a contract as a soloist, first as principal dancer B, which quickly turned into principal dancer A. For ten years he was principal dancer at the Gulbenkian Ballet, performing stunning repertoires, some prepared just for him, for his natural characteristics, which he took to almost every country in the world. The prima ballerina he lifted was Graça Barroso, something that was unimaginable for her, and she was his last partner. The strain and the many hours of dancing resulted in a dreaded stress fracture in his tibia, which he did not take care of, compensating for the pain with his other leg, which caused a serious injury and he was forbidden to dance at the height of his career aged thirty-three. Benvindo Fonseca 'died' and his mourning was joined by revolt and memories, and he considered suicide.

The figure of his mother figure and all her affection defeated his despair and, ten years later, he prepared a solo, rising again as a phoenix. The dancer gave life to a choreographer, who has painted the stages of the world with love and lovelessness, reinvented a new *Romeo and Juliet* and hundreds of other stories and managed to dance again. After the death of his mother, who always encouraged him to dance, he choreographed and danced *Cromeleque – Requiem de Mozart* at the National Pantheon, in an exaltation of life. The boy who Mário Soares considered to be «A National Asset» was excused from military service so as not to ruin his body, has received dozens of awards and at the age of twenty-seven was named UN Goodwill Ambassador, receiving the *UN Young People in Creativity* award. Today, at fifty-five, he no longer flies, but he still dances. Now his feet firmly grip the ground, a little like the barefoot running he did in Mozambique, a land he never returned to.

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

Os extremos juntam-se

O Parlamento Europeu aprovou o orçamento da União Europeia para 2020, com um montante de 168,688 milhões de euros. Foi uma negociação difícil. O Conselho (Estados Membros) propunha um corte de 1,500 milhões de euros face à proposta inicial da Comissão. Mas, no final, o Parlamento conseguiu chegar a um acordo que acresce 450 milhões àquela proposta.

Na negociação, reforçámos em 850 milhões de euros as prioridades do Partido Popular Europeu: uma clara aposta na investigação e na luta contra o cancro, com mais 302 milhões de euros para o Horizonte 2020; um reforço do apoio à juventude, nomeadamente através do Erasmus +, da Iniciativa Emprego Jovem, do DiscoverEU e do Mecanismo Interligar a Europa; uma contribuição sem precedentes para o combate às alterações climáticas, na ordem dos 500 milhões de euros.

Enquanto membro da equipa de negociação do orçamento da UE para 2020, tenho consciência do dever cumprido. O PPE e o PSD têm trabalhado, em Portugal e na Europa, para conseguirem um bom financiamento para o país.

Portugal receberá mais de 13 milhões de euros por dia deste orçamento, em que assenta a quase totalidade do investimento público no país ao longo destes anos de governação socialista, que incompreensivelmente retirou essa capacidade ao Orçamento do Estado português.

Não admira que tenhamos ficado a saber, há poucos dias, que o nosso país é o terceiro Estado-Membro da União com menos investimento público *per capita*. Apesar disso, mais uma vez, a extrema-direita e a extrema-esquerda votaram contra o orçamento da UE. Em Portugal, o Partido Comunista e o Bloco de Esquerda apoiam um governo que negligencia o investimento público, a ponto de estarmos a níveis inferiores aos do tempo da *troika*. Na Europa, por puro preconceito ideológico, votam contra o investimento europeu no nosso país e tentam impedir o apoio às PME e à formação profissional, ao Erasmus e à investigação, ao emprego jovem e à modernização da nossa saúde, da nossa educação e dos nossos transportes. Os extremos juntam-se.

The extremes join forces

The European Parliament has approved the EU budget for 2020, amounting to EUR 168.69 billion. It was a difficult negotiation. The Council (Member States) proposed a cut of EUR 1.5 billion compared to the Commission's initial proposal. But in the end, Parliament was able to come to an agreement that adds a further 450 million to that proposal.

During the negotiation, we reinforced the priorities of the European People's Party by EUR 850 million: a clear focus on research and the fight against cancer, with EUR 302 million more for Horizonte 2020; strengthened support for youth, namely through Erasmus +, the Youth Employment Initiative, DiscoverEU and the Connecting Europe Facility; an unprecedented contribution to the fight against climate change of around EUR 500 million.

As a member of the EU Budget Negotiating Team for 2020, I am aware of the mission accomplished. The EPP and the PSD have been working, in Portugal and Europe, towards achieving good funding for the country.

Portugal will receive more than 13 million Euros per day from this budget, on which is based almost all of public investment in the country over these years of socialist governance, which has incomprehensibly relieved the Portuguese State Budget of this capacity.

No wonder we learned a few days ago that our country is the third lowest EU Member State with in terms of public investment *per capita*. In spite of this, once again, the far right and the far left voted against the EU budget. In Portugal, the Communist Party and the Left Bloc support a government that neglects public investment to the point where we are at levels below that of the *troika* time. In Europe, out of pure ideological prejudice, they vote against European investment in our country and try to prevent support for SMEs and vocational training, for Erasmus and research, for youth employment and the modernisation of our health, of our education and of our transport systems. The extremes join forces.

DEFY
EL PRIMERO 21

ZENITH
THE FUTURE OF SWISS WATCHMAKING SINCE 1865

espiral relojoaria
AMOREIRAS SHOPPING CENTER • LJ. 2070/71 • TEL. 932128320 • LISBOA • GERAL@ESPIRALRELOJOARIA.COM
WWW.ESPIRALRELOJOARIA.COM

ÓPERA DE MONTE CARLO

Opulência e monumentalidade
Opulence and monumentality

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Conhecido pelo seu *glamour*, pela belíssima faixa costeira e pelas celebridades, Monte Carlo, no Principado do Mónaco, é uma estância luxuosa, famosa também pelo Circuito do Mónaco, onde ocorre o *Grande Prémio de Fórmula 1*, e por outros eventos de grande repercussão cultural. Nestes *ex-libris* inclui-se, indubitavelmente, o fabuloso Casino de Monte Carlo, onde habita a Ópera homónima. É precisamente na Ópera de Monte Carlo que vamos entrar.

Antes de entrar, e chegando à Place du Casino, fica-se suspenso pela beleza dos recortados jardins e pelo sumptuoso edifício, uma obra-prima do célebre arquitecto Charles Garnier. Construído em 1863 em frente ao Mediterrâneo,

Known for its *glamour*, beautiful coastline and celebrities, Monte Carlo, in the Principality of Monaco, is a luxury resort, also famous for the Monaco Circuit, where the *Formula 1 Grand Prix* is held, and other events of great cultural renown. These highlights undoubtedly include the fabulous Monte Carlo Casino, home to the opera house of the same name. And the Monte Carlo Opera is precisely what we will enter.

Before entering, and arriving at the Place du Casino, we are struck by the beauty of the manicured gardens and the sumptuous building, a masterpiece by famous architect Charles Garnier. Built in 1863 facing the Mediterranean,

e sendo uma das mais belas obras da *Belle Époque*, o complexo (que compreende o Casino, a Ópera e o escritório do Ballet de Monte Carlo) foi concebido ao redor de um Átrio pavimentado a mármore e cercado por 28 colunas jónicas de ónix. Ao fundo, a Salle Garnier, que é a Ópera de Monte Carlo, revestida de vermelho e ouro, é uma réplica, mais pequena, da Ópera de Paris. Mantido pela Société des Bains de Mer de Monaco, uma instituição pública do governo monegasco e da família real de Grimaldi, o edifício funciona durante as manhãs como um museu.

Tal como a sua 'prima' parisiense, a Ópera de Monte Carlo deixa o comum mortal sem fôlego, tal é a sua opulência e monumentalidade. Foi inaugurada em 1879 e, embora não fosse originalmente destinada à ópera, passou a ser usada com frequência para esse propósito, sendo remodelada em 1898-99 por Henri Schmit, principalmente na área do palco, para se tornar mais adequada tecnicamente.

A cada temporada, são encenados os mais belos espectáculos líricos, música, *ballet*, instrumental, ópera e outros géneros artísticos. Ao longo dos anos, foram muitas as óperas que lá se estrearam. Em breve, a cantora lírica Cecília Bartoli sucederá a Jean-Louis Grinda na direcção da Ópera de Monte Carlo, mas a arte continuará a ser celebrada de forma excelsa.

and one of the most beautiful *Belle Époque* works, the complex (consisting of the Monte Carlo Casino, Opera House and Ballet office) was designed around a marble paved atrium, surrounded by 28 Ionic onyx columns. At the rear, the Salle Garnier, resplendent in red and gold, is the Monte Carlo Opera House, which is a smaller replica of the Paris Opera House. Run by the Société des Bains de Mer de Monaco, a public institution of the Monegasque government and the Grimaldi royal family, the building operates as a museum in the mornings.

Like its Parisian 'cousin', the Monte Carlo Opera House leaves any ordinary mortal breathless, such is its opulence and monumentality. It was opened in 1879 and, although it was not originally intended for opera, it often ended up being used for this purpose and thus was remodelled in 1898-99 by Henri Schmit, primarily in the stage area, to make it more technically appropriate.

Every season, the most beautiful lyrical, music, ballet, instrumental, and opera shows, as well as other artistic genres are staged. Many operas have premiered there over the years. Opera singer Cecilia Bartoli will soon succeed Jean-Louis Grinda as director of the Monte Carlo Opera House, but art will continue to be celebrated sublimely.

ART & CULTURE

PALÁCIO NACIONAL DE QUELUZ

Vivências opulentas da realeza
Opulent experiences of royalty

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

De longe, o olhar apressa-se, roçando subtilmente construções estandardizadas que se foram construindo ao longo dos anos, mas, de repente, pousa num oásis de património monumental, uma obra de enorme valor artístico que se impõe pela sua grandeza e pela sua história. Bastará dizer que estamos em Queluz, para que o pensamento logo assome ao magnífico Palácio Nacional de Queluz.

Foi mandado construir, em 1747, pelo então infante D. Pedro, no mesmo local onde já existia um velho solar seiscentista. O projecto inicial teve o traço de Mateus Vicente de Oliveira, o arquitecto da Casa do Infantado. Posteriormente, seguiram-se outras campanhas de obras que visavam a ampliação e o enobrecimento do futuro palácio real, e a Mateus Vicente juntou-se, entre outros, o francês Jean-Baptiste Robillion, que viria a ser responsável pelas salas do Trono, dos Embaixadores e da Música,

From afar, your eyes become rushed, subtly skimming past standardised constructions that have been built over the years, before suddenly landing in an oasis of monumental heritage, a work of huge artistic value that stands out for its grandeur and its history. Merely mentioning we are in Queluz is enough for your thoughts to race towards the magnificent Queluz National Palace.

It was commissioned in 1747 by the then prince Dom Pedro, on the same site on which an old seventeenth-century manor house already existed. The initial project was designed by Mateus Vicente de Oliveira, the architect of the Casa do Infantado. Subsequently, other work campaigns aimed at the extension and ennoblement of the future royal palace followed, and Mateus Vicente was joined by, among others, Frenchman Jean-Baptiste Robillion, who would later be responsible for the Throne Room, the

acrescentando também ao projecto primitivo a escadaria dos Leões e o Pavilhão Robillion. Da autoria do francês são também os jardins superiores, desenhados à moda de Versailles e pontuados por estatuária inspirada na mitologia clássica, para onde se abrem as fachadas principais. Aliás, não raras vezes, o Palácio é comparado ao Palácio de Versailles, diferindo, contudo, do conjunto de Luís XIV no sentido de escala e de proporções que a sua traça revela, quiçá com uma distribuição de valores gráficos mais equilibrada, dentro de um neoclassicismo ainda muito apegado ao rococó.

De residência de Verão e de festas, o Palácio Nacional de Queluz passou a ser lar permanente da corte até à partida da família real para o Brasil, em 1807. Aqui viveu 'exilada' a rainha Carlota Joaquina e, mais tarde, o seu filho, o rei D. Miguel. O Rei D. Pedro IV ainda habitou por pouco tempo o Palácio, tendo falecido, em 1834, no quarto onde nascera, decorado com cenas da vida de D. Quixote.

Doado ao Estado em 1908 e considerado Monumento Nacional em 1910, o Palácio Nacional de Queluz é marcado sobretudo por influências francesas e italianas. Constitui um notável conjunto monumental que apresenta uma vivência intimista da corte portuguesa de Setecentos e, simultaneamente, representa momentos de extraordinária relevância histórica e de afirmação do poder real. Expõe, actualmente, em ambientes de época, colecções de mobiliário, pintura, cerâmica, ourivesaria, escultura e tapeçaria, provenientes na sua maioria da Casa Real. A partir de 1957, o Palácio de Queluz tornou-se Residência Oficial de Chefes de Estado, acolhendo também, desde 2015, a Biblioteca de Arte Equestre D. Diogo de Bragança.

O Palácio Nacional de Queluz é marcado sobretudo por influências francesas e italianas. \\ Queluz National Palace is marked primarily by French and Italian influences.

Ambassadors' Room and the Music Room, adding the Lion Staircase and the Robillion Pavilion to the initial project. The upper gardens were also created by the Frenchman, designed in the fashion of Versailles and punctuated by statues inspired by classical mythology, where the main façades open. In fact, the Palace is often compared to the Palace of Versailles, although it differs from Louis XIV's creation in terms of the scale and proportions that its design reveals, perhaps with a more balanced distribution of graphic values, within a neoclassicism still very attached to rococo.

A summer residence and for celebrations, Queluz National Palace became the permanent home of the court until the royal family left for Brazil in 1807. Queen Carlota Joaquina and, at a later date, her son Dom Miguel lived here 'in exile'. King Pedro IV also briefly inhabited the palace, dying there, in 1834, in the bedroom in which he had been born, decorated with scenes from the life of Don Quixote.

Donated to the state in 1908 and considered a National Monument in 1910, Queluz National Palace is marked primarily by French and Italian influences. It is a remarkable monumental complex that presents an intimate experience of the Portuguese court of the 18th century and, at the same time, represents moments of extraordinary historical relevance and affirmation of royal power. It currently exhibits, in period settings, collections of furniture, painting, ceramics, goldsmithery, sculpture and tapestries, mostly from the Royal House. From 1957, the Palace of Queluz became the Official Residence of Heads of State, while since 2015, it has also housed the Dom Diogo de Bragança Equestrian Art Library.

terras de seda

LUXURY...

Luxury is living to the fullest, is time and serenity. Luxury is enjoying secluded, quiet and history-filled places. Luxury is interior.

FREIXO DE ESPADA À CINTA - IS LUXURY

WWW. FREIXO ESPADA CINTA .PT

ART & CULTURE

BIBLIOTECA DA ABADIA DE ADMONT

Arte e cultura emolduradas pelos Alpes

Art and culture framed by the Alps

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

A Áustria possui muito mais do que as montanhas do Tirol, ou os lagos de Salzkammergut, ou a elegância de Viena. A sul do país, numa zona cheia de maravilhas naturais, chamada Styria, existe um mosteiro/abadia beneditino verdadeiramente admirável. Fica na cidade de Admont, nas margens do rio Enns, e foi fundado em 1074 por Gebhard, um arcebispo de Salzburgo. Muitos séculos de *Ora Et Labora* tornaram-no num dos mais importantes centros monásticos na região, um compêndio de arte e cultura, com uma célebre escola de escrita que gradualmente formou a base da sua impressionante colecção bibliográfica.

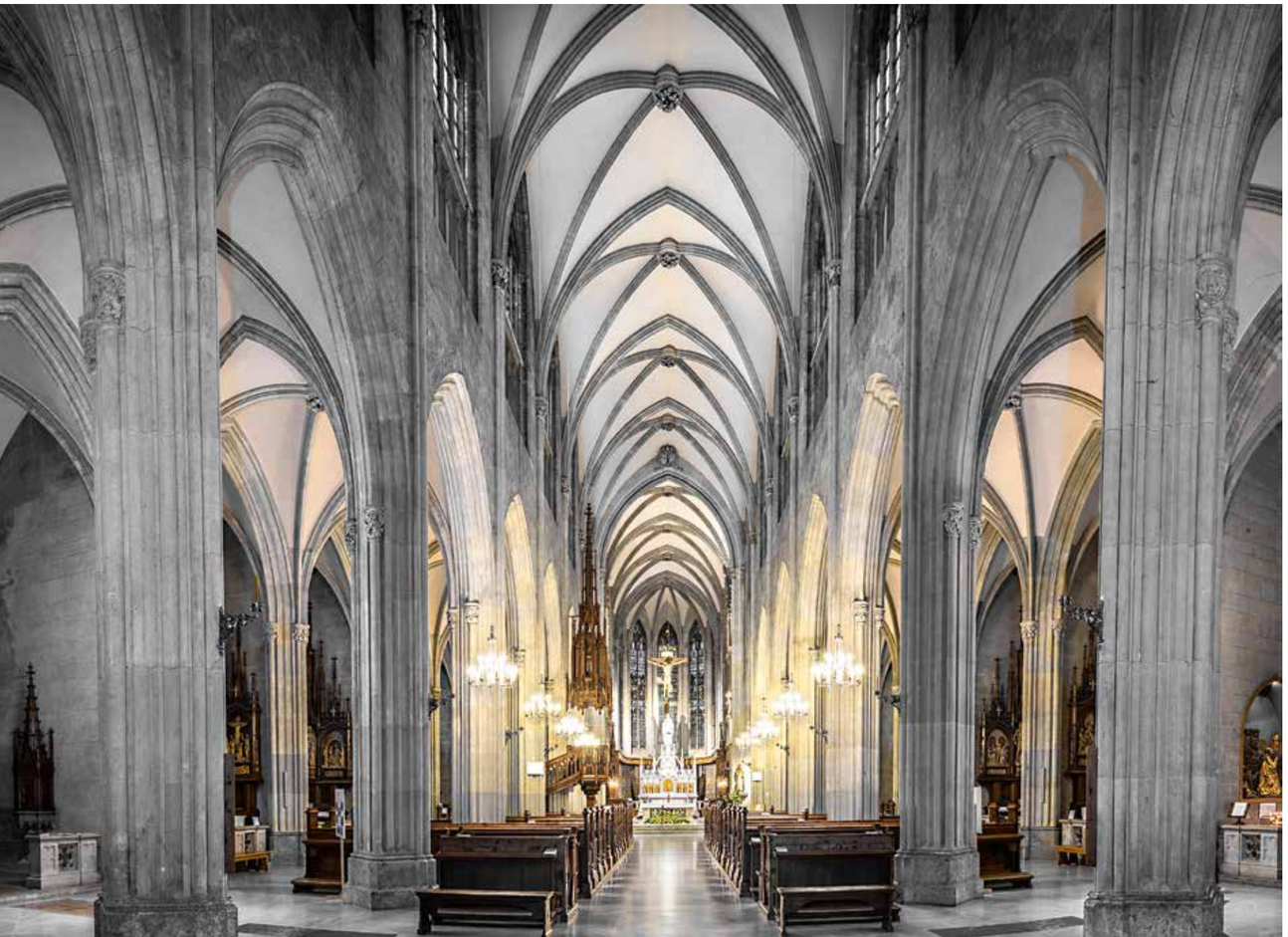
Austria has much more than the Tyrolean Mountains, or the lakes of Salzkammergut, or the elegance of Vienna. To the south of the country, in a region packed with natural wonders, known as Styria, there is a truly remarkable Benedictine monastery/abbey. It is located in the town of Admont, on the banks of the River Enns, and was founded in 1074 by Archbishop Gebhard of Salzburg. Many centuries of *Ora Et Labora* have made it one of the most important monastic centres in the region, a compendium of art and culture, with a celebrated writing school that gradually formed the basis of its impressive bibliographic collection.

A Abadia de Admont sofreu várias reformas ao longo dos tempos, a mais drástica no seguimento de um incêndio em 1865 que consumiu quase todo o mosteiro e, milagrosamente, deixou ilesa a sua grandiosa biblioteca.

Hoje a Abadia é um complexo monumental que agrupa arquitectura barroca e neogótica, arte religiosa, arte contemporânea, museus e um belo enclave natural, emoldurado pelos Alpes. A sua atracção principal é a biblioteca que, não raras vezes, ganhou o epíteto de «oitava maravilha do mundo». A obra foi de Josef Hueber, que dividiu o espaço em três partes, com um grande salão central coroado por uma grande cúpula e duas salas laterais que reproduzem a divisão geral: cada uma tem três secções, com sua própria cúpula. São divisões ternárias, como um símbolo da Trindade, e uma soma de sete cúpulas que apelam ao número perfeito e à satisfação do trabalho acabado: «No sétimo dia, Deus descansou». As prateleiras são todas pintadas de branco, com efeitos dourados, uma influência do gosto Rococó e uma forma de intensificar o efeito da iluminação, potenciada pelas 48 janelas que iluminam as grandes galerias. O mesmo espírito vive nos frescos das sete cúpulas que o octogenário Bartolomeo Altomonte pintou, que representam as diferentes fases da compreensão humana. Religião e pensamento andam de mãos dadas em todos os pormenores. Várias Bíblias e obras religiosas são preservadas sob a grande cúpula. O salão norte é ocupado pela literatura teológica, o salão sul pelas restantes áreas do conhecimento. No total, a biblioteca conserva cerca de 200 mil volumes. Entre eles, existem 1400 manuscritos, alguns dos quais datados do século VIII, e mais de 500 incunábulos. Ao longo das galerias, existem 16 esculturas e dois grandes relevos, obras de Josef Stammel, que será também

Admont Abbey has undergone several renovations over time, the most drastic following a fire in 1865, which consumed almost the entire monastery and miraculously left its grandiose library unharmed.

Today the Abbey is a monumental complex that brings together Baroque and Neo-Gothic architecture, religious art, contemporary art, museums and a beautiful natural enclave, framed by the Alps. Its main attraction is the library that has often earned it the nickname of «eighth wonder of the world». The library was designed by Josef Hueber, who divided the space into three parts, with a large central hall crowned by a large dome and two side rooms that reproduce the general division: each has three sections, with its own dome. They are ternary divisions, as a symbol of the Trinity, and a total of seven domes, in a reference to the perfect number seven and to the satisfaction of finished work: «On the seventh day, God rested». The shelves are all painted white with gilded effects, an influence of the Rococo style and a way to intensify the lighting effect, enhanced by the 48 windows that illuminate the large galleries. The same spirit can be seen in the frescoes of the seven domes, painted by octogenarian Bartolomeo Altomonte, which represent the different phases of human self-improvement. Religion and thought go hand in hand in every detail. Various Bibles and religious works are preserved under the great dome. The northern hall houses theological literature, the southern hall the remaining areas of knowledge. In total, the library is home to about 200,000 volumes. Among them there are 1400 manuscripts, some of which date from the 8th century, and over 500 incunabula. Throughout the galleries there are 16 sculptures and two large reliefs, works by Josef Stammel, who is also the artist



o autor de 60 dos 68 bustos existentes, que representam académicos, artistas, poetas, escultores e musas.

A Abadia nasceu há mais de mil anos, não só para que em todas as coisas Deus seja glorificado, *Ut in omnibus glorificetur Deus*, como anuncia a máxima beneditina, mas também para que a arte, a cultura e todas as ciências sejam louvadas e 'benedictas'.

behind 60 of the 68 existing busts, representing academics, artists, poets, sculptors and muses.

The Abbey came into being over a thousand years ago, not only so that in all things God may be glorified, *Ut in omnibus glorificetur Deus*, as the Benedictine maxim proclaims, but also so that art, culture and every science may be praised and 'benedicted'.

Vilamoura
Where golf shines

Dom Pedro Hotels & Golf Collection

Dom Pedro Victoria
GOLF COURSE · VILAMOURA

Dom Pedro Old Course
GOLF CLUB · VILAMOURA

Dom Pedro Millennium
GOLF COURSE · VILAMOURA

Dom Pedro Pinhal
GOLF COURSE · VILAMOURA

Dom Pedro Laguna
GOLF COURSE · VILAMOURA

Europe's finest golfing destination

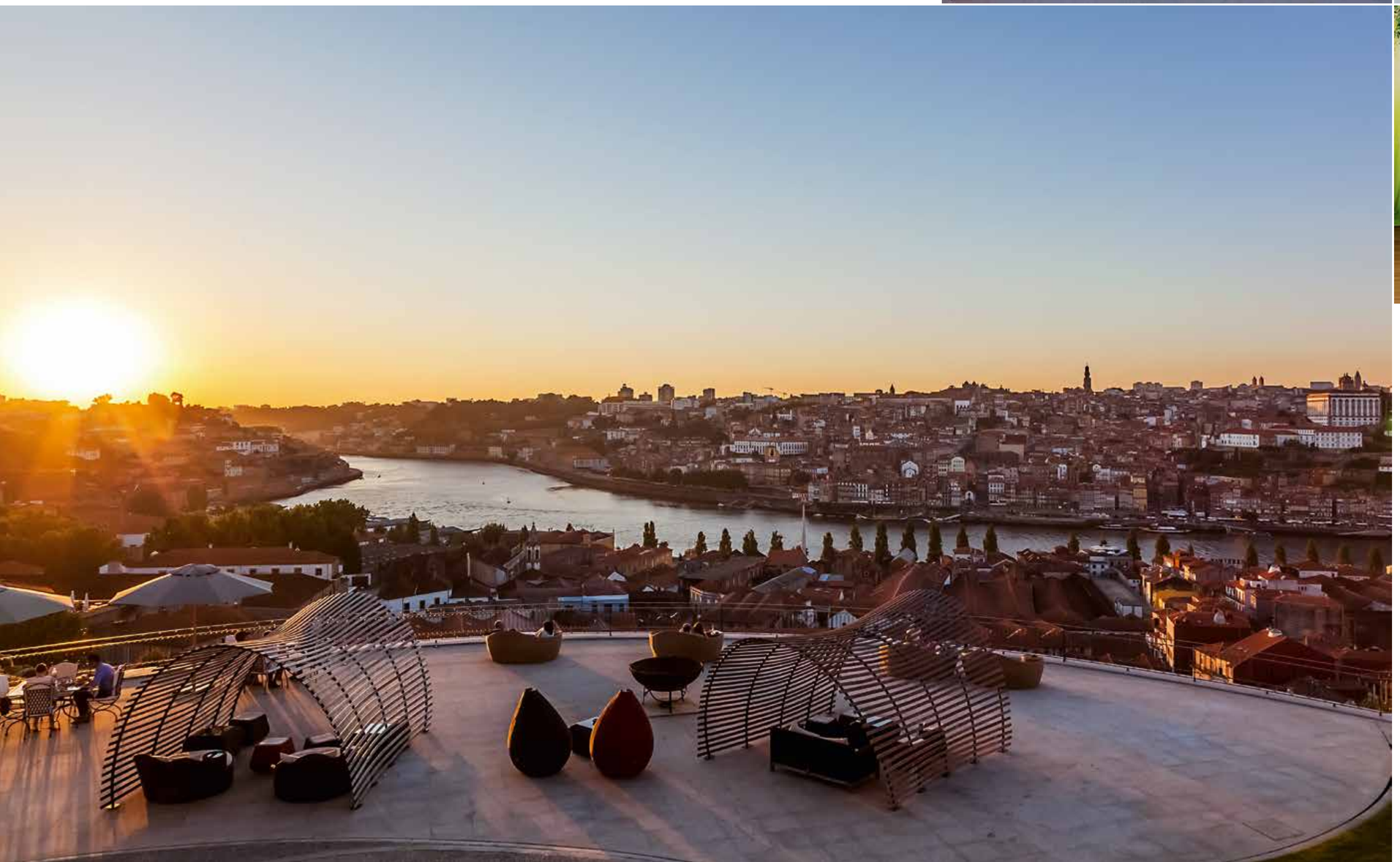
+351 289 310 333 . booking@dompedrogolf.com . www.dompedrogolf.com

follow us on DOMPEDROGOLF

THE YEATMAN

O espírito do vinho, da cidade e do país
The spirit of wine, the city and the country

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS



Há mais de três séculos que a cidade acolhe as antigas famílias britânicas que se dedicam ao comércio do Vinho do Porto, deixando a sua discreta marca na cidade. Inspirando-se nesta ligação, o The Yeatman reúne a arte portuguesa de bem receber com um ambiente britânico de conforto clássico e discreto. O resultado é uma elegância intemporal, detalhes infinitos e um serviço atencioso e discreto.

For over three centuries, the city has been home to old British families dedicated to the port wine trade, leaving their discreet mark on the city. Taking inspiration from this connection, The Yeatman combines the Portuguese art of fine hospitality with a British atmosphere of classic and discreet comfort. The result is timeless elegance, endless details and a discreet, attentive service.

Proporcionando vistas soberbas sobre o Rio Douro e a zona ribeirinha do Porto, o The Yeatman fica situado no centro de uma das mais importantes capitais europeias do vinho, a alguns passos das famosas caves de Vinho do Porto, razão pela qual uma das suas grandes vocações seja proporcionar experiências vínicas e gastronómicas sofisticadas. Já lá vamos. Antes disso, há que dizer que este elegante hotel vínico de luxo, membro da Relais & Châteaux, reflecte também a cultura e autenticidade da região onde está implantado, promovendo o destino, a cidade do Porto e o país.

O The Yeatman dispõe de 109 deslumbrantes quartos e *suites*, decorados num estilo clássico e personalizados com elementos alusivos ao mundo dos vinhos e aos seus parceiros vínicos. Cada um tem um amplo terraço privativo que se abre para a paisagem do Rio Douro e da Invicta.

As piscinas, os jardins, as 13 salas para eventos, o Kids Club, a biblioteca, o Dick's Bar, o ginásio e o Spa Vinothérapie® Caudalie seriam razões de sobra para despertar a vontade de ficar, mas há mais. Sendo embaixador dos melhores vinhos portugueses, o The Yeatman dá primordial importância à conjugação entre a gastronomia e o vinho. Um leque de menus e uma premiada lista de vinhos, a cargo da Directora de Vinhos, Beatriz Machado, permitem descobrir uma grande diversidade de harmonias e contrastes gustativos numa viagem pelas diversas regiões vinícolas de Portugal. A gastronomia é da autoria do galardoado Chef Ricardo Costa que preconiza uma cozinha da imaginação, na qual os sabores tradicionais portugueses são reinterpretados. Esta única e requintada união entre gastronomia e vinho já valeu ao Restaurante Gastronómico duas estrelas Michelin. Tem, porém, 5 estrelas o The Yeatman e teria ainda mais, se dependesse de todos os que se deixam encantar pelo espírito do vinho, da cidade e do país.

Offering superb views over the River Douro and the riverfront neighbourhood of Oporto, The Yeatman is located in the centre of one of the most important European wine capitals, a few steps away from the famous port wine cellars, which is why one of its main purposes is to provide sophisticated wine and gastronomic experiences. And we'll get right to that, but beforehand, it has to be said that this elegant luxury wine hotel, a Relais & Châteaux member, also reflects the culture and authenticity of the region in which it is located, promoting the destination, the city of Oporto and the country.

The Yeatman boasts 109 stunning rooms and suites, decorated in a classic style and customised with features alluding to the world of wine and to its wine partners. Each one has a large private terrace that opens onto the River Douro and Oporto's cityscape.

The pools, the gardens, the 13 function rooms, the Kids Club, the library, Dick's Bar, the gym and the Caudalie Vinothérapie® Spa provide more than enough reasons to make you want to stay, but there are more. As an ambassador of the best Portuguese wines, The Yeatman gives prime importance to the combination of gastronomy and wine. A range of menus and an award-winning wine list, care of Wine Director, Beatriz Machado, allow you to discover a great diversity of taste harmonies and contrasts on a journey through Portugal's various wine regions. The gastronomy comes care of award-winning chef Ricardo Costa, who advocates an imaginative cuisine, in which traditional Portuguese flavours are reinterpreted. This unique and exquisite union between gastronomy and wine has already earned the Restaurante Gastronómico two Michelin stars. The Yeatman, however, has 5 stars and would have even more, if it depended on the opinion of everyone who is left enchanted by the spirit of wine, the city and the country.

RITA ANDRADE
CEO da Herdade da Malhadinha Nova
CEO of Herdade da Malhadinha Nova

A essência do luxo no Turismo

«A Natureza, o espaço, o tempo». São algumas das palavras mais frequentemente utilizadas para descrever a nova tendência do luxo no turismo. O apelo pelo «Autêntico» surge como forma de suportar as comunidades locais e o Turismo «Sustentável». O contacto com a cultura e costumes locais é, felizmente, na minha opinião, um factor de enorme valorização e diferenciação. Um sem número de empresas na área do *design* de produto, em todo o mundo, tem como missão a introdução de inovação e *design* na actividade artesanal, afirmando-a como uma profissão de futuro. Os próprios espaços hoteleiros têm cada vez mais a intenção de trazer para dentro de portas o carácter distintivo do património ligado às artes e ofícios locais e ao próprio ecossistema do local.

Valoriza-se, cada vez mais, a preservação do Espaço, as espécies endógenas. O Tempo assume o carácter de exclusividade absoluta, o desejo de viver «devagar», o apelo às origens e à terra, a formas de viver simples, onde o contacto com a Natureza surge como um novo paradigma de «Luxo»: Esta nova tendência é ainda reforçada pelo desejo de usufruir de experiências desenhadas à medida. A singularidade assume um papel importante na valorização da oferta, o novo e exigente turista quer sentir-se único e valorizado. O detalhe e a personalização no serviço é cada vez mais importante nesta nova tendência, a sensação de «home away from home» é chave. A forma mais tradicional e clássica de oferecer um serviço personalizado é quase uma obrigatoriedade, os pequenos toques pessoais adequados ao cliente de acordo com os seus gostos pessoais é algo muito apreciado.

De acordo com alguns especialistas, vivemos e viveremos a era do «turismo consciente», desde as preocupações com os direitos humanos, igualdade, economia local, como forma de melhorar as condições de trabalho e as preocupações ambientais influenciarão o segmento do Luxo no Turismo. E termino com uma frase que faz parte da forma como eu e a minha família partilhamos o novo projecto de Turismo na Herdade da Malhadinha Nova que abrirá portas em 2020. A simplicidade dos novos espaços todos eles outrora ruínas de «montes alentejanos» espalham-se pelos 450 hectares da propriedade, onde as memórias de outros tempos e a arquitectura inspirada na traça Alentejana aliam tradição e modernidade: «A simplicidade é o novo luxo».

The essence of luxury in tourism

«Nature, space, time». These are some of the most frequently used words to describe the new trend of luxury in tourism. The appeal of the «authentic» appears as a way to support local communities and «sustainable» tourism. Contact with local culture and customs is, fortunately, in my opinion, a factor of enormous enhancement and distinction. All around the world numerous companies in the field of product design are on a mission to introduce innovation and design to the craft industry, affirming it as a profession of the future. Hotel spaces themselves are increasingly intent on bringing through their doors the distinctive character of heritage associated with local arts and crafts and the local ecosystem itself.

The preservation of the space, native species, is increasingly valued. Time takes on the character of absolute exclusivity, the desire to live «slowly», the appeal of the origins and the land, for simple ways of living, where contact with nature emerges as a new paradigm of «luxury». This new trend is further strengthened by the desire to enjoy custom-made experiences. Uniqueness plays an important role in adding value to what is on offer; the new and discerning tourist wants to feel unique and valued.

Detail and customisation regarding service is increasingly important in this new trend, the feeling of a «home away from home» is key. The most traditional and classic way of offering a customised service is almost a must; the small personal touches tailored to the customer's personal tastes is something much appreciated.

According to some experts, we are experiencing and will continue to experience the era of «conscious tourism», from concerns about human rights, equality, to the local economy, as a way of improving working conditions and environmental concerns will influence the luxury segment in tourism. And I end with a sentence that is part of the way my family and I share the new tourism project at the Herdade da Malhadinha Nova that will open in 2020. The simplicity of the new spaces, all of them former ruins of «Alentejo farmhouses», spread over the property's 450 hectares, where memories of former times and the Alentejo style inspired architecture combine tradition and modernity: «Simplicity is the new luxury».

MOHR LIFE SPA

A luxuosa omnipresença da montanha
Luxury and mountains everywhere

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Situado na impressionante paisagem do Tirol, em Lermoos, na Áustria, com a montanha Zugspitze no horizonte, o Mohr Life Resort ganhou recentemente um novo espaço de bem-estar cujo traço arquitectónico é do *atelier* noa* (network of architecture). Inspirado na deslumbrante natureza circundante, este novo espaço pretende manter um diálogo directo com a morfologia, a cultura e a história do local. Construída numa encosta suave, logo abaixo do hotel, a nova área de bem-estar possui 600 m² e oferece vistas sobre o vale Ehrwalder Becken e sobre a imponente montanha, a fronteira geográfica entre a Áustria e a Alemanha. Foram, aliás, a beleza, a força e a sumptuosidade de Zugspitze a inspiração para este projecto. A nova área de bem-estar foi concebida como uma plateia de um teatro, o local ideal para admirar essa extraordinária obra-prima da natureza.

O piso térreo compreende um *lounge* privativo, um *lobby* com um bar, o *spa* propriamente dito e uma sauna panorâmica, para além dos balneários. Uma escadaria cénica em espiral indica o centro do edifício e leva ao primeiro andar,

Set in the impressive Tyrolean landscape, in Lermoos, Austria, with the Zugspitze mountain on the horizon, the Mohr Life Resort has recently gained a new wellness space, the architectural design of which was created by the noa* (network of architecture) practice. Inspired by its stunning natural surroundings, the intention of this new space is to maintain a direct dialogue with the local morphology, culture and history. Built on a gentle slope, right beneath the hotel, the new wellness area develops over 600 sqm and offers views over the Ehrwalder Becken valley and of the towering mountain marking the geographical border between Austria and Germany. Indeed, the beauty, strength and magnificence of the Zugspitze mountain were the inspiration for this project. The new wellness area has been designed like the seating in a theatre, the ideal place from which to admire this extraordinary masterpiece of nature.

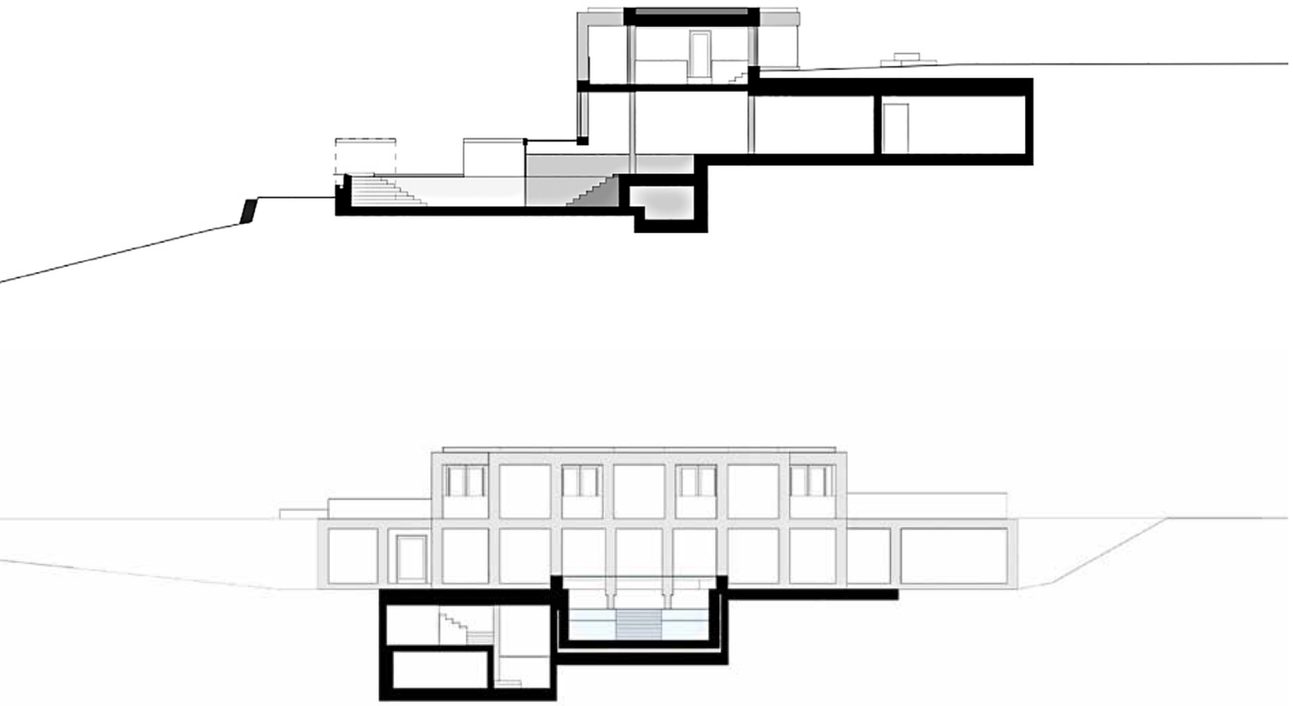
The ground floor contains a private lounge, a lobby with a bar, the spa itself and a panoramic sauna, in addition to the changing rooms. A scenic spiral staircase

onde os hóspedes se deleitam com dez etapas de tratamentos. No exterior, uma enorme piscina infinita é a extensão natural da área de bem-estar, assim como as seis caixas sobre a piscina, que funcionam como ilhas e são o local perfeito para o relaxamento e imersão na natureza. As áreas de relaxamento, como camarotes de teatro com vista para a montanha, incluem duas espreguiçadeiras com *designs* diferentes, e outros elementos decorativos criados especialmente pela noa e fabricados por artesãos.

A estrutura do edifício é composta por cubos simples de concreto e vidro, sendo que este último, ao mesmo tempo que conecta visualmente os ambientes internos com os externos, permite o reflexo da majestosa paisagem. De longe, as diferentes formas do edifício praticamente desaparecem, já que o que se vê é uma tela que espelha a gigantesca silhueta de Zugspitze, que muda de tonalidade à medida que a luz do dia se transforma. No interior, as cores e os tecidos foram inspirados nos palcos do teatro: o algodão e o veludo suave estão mergulhados em tons quentes de *bordeaux*.

marks the centre of the building and leads up to the first floor, where guests indulge in ten treatment stages. Outside, a huge infinity pool provides the natural extension of the wellness area, just like the six boxes over the pool, which act as islands and provide the perfect place for relaxation, immersed in nature. These relaxation areas, like mountain-view theatre boxes, contain two sun loungers with different designs, and other decorative elements created especially by noa* and handcrafted by artisans.

The structure of the building is composed of simple concrete and glass cubes. These cubes, while visually connecting indoor and outdoor environments, allow the reflection of the majestic landscape. From afar, the different shapes of the building practically disappear, as what you see is a screen reflecting the gigantic silhouette of the Zugspitze, which changes colour as daylight changes. Inside, colours and fabrics were inspired by theatre stages: cotton and soft velvet are steeped in warm *Bordeaux* colours.



LONDRES

Cinzenta, mas de muitas outras cores!
Grey, but of many colours!

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

É uma das maiores cidades europeias e também uma das mais visitadas de todo o mundo. Por isso mesmo, já quase tudo se disse sobre Londres, ainda que, em cada visita, haja sempre novas descobertas. Mas, para quem tem na bagagem pouco tempo e/ou nunca pisou as terras de Sua Majestade, as 'verdades La Palice' são imprescindíveis.

A antiga e tradicional Londres atrai turistas de todo o mundo, sendo que um terço da sua população é constituído por imigrantes estrangeiros. Como todas as cidades do velho mundo, possui uma cultura rica e uma história milenar que atraem quem deseja conhecer os seus monumentos, edificações, as histórias e a História por trás de cada um deles. Para uma visita 're-lâmpago', um passeio de barco pelo Tamisa, que cruza a cidade de oeste a leste, permite vislumbrar de longe atracções como o Palácio de Henrique VIII, o Hampton Court Palace, o Jardim Botânico Real, Kew Gardens, Palácio de Westminster, onde se encontra o Parlamento do Reino Unido, e o seu famoso Big Ben, a Tower Bridge, a Tower of London e a roda gigante London Eye, também conhecida como Millennium Wheel.

It is one of Europe's largest cities and also one of the most visited in the world. For that reason alone, almost everything has been said about London, although on every visit there is always something new to discover. But for those who have little time in their luggage and/or have never stepped on Her Majesty's soil, the obvious highlights are essential.

Old and traditional London attracts tourists from all over the world, while a third of its population is made up of foreign immigrants. Like all cities of the old world, it has a rich culture and an ancient history that attract anyone interested in seeing its monuments and buildings, and finding out the stories and history behind each one of them. For a whistle-stop visit, a boat trip on the Thames, which crosses the city from west to east, allows you distant glimpses of attractions such as Henry VIII's Palace, Hampton Court Palace, the Royal Botanic Gardens, Kew, Westminster Palace, home to the UK's Houses of Parliament, and to the famous Big Ben, Tower Bridge, the Tower of London and the London Eye, also known as the Millennium Wheel.

A rua mais popular de Notting Hill é a Portobello Road, onde acontece um reputado mercado de antiguidades.

\\ The most popular street in Notting Hill is Portobello Road, where a renowned antique market takes place.

Mas embrenhemo-nos nos movimentados e apressados bairros e ruas da capital inglesa. Contrastando com a neblina – ainda que Londres faça mil e uma caras num só dia –, há uma imensidão de cores, a começar nos ziguezagueantes autocarros vermelhos de dois andares, ou nas cabines telefónicas da mesma cor. West End é o centro de Londres por excelência. É nesta zona que ficam os principais teatros e praças emblemáticas, como Piccadilly Circus, Trafalgar Square e Leicester Square. É também aqui que se pode passear nas ruas mais cosmopolitas da cidade, como a Oxford, a Regent, a Bond e a Carnaby Street. O Soho e o Covent Garden, pequenos bairros dentro de West End, são igualmente imperdíveis, com a sua atmosfera vibrante, feita de lojas bonitas e originais, bares animados e restaurantes para todos os gostos. Antes de outras aventuras por outras

But let's make our way into the bustling neighbourhoods and streets of the English capital. In contrast to the old cliché of fog – even though London takes on a thousand and one guises in a single day – there is a host of colours, starting with the zigzagging red double-decker buses, or the telephone boxes of the same colour. The West End is the centre of London par excellence. In this quarter we find the main theatres and iconic squares, such as Piccadilly Circus, Trafalgar Square and Leicester Square. This is also where that you can stroll down some of the city's most cosmopolitan streets, such as Oxford Street, Regent Street, Bond Street and Carnaby Street. Soho and Covent Garden, small neighbourhoods within the West End, are equally must-sees, with their vibrant atmosphere, made up of beautiful and original shops, lively bars and

zonas, há que visitar Chinatown, onde se pode saborear a melhor comida chinesa de Londres e encontrar especiarias orientais inusuais.

Enquanto Camden Town é um dos bairros mais extravagantes de Londres, com 'personagens' exóticas, lojas bizarras, mercados originais e sabores vindos dos quatro cantos do mundo, Notting Hill é um dos mais charmosos e coloridos, onde muitas celebridades resolveram morar. A rua mais popular é a Portobello Road, onde acontece o reputado e caríssimo mercado de antiguidades.

Do outro lado do rio está South Bank, com a sua roda gigante, imensas referências a William Shakespeare, o reputado museu de arte contemporânea Tate Modern e Borough Market, o principal mercado de frescos e produtos alimentares da cidade.

Antes da partida, há que assistir a um musical, passear num dos verdejantes parques da cidade, visitar alguns dos belíssimos museus, a imponente Catedral de São Paulo e, claro, o Palácio de Buckkingham, residência da rainha, aproveitando para assistir ao render dos 'soldadinhos' vermelhos, com 'peluches' pretos em jeito de chapéu.

restaurants to suit all tastes. Before venturing into other areas, take the time to visit Chinatown, where you can sample London's best Chinese food and find some unusual oriental spices.

While Camden Town is one of London's most extravagant neighbourhoods, with exotic 'characters', bizarre shops, original markets and flavours from the four corners of the world, Notting Hill is one of its most charming and colourful neighbourhoods, and where many celebrities have chosen to make their home. The most popular street is Portobello Road, where the renowned and expensive antiques market is held.

Across the river is South Bank, with its big wheel, many references to William Shakespeare, the renowned contemporary art museum Tate Modern and Borough Market, the city's premier fresh produce and food market.

Before you leave, you must take in a musical, stroll through one of the city's green parks, visit some of the beautiful museums, the imposing St. Paul's Cathedral and, of course, Buckingham Palace, the Queen's residence, enjoying the changing of the guards and the soldiers in their furry busbies.

CRISTINA BORGES DE CARVALHO
Directora Regional de Relações Públicas dos Hotéis Anantara
Anantara Hotels Area Director of PR

Viagem «carpe diem»

A nova definição de luxo tem tudo que ver com *aproveitar o dia*, impulsionada pela crença de que as experiências personalizadas e autênticas melhor combinam o dinheiro e o tempo dos viajantes, desencadeado pelo desejo de saborear o maior número possível de novos destinos e experiências emocionantes, enquanto ainda se quer viajar com conforto.

Esta tendência acompanha outros movimentos, como a procura de destinos isolados e intocados, ou evitar multidões em locais com excesso de turismo. De acordo com o último relatório da *Virtuoso*, a interação genuína com os habitantes locais proporciona aos viajantes uma apreciação mais profunda das pessoas e culturas que encontram. No fundo, eles querem sentir o máximo que puderem, mesmo que tenham de explorar vários países, em viagens mais curtas. Por isso, podem querer combinar uma *ski thrill* com uma praia de sonho *dolce far niente*, ou uma *city escape* com uma aventura na selva. A comida também desempenhará um papel importante na apresentação da cultura e do património da região. Nesta viagem de nicho, os turistas dedicam um tempo considerável não só à recolha de restaurantes com estrelas Michelin, mas também a visitas gastronómicas, concentradas na exploração de comida e vinho indígenos, aulas de culinária, comer em casas particulares ou encontros *farm-to-table*.

Na vida é a viagem que conta, não o destino.

Aproveitar o dia é a regra mais importante. Adoptando a filosofia de que a viagem é metade da diversão, os viajantes de luxo estão agora a optar por explorar as suas paixões. Exemplos poderiam incluir: contratar um *personal shopper* para guiá-los nas últimas lojas *pop-up*; fomentar os pequenos prazeres da vida, como degustar vinho com o proprietário de uma adega da zona; alugar uma Vespa para descobrir uma nova cidade ou uma Harley Davidson para se fazer à estrada.

O interesse do consumidor está a mudar, e o viajante de hoje quer experiências únicas em vez de commodities. Para ter sucesso nesta indústria, os hotéis terão de conceber experiências locais e personalizadas emocionantes para os seus hóspedes. Os viajantes também querem ficar em lugares que reflictam o destino – estalagens cheias de caráter na Croácia, pequenos hotéis de bairro em Buenos Aires, ou mesmo casas particulares em Havana.

A vida é uma viagem, viaje-a bem.

«Carpe diem» journey

The new definition of luxury is all about *seizing the day*, driven by the belief that personalised and authentic experiences best combine travellers' money and time, triggered by the desire to savour as many new destinations and exciting experiences as possible, while still wanting to travel in comfort.

This trend accompanies other movements, such as seeking secluded, unspoiled destinations, or avoiding crowds at over-touristy places. According to the latest *Virtuoso* report, genuine interaction with locals provides travellers with a deeper appreciation of the people and cultures they encounter. Basically, they just want to feel as much as they can, even if they have to explore multiple countries, over shorter journeys. Hence, they may want to pair a ski thrill with a *dolce far niente* dream beach, or a city escape with a jungle adventure. Food will also play a major role in showcasing the culture and heritage of the area. This niche travel sees tourists dedicating a considerable time not only to collecting Michelin-starred restaurants, but also to gastro tours, concentrated on exploring indigenous food and wine, cooking classes, eating in private homes or farm-to-table encounters.

Life is about the journey, not about the destination.

Seizing the day is the most important rule. Embracing the philosophy that the journey is half the fun, upscale travellers are now choosing to exploit their passions. Examples could include getting a personal shopper to guide them through the latest pop-up stores; nurturing the smaller pleasures in life such as tasting wine with the owner of a local winery; renting a Vespa to discover a new city or a Harley Davidson to hit the road.

Consumer interest is shifting, and today's traveller wants unique experiences instead of commodities. To be successful in this industry, hotels will have to design exciting local and personalised experiences for their guests. Travellers also want to stay in places that reflect the destination – inns full of character in Croatia, small neighbourhood hotels in Buenos Aires, or even private homes in Havana.

Life is a journey, travel it well.

SANTO TIRSO
ESTAMOS À SUA ESPERA
SANTO TIRSO
CÂMARA MUNICIPAL

WWW.CM-STIRSO.PT
/CM-STIRSO.PT
MUNICIPIO_DE_SANTO_TIRSO
ISSUU.COM/SANTOTIRSO

CAFÉ DE L´HOMME

Elegante, atemporal e mágico
Elegant, timeless and magical

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1, 3, 6E 11 PIERREMONETA; 2 FRANK CAMUZAL; 4, 5, 7,8–10 WILLIAM BEAUCARDET

No coração de um dos lugares mais visitados do mundo, situa-se o Café de l'Homme, cuja história se mistura com a do palácio que o acolhe. A paisagem é de cortar o fôlego, superlativada no terraço, quando os raios de sol cintilam na estrutura metálica da Torre Eiffel, se espraiam pelo Champ de Mars e pelos jardins do Trocadéro e vão fulgir ainda mais na superfície ondulada do Sena. Estamos, pois, em Paris, a eterna cidade do amor.

In the heart of one of the most visited places in the world stands the Café de l'Homme, the history of which blends with that of the palace housing it. The cityscape is breathtaking, reaching its zenith on the terrace, when the sun's rays sparkle on the metal structure of the Eiffel Tower, spread out across the Champ de Mars and through the Jardins du Trocadéro and intensify their sheen even further on the rolling surface of the Seine. We are, of course, in Paris, the eternal city of love.

A oferta culinária do Café de l'Homme destaca os produtos locais franceses e explora as novas tendências gastronómicas dos cinco continentes. \\ Café de l'Homme's culinary offerings highlight local French products and explore new gastronomic trends from the five continents.

O Palais de Chaillot foi construído no âmbito da Exposição Universal de Paris de 1937, no local onde existira a Villa Trocadéro, um palácio em estilo mourisco. Actualmente, o Palais de Chaillot acolhe o Musée National de la Marine, o Théâtre National de Chaillot, a Cité de l'Architecture et du Patrimoine (que compreende várias entidades) e o Musée de l'Homme, que dá acesso a este refúgio gastronómico.

Encerrado em 2011, o Café de l´Homme reabriu em 2015 com decoração e *design* totalmente repensados e assinados pelos arquitectos Gilles & Boissier. O conceito foi criar um ambiente que conjugasse uma decoração contemporânea, com móveis feitos totalmente sob medida e com um toque *art déco* dos anos 30, tão característico do Palais de Chaillot. Nos 500 m² do restaurante e nos 300 m² do seu terraço, os sócios Coco Coupérie-Eiffel (bisneta de Gustave Eiffel) e Christophe Bonnat quiseram criar uma *brasserie* parisiense contemporânea e elegante, que seduz os clientes não só pelo seu ambiente especial, mas também pela sua gastronomia e carta de vinhos excepcionais. Original e tradicional, a oferta culinária do Café de l'Homme destaca os produtos locais franceses e explora as novas tendências gastronómicas dos cinco continentes com paixão e criatividade. O *Chef* Julien Thibault mergulha na riqueza dos *terroirs* franceses e expressa com sinceridade e autenticidade os verdadeiros sabores e os aromas originais. Como o local, ele compõe pratos com elegância e delicadeza, uma fusão de tradição e inovação. Como a herança culinária da França também passa pelas vinhas, a adega do Café de l'Homme tem uma selecção de mais de 200 referências de vinhos das melhores regiões vinícolas, alguns deles tesouros de grande raridade.

Nos dias mais quentes, o Café de l'Homme abre as portas de seu maravilhoso terraço, onde o sol acaricia a estátua de Hércules domando um búfalo (escultura de Albert Pommier, 1937). Neste lugar elegante e atemporal, que homenageia a França, os olhares estendem-se para o horizonte culturalmente mágico...

The Palais de Chaillot was built as part of the 1937 World's Fair in Paris, where the Villa Trocadéro, a Moorish-style palace, once stood. Today the Palais de Chaillot is home to the Musée National de la Marine, the Théâtre National de Chaillot, the Cité de l'Architecture et du Patrimoine (which includes several bodies) and the Musée de l'Homme, through which you reach this gastronomic refuge.

Closed in 2011, the Café de l'Homme reopened in 2015 with a completely redeveloped *décor* and design, created by architects Gilles & Boissier. The concept was to create an environment that combined contemporary *décor* with custom-made furniture and with an art deco touch from the 1930s, so characteristic of the Palais de Chaillot. Throughout the restaurant's 500 sqm and the 300 sqm of its terrace, partners Coco Coupérie-Eiffel (Gustave Eiffel's great-granddaughter) and Christophe Bonnat wanted to create a contemporary and elegant Parisian *brasserie*, which entices guests not only with its special atmosphere, but also with its exceptional cuisine and wine list. Original and traditional, Café de l'Homme's culinary offerings highlight local French products and explore new gastronomic trends from the five continents with passion and creativity. Chef Julien Thibault delves into the wealth of French *terroirs*, while sincerely and authentically expressing honest flavours and original aromas. Like the setting, he concocts dishes with elegance and delicacy, in a fusion of tradition and innovation. And as France's culinary heritage also includes vineyards, the Café de l'Homme wine cellar has a selection of over 200 wines from the best wine regions, some of them treasures of great rarity.

On warmer days the Café de l'Homme opens the doors of its wonderful terrace, on which the sun caresses the statue of Hercules taming a buffalo (sculpture by Albert Pommier, 1937). In this elegant and timeless place, which pays tribute to France, your gaze is caught by the culturally magical horizon...

MOXY EAST VILLAGE

O luxo, a arte e as memórias da cidade
Luxury, art and memories of the city

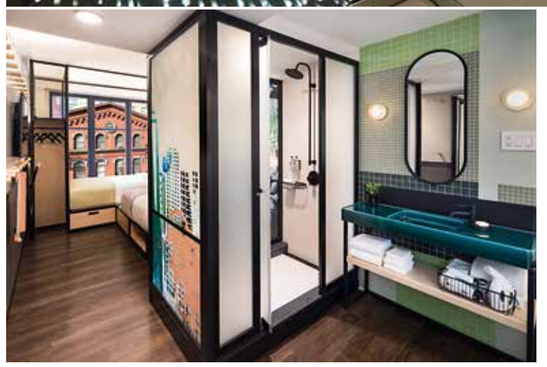
TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

O Rockwell Group, um premiado *atelier* de arquitectura e *design*, foi o responsável pelo interior do novo Hotel Moxy East Village de Nova Iorque. Situado em frente à famosa discoteca nova-iorquina Webster Hall e a poucos quarteirões da NYU (Universidade de Nova Iorque), este novo hotel é uma lufada de ar fresco no já vibrante bairro.

O conceito de *design* do Rockwell Group baseia-se na riquíssima pátina urbana de Nova Iorque, em que várias 'camadas' de diferentes épocas coexistem. Também o interior do Moxy East Village tem esse semblante urbano, aliado às várias instalações de arte de reconhecidos artistas contemporâneos. Cada andar revela uma camada diferente na narrativa do bairro, para evocar memórias da cidade e criar um senso de descoberta nos hóspedes.

Rockwell Group, an award-winning architecture and design firm, was responsible for the interior of New York's new Moxy East Village Hotel. Stood opposite the famous New York nightclub Webster Hall and a few blocks from NYU (New York University), this new hotel is a breath of fresh air in this already vibrant neighbourhood.

Rockwell Group's design concept is based on New York's rich urban patina, in which several 'layers' of different eras coexist. The interior of Moxy East Village also has this urban look, combined with various art installations by renowned contemporary artists. Each floor reveals a different layer in the neighbourhood's narrative, to conjure up memories of the city and create a sense of discovery in guests.



No Little Sister Bar & Lounge a iluminação assume um papel preponderante. \\ In the Little Sister Bar & Lounge, lighting plays a major role.

Na fachada e na entrada do hotel sobressaem os materiais que remetem para os traços industriais do bairro, enquanto as áreas públicas têm uma aparência crua e arrojada, inspirada na cena artística e musical. Mesas artísticas, tapeçarias gráficas, elevadores incomuns, escadas divertidas são alguns dos elementos originais que habitam as áreas comuns. No Little Sister Bar & Lounge a iluminação assume um papel preponderante; no Restaurante Cathédrale ressalta o ambiente inspirado na lendária sala de concertos Fillmore East; no Alphabet Bar & Café destaca-se a inspiração *punk* de East Village dos anos 70 e 80; no Alphabet Lounge evidencia-se o humor ecléctico, que evoca uma transição no tempo; no Rooftop Bar comemora-se a cultura e a energia do bairro universitário circundante. Os quartos representam um período de transição, onde o novo e o antigo se fundem, e têm uma aparência ecléctica e improvisada, com ênfase na materialidade. As suas camas de dossel, com televisão embutida, criam um ambiente dentro de um ambiente. E lá fora é Nova Iorque que vibra, emitindo ecos de muitos tempos, eras e culturas.

The façade and the entrance of the hotel are highlighted by materials that refer to the industrial features of the neighbourhood, while the public areas have a bold and raw look, inspired by the art and music scene. Artistic tables, graphic wall hangings, unusual lifts, fun staircases are some of the original elements that inhabit the communal areas. In the Little Sister Bar & Lounge, lighting plays a major role; in the Cathédrale Restaurant the atmosphere is inspired by the legendary Fillmore East Concert Hall; the Alphabet Bar & Café is highlighted by punk inspiration of East Village from the 1970s and 1980s; the Alphabet Lounge reveals an eclectic mood, evoking a transition in time; the Rooftop Bar celebrates the culture and energy of the surrounding university neighbourhood. The rooms represent a period of transition, where new and old merge, and have an eclectic, improvised appearance, with the emphasis on materiality. Their four-poster beds, with built-in TV, create an environment within an environment. And outside is New York, buzzing, emitting echoes from many periods, eras and cultures.

CLINICADOTEMPO®
WORLD LEADER IN ANTI-AGING
AND NON-INVASIVE "LIPOSUCTION"

LIPOSHAPER®
THE 1st NON-INVASIVE "LIPOSUCTION"

LOSE UP TO 20 CM IN A SINGLE 60-MIN SESSION
NO ANESTHESIA • NO PAIN • NO RECOVERY TIME

SPECIAL CONDITIONS
ON CHRISTMAS TIME!

THE "OSCAR" FOR QUALITY AND EXCELLENCE
WORLD QUALITY COMMITMENT PARIS 2019
(+351) 21 458 85 00 | clinicadotempo.com | 35-YEAR CAREER

ARCHITECTURE & DESIGN

CASA KLOOF 145

Elegantes reflexos da montanha
Elegant reflections of the mountain

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

As encostas ocidentais de Lion's Head, na Cidade do Cabo, África do Sul, eram antigamente cobertas por florestas nativas. Hoje em dia, conserva-se a vontade de preservar ao máximo o verde e as paisagens extasiantes que de lá se avistam.

O reputadíssimo gabinete de arquitectura Saota é conhecido pela sua preocupação em inserir os edifícios na paisagem, como se dela fizessem parte. Na Casa Kloof 145 não foi diferente. O primeiro desafio foi a morfologia do terreno, que teve de ser escavado para acomodar a estrutura. A casa foi concebida como um arranjo de blocos escalonados

The western slopes of Lion's Head, in Cape Town, South Africa, were once covered with native forests. Today, the will to preserve as much as possible of the green and beautiful landscapes that you can admire from there remains.

Renowned architecture firm Saota is known for being concerned about embedding buildings into the landscape as if they were part of it. Kloof 145 house was no exception. The first challenge was the morphology of the land, which had to be excavated in order to accommodate the structure. The house has been conceived as

que se erguem ao longo da encosta da montanha, com os níveis superiores recuados e privados, protegidos da visibilidade e do barulho da rua. A área inferior do edifício é expressa como «um bloco de pedra bruta», tendo o seu exterior paredes de gabião e o interior carvalho e concreto, reflectindo a montanha de onde a estrutura emerge. Acima deste piso, há um espaço de transição: um terraço verde, representando o que teria sido o nível da copa das árvores. Todos os níveis da casa estão conectados por uma escultural escadaria de madeira que gradualmente se torna mais leve à medida que se eleva. Uma caixa de ripas verticais paira sobre o terraço, funcionando como telas que podem ser abertas ou fechadas para ajustar a quantidade de luz.

Acima do terraço, estão as áreas sociais, materializadas com texturas cruas e materiais naturais. No nível mais alto, acima das copas das árvores, situam-se as áreas privadas, onde abundam as cores claras, as clarabóias e as paredes de vidro, abrindo as vistas para as praias arenosas, para as montanhas e para o Oceano Atlântico.

an arrangement of staggered blocks that rise up along the mountain slope, with the upper private levels withdrawn and shielded from the visibility and noise of the street. The lower area of the building is expressed as «block of rough stone», with its exterior gabion walls and the oak and concrete in the interior reflecting the mountain from which the structure emerges. Above this floor there is a transitional space: a green terrace, representing what would have been the treetop level. Every level of the house is connected by a sculptural wooden staircase that gradually becomes lighter as it rises. A vertically slatted box floats above the terrace, acting as screens that can be opened or closed to adjust the amount of light.

Above the terrace are the social areas, featuring raw textures and natural materials. At the highest level, above the treetops, are the private areas, filled with light colours, skylights and glass walls, opening up to views of sandy beaches, mountains and of the Atlantic Ocean.

ARCHITECTURE & DESIGN

BRIDGEHAMPTON HOUSE

Espaços de luz e de elegância
Spaces of light and elegance

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Situada em Bridgehampton, Nova Iorque, perto da costa de Long Island, a Bridgehampton House é o resultado da maior renovação e reconstrução de uma casa construída nos anos de 1980. O traço arquitectónico é do gabinete Specht Architects, uma empresa que tem como principal objectivo criar edifícios elegantes, confortáveis e intemporais, perfeitamente conectados com a paisagem envolvente e que reflectem a personalidade de quem neles habita. Apesar de ser uma empresa de arquitectura pequena, está no *Top 100* das empresas de arquitectura mundiais, segundo a *New York Magazine*, e foi considerada uma das «50 empresas emergentes em todo o mundo» pela revista *Wallpaper*. Para além dos inúmeros prémios que Specht Architects tem conquistado, alguns dos seus projectos, quer residenciais, quer comerciais, ou institucionais, já foram divulgados em mais de cem publicações de todo o mundo.

O gabinete de arquitectura dotou a Bridgehampton House de grandes janelas envidraçadas, para que permitissem largas vistas sobre a magnífica paisagem envolvente,

Located in Bridgehampton, New York, close to the shore of Long Island, Bridgehampton House is the result of a major renovation and reconstruction of a house built in the 1980s. The architectural design has been produced by Specht Architects, a company whose main purpose is to create elegant, comfortable and timeless buildings, perfectly connected to the surrounding landscape and reflecting the personality of the people who inhabit them. Despite being a small architectural firm, it is among the world's top 100 architectural firms, according to *New York Magazine*, and has been named one of the «50 Emerging Companies Worldwide» by *Wallpaper* magazine. In addition to the numerous awards that Specht Architects has garnered, some of its projects, whether residential, commercial, or institutional, have been featured in more than 100 publications worldwide.

The architecture firm has endowed Bridgehampton House with large glass windows to enable sweeping views of the magnificent surrounding landscape, including the outdoor swimming pool and garden, and to enable natural

incluindo a piscina exterior e o jardim, e para que a luz natural invadisse o interior, tornando-se o foco de toda a decoração. Tanto no exterior, como no interior, foram usadas matérias-primas simples e duráveis, como a madeira compensada, o cedro branqueado e o cedro tratado. Aliás, toda a decoração, onde predominam as cores claras, com alguns apontamentos mais escuros contrastantes, é baseada no uso da madeira de várias tonalidades, o que confere conforto e harmonia aos espaços e complementa a brilhante arquitectura desta renovada casa costeira.

light to invade the interior, making it the focus of the whole *décor*. Both outside and inside, simple and durable raw materials, such as plywood, bleached cedar and treated cedar, have been used. In fact, the entire decoration, where light colours predominate, with some darker contrasting notes, is based on the use of wood of various hues, which brings comfort and harmony to the spaces and complements the stunning architecture of this renovated coastal home.

www.cobermasterconcept.com
customer@cobermasterconcept.com

Cobermaster® Concept
Cool Art Furniture

ARCHITECTURE & DESIGN

SECULAR RETREAT

Horizontalidade e exclusividade
Horizontality and exclusivity

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Agraciado com o *Prémio Pritzker* em 2009, Peter Zumthor é um arquitecto suíço que, em 2018, completou o seu primeiro projecto de carácter permanente no Reino Unido, mais precisamente em Chivelstone. Esta habitação, implantada no lugar de uma antiga casa de madeira de 1940, marca a continuidade do trabalho de Zumthor, que preconiza uma arquitectura atemporal e reflexiva. O dramático edifício, baptizado de Secular Retreat, é o sétimo programa comissionado pela Living Architecture, que dá relevo a projectos «concebidos por importantes artistas

Awarded the *Pritzker Prize* in 2009, Peter Zumthor is a Swiss architect, who, in 2018, completed his first project of a permanent nature in the United Kingdom, and more precisely in Chivelstone. This dwelling, stood on the site of an old wooden house from the 1940s, marks the continuity of Zumthor's work, which advocates a timeless and reflective architecture. The dramatic building, given the name 'Secular Retreat', is the seventh programme commissioned by Living Architecture, which highlights projects «designed by leading artists and

e arquitectos em locais únicos e exclusivos em toda a Inglaterra». Situado nas colinas a sul de Devon, chama desde logo a atenção pelas camadas de concreto e vidro e pela sua horizontalidade, que é enfatizada pelas formas das lajes de concreto aparente. Esta horizontalidade deve-se à vontade de se enquadrar as vistas, em todas as direcções, sobre uma paisagem extensa. Efectivamente, a paisagem e o espaço aberto são fulcrais no conceito de arquitectura de Zumthor, e, por isso, o arquitecto contou com o projecto de paisagismo da Rathbone Partnership, que compreende 5000 espécies de árvores e arbustos locais.

A casa poderá acomodar até dez pessoas, com cinco quartos divididos por duas alas. Um espaço central, grande e aberto, une estas duas alas que se desenvolvem sobre uma laje de pedra, construída em placas de tamanhos diferentes para reflectir as características únicas desta matéria-prima. Os quartos são bastante simples nas suas formas, como «grandes nichos esculpidos neste tecido de concreto e vidro». Os pisos de madeira unem-se com as grandes aberturas envidraçadas, do chão ao texto, proporcionando vistas para os vales, enquanto as casas de banho seguem a linguagem do edifício: mais pedra e mais concreto. Para oferecer uma sensação de aconchego aos espaços interiores, o trabalho de marcenaria foi cuidadosamente planeado e executado, compreendendo portas, prateleiras embutidas, guarda-roupas e os móveis da cozinha, todos com acabamentos de madeira de macieira e cerejeira.

No horizonte, não há traços de outros edifícios que interrompam as linhas sinuosas das colinas. «Tranquilidade, contemplação e luxo. Eu não pude resistir ao convite para projectar este edifício» (Peter Zumthor).

architects in unique and exclusive locations throughout England». Situated in the hills of southern Devon, the property immediately grabs your attention with its layers of concrete and glass and its horizontality, which is emphasised by the shapes of exposed concrete slabs. This horizontality is down to the desire to frame the views, in every direction, over a sweeping landscape. Actually, the landscape and open space are pivotal to Zumthor's concept of architecture, and so the architect relied on the landscape design by Rathbone Partnership, which comprises 5000 species of local trees and shrubs.

The house can accommodate up to ten people, with five bedrooms divided into two wings. A large and open central space joins these two wings that develop over a stone slab, built in plates of different sizes to reflect the unique characteristics of this raw material. The rooms are quite simple in their shape, like «large niches carved in this fabric of concrete and glass». Wooden floors are combined with large glazed openings, from floor to ceiling, providing views of the valleys, while the bathrooms follow the language of the building: more stone and more concrete. To bring a feeling of comfort to the interior spaces, the carpentry work has been carefully planned and executed, and includes doors, built-in shelves, wardrobes and kitchen furniture, all with apple and cherry wood finishes.

On the horizon there are no signs of any other buildings to break the sinuous lines of the hills. «Tranquillity, contemplation and luxury. I couldn't resist the invitation to design this building» (Peter Zumthor).

Este projecto marca a continuidade do trabalho de Zumthor, que preconiza uma arquitectura atemporal e reflexiva. \\ This project marks the continuity of Zumthor's work, which advocates a timeless and reflective architecture.

CASA JA1

Um quadro histórico e paisagístico
A historical and landscape setting

TEXTO TEXT REDACÇÃO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY NUNO ALMENDRA

A vista sobre o mar – baía de Cascais –, é o quadro paisagístico desta moradia unifamiliar, situada na Rua do Porto, Estoril. A Casa JA1, com 610 m² de área de construção, projecto da Traçado Regulador – Arq.º João de Sousa Rodolfo, foi edificada numa zona tranquila e acolhedora e usufrui de uma entrada com pé-direito duplo, repleta de luz natural – que atravessa o envidraçado vertical. É também ali que, através das escadas de acesso – quase escultóricas –, nos é possível aceder aos vários pisos.

Comecemos pelo rés-do-chão: o piso onde habita a sala, com 103 m², que goza de uma vista de mar ímpar,

The view over the sea – the Bay of Cascais –, is the scenic setting of this detached property, located on Rua do Porto, Estoril. With 610 sqm of construction area, Casa JA1, designed by Traçado Regulador - architect João de Sousa Rodolfo, was built in a quiet and welcoming area. It enjoys a double height entrance, flooded with natural light, travelling through the vertical glazing. It is also from there that, through the – almost sculptural – access stairs, we can reach the various floors.

Let us begin on the ground floor: the floor housing the 103-sqm living room, which enjoys a unique sea view, and, equally, the kitchen. The dining and living areas

e, de igual modo, a cozinha. As áreas de jantar e de estar estão separadas por um móvel de *design* contemporâneo, onde o recuperador de calor, com duas faces, aquecerá as noites mais frias de Inverno, sempre que o piso radiante não estiver ligado.

Subindo ao primeiro andar, encontramos a *master suite*, com 60 m², que nos capta logo a atenção. A juntar-se a esta, existem, nesse mesmo piso, mais três *suites* – todas elas com vista mar.

No exterior, os desenhos dos pátios, ao nível da cave, fazem com que a iluminação natural entre espaços adentro, levando-nos a um contacto constante entre o interior e exterior. É aqui que a ampla garagem, para quatro carros, a *healness zone* com ginásio, a sauna e o banho turco, o escritório, a adega e a lavandaria ganham protagonismo.

A moradia foi pensada ao pormenor e, por isso, apostou-se num sistema de domótica com controlo integral de luzes, estores, cortinados, alarmes, videovigilância, videoporteiro e climatização, com controlo à distância, contribuindo para optimizar os recursos energéticos. Esta é uma casa com os olhos postos no futuro, em que a preocupação, ao nível da sustentabilidade ambiental, sempre esteve presente, desde logo, com o recurso à energia solar, seja através de painéis solares térmicos, ou através de geradores fotovoltaicos. No que toca ao isolamento térmico e acústico, a aposta foi exímia, garantindo a classificação energética A+. O sistema de rega do jardim é assegurado por um depósito de água – alimentado pelas águas pluviais drenadas da cobertura e da rede de drenagem.

Implantada no centro do Estoril, esta casa faz jus ao esplendor e *glamour* desta zona, historicamente lugar de veraneio da nobreza e alta burguesia lisboeta, que conheceu um grande desenvolvimento no início do século XX, com Fausto Figueiredo, o Casino (o maior da Europa), os hotéis e os estabelecimentos termais. Trata-se de uma casa com uma linguagem contemporânea, com um criterioso jogo de transparência, cheios e vazios, luz e sombra, que proporcionam uma excelente integração no entorno construído e natural, dando corpo a um vasto programa funcional com áreas generosas.

E, por fim, habitar nesta casa é sinónimo de conforto, mas, claro, nada melhor do que um mergulho na piscina, que nos leva ao puro relaxamento quando os olhos são postos no Oceano.

are separated by a piece of contemporary design furniture, where the two-sided wood burner will warm up the coldest winter nights whenever the underfloor heating is not turned on.

Going up to the first floor, we find the 60-sqm master suite, which immediately grabs our attention. In addition to this suite, there are a further three suites on the same floor – all with sea views.

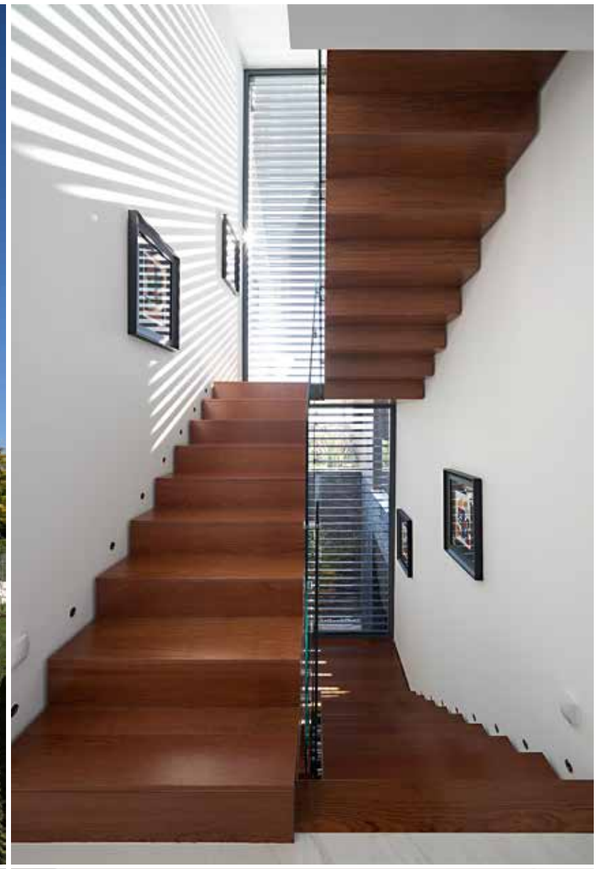
Outside, the designs of the courtyards, on the basement level, allow natural light to enter the spaces within, creating constant contact between indoors and out. This is where the large garage for four cars, the 'healness' zone with gym, the sauna and the steam room, the study, the wine cellar and the laundry room take centre stage.

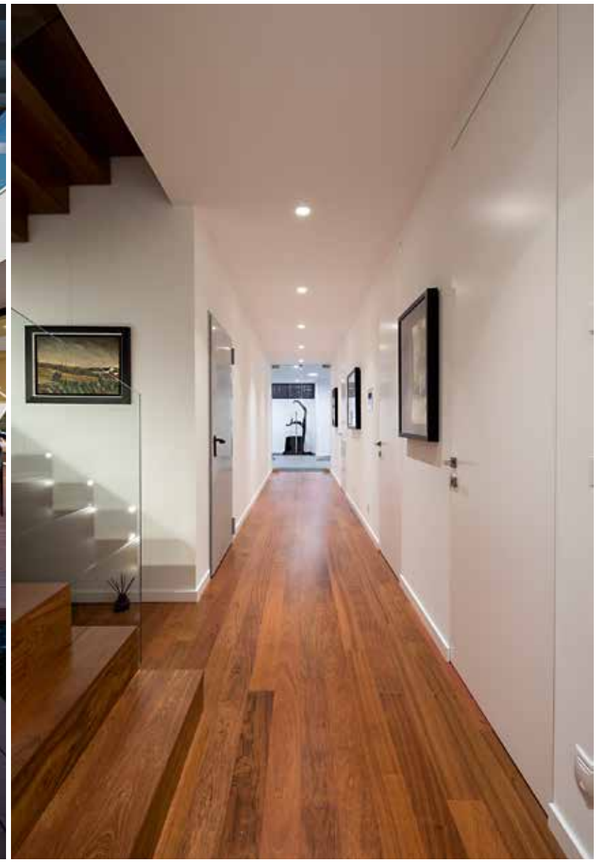
The house has been designed to the smallest detail and, therefore includes a home automation system with integral control of lights, blinds, curtains, alarms, video surveillance, video intercom and air conditioning, which can be remotely operated, contributing to the optimisation of the energy resources. This is a house with its eyes set on the future, where the concern for environmental sustainability has always been present from the outset, using solar energy, whether through solar thermal panels or through photovoltaic generators. In terms of thermal and sound insulation, nothing has been left to chance, ensuring an A+ energy classification. The garden's irrigation system is fed by a water tank fed by rainwater drained from the roof and the drainage network.

Stood in the centre of Estoril, this house does justice to the splendour and glamour of this area, historically a summer retreat for Lisbon's nobility and upper classes, which experienced major development at the beginning of the 20th century, with Fausto Figueiredo, the Casino (the largest in Europe), the hotels and the thermal spas. This is a house with a contemporary language, with a meticulous interplay of transparency, solids and voids, light and shade, which provide an excellent integration in the built and natural environment, giving substance to a vast functional programme with generous areas.

And, finally, living in this house is synonymous with comfort, but, of course, nothing could be better than a dip in the pool, ensuring the purest of relaxation, as your eyes rest on the ocean.

Implantada no centro do Estoril, esta casa faz jus ao esplendor e glamour desta zona. \\ Stood in the centre of Estoril, this house does justice to the splendour and glamour of this area.





ARCHITECTURE & DESIGN

CASA M.C.

Uma 'ponte': diálogos arquitectónicos
A 'bridge': architectural dialogues

TEXTO TEXT MARIA CRUZ \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY JOÃO MARGALHA

No meio da envolvência natural, em Romariz, Santa Maria da Feira, foi edificada a Casa M.C., uma moradia em que a entrada de luz, através das imensas janelas existentes, mostra o verdadeiro *ex-libris* do espaço – as vistas sobre o jardim. A entrada da habitação encontra-se a norte, ao nível do rés-do-chão, e é feita através de uma rampa aprazível. A existência de um declive de sul para norte deu origem a uma falsa cave – onde se centra a garagem e o salão, assim como algumas áreas de apoio à casa.

Vista de fora, da zona da piscina, é perceptível a grandiosidade desta moradia, desde logo através dos dois volumes separados que exibem a longitude do piso superior,

Built in the midst of natural surroundings, in Romariz, Santa Maria da Feira, Casa M.C. is a house, in which the light, entering through huge windows, reveals the true highlight of this space – its views over the garden. The entrance to the house is at ground level, to the north, accessed via a pleasant ramp. The existence of a slope, south to north, led to the creation of a false basement – housing the garage and hall, as well as some service areas for the house.

Seen from the outside, from the swimming pool area, the grandeur of this property immediately becomes apparent thanks to the two separate volumes that show the length of the upper floor, creating a covered parking space and

A 'ponte' fica pousada na elevação do terreno, para tirar partido das vistas do poente sobre o pinhal. \\ The 'bridge' is perched on the elevated land in order to take advantage of views to the west over the pine forest.

criando um espaço de estacionamento coberto e causando uma volumetria mais leve – uma espécie de ponte, que se relaciona com o jardim circundante. É também no piso superior onde se localizam os espaços sociais: a cozinha, a sala de estar e a de jantar – totalmente abertas ao exterior –, bem como o escritório, que fica envolvido na 'ponte', onde os olhares se encadeiam com a extensão da natureza. A 'ponte' fica pousada na elevação do terreno, para tirar partido das vistas do poente sobre o pinhal que se estende até ao fundo do terreno. E é através do corredor-ponte que os dois corpos do edifício se relacionam e o jardim flui por baixo. Toda a residência beneficia das vistas sobre o jardim envolvente, e é nesse jardim, numa cota intermédia entre a cave e o rés-do-chão, que se exibe a piscina. Neste projecto, com assinatura do atelier d'arquitectura Lopes da Costa, é constante a relação entre o interior e o exterior, o que determinou a organização funcional da moradia. Aqui, neste oásis natural, é o sol, as sombras e as vistas que reinam e fazem qualquer ser ter vontade que o tempo perdure, enquanto a azáfama do dia fica para trás.

bringing about a lighter volumetry – a kind of bridge that interacts with the surrounding garden. The social spaces are also located on the upper floor: the kitchen, the living room and the dining room – completely open to outdoors –, as well as the study, which is part of the 'bridge', where your gaze is drawn out over the extension of nature. The 'bridge' is perched on the elevated land in order to take advantage of views to the west over the pine forest that extends to the bottom of the plot. And it is through the bridge corridor that the two bodies of the building relate to each other and the garden flows underneath. The entire residence benefits from views over the surrounding garden, and it is in this garden, at an intermediate level between the basement and the ground floor, that we find the swimming pool. The relationship between indoors and outdoors is constant in this project, designed by Lopes da Costa architecture firm, determining the functional organisation of the house. Here, in this natural oasis, it is the sun, the shadows and the views that reign and that make any being want this time to last, while the hustle and bustle of the day is left behind.

Condé Nast Traveler
READERS' CHOICE AWARDS
2019
TOP 3
World Destination Spa Resort

VILA VITA SPA
sisley
PARIS

Descubra um novo oásis de bem-estar
Discover a new oasis of wellness

14 Salas de Tratamento · Tratamentos de Rosto & Corpo · Pavilhão de Ioga
Tratamentos Holísticos & Rituais de Relaxamento · Manicures & Pedicures · Hypoxi Studio
14 treatment rooms · Facials & Body Treatments · Yoga Pavilion
Holistic Treatments & Relaxation Rituals · Manicures & Pedicures · Hypoxi Studio

VILA VITA PARC
★ ★ ★ ★ ★
ALGARVE

HYPOXI
design your body

Rua Anneliese Pohl, Alporchinhos · P-8400-450 Porches · Algarve · Portugal
Tel: +351 282 320 351/2 · spa@vilavitaparc.com · vilavitaparc.com/spa

PIAGET

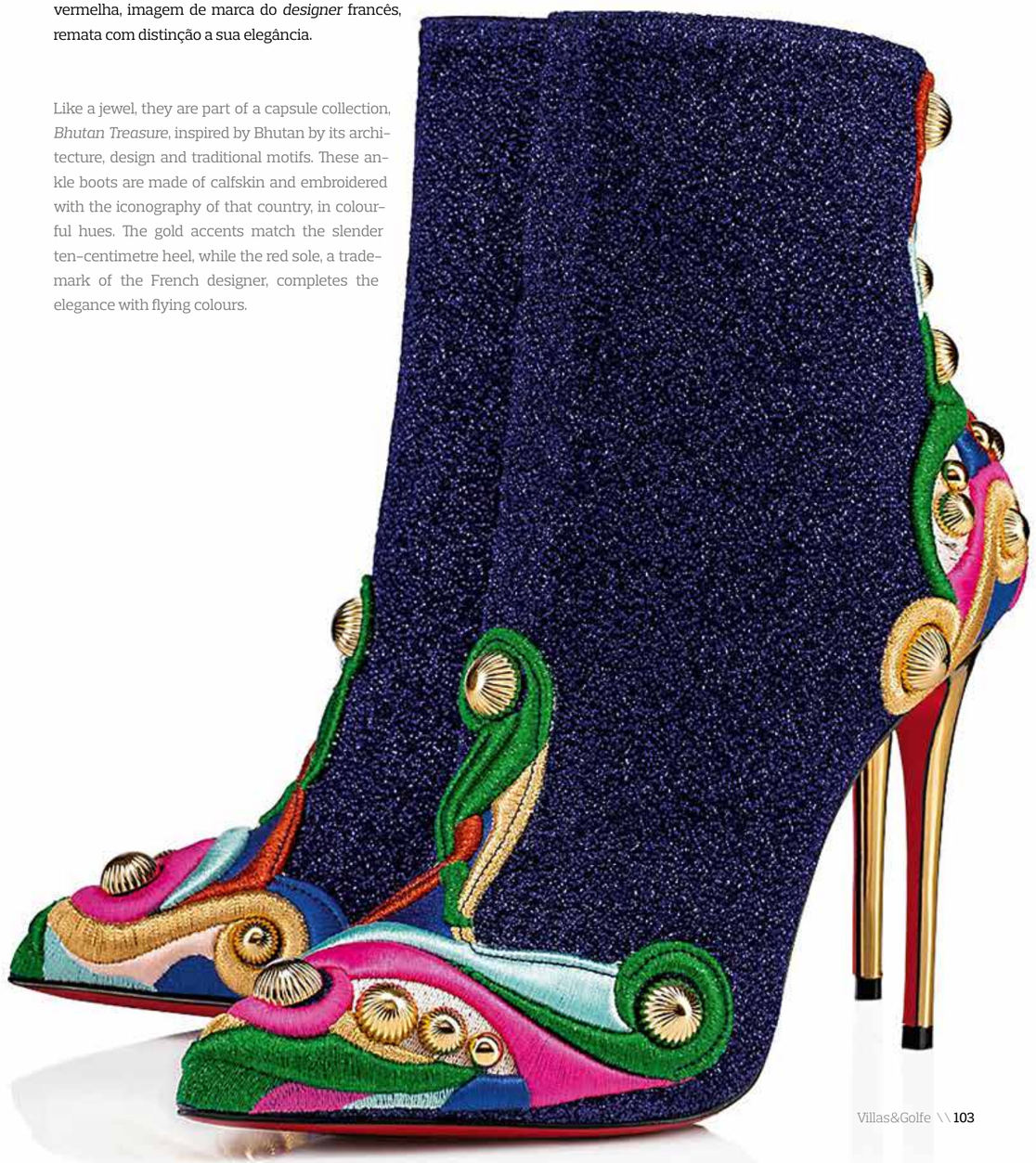
Golden Oasis é uma colecção da Piaget inspirada na natureza, na sua luz e nos seus tons intensos. Aproveitando o *savoir-faire* artesão e a imaginação da Piaget, esta colecção explode com a energia e o esplendor do ouro e dos detalhes de pedras preciosas brilhantes. O colar *Blue Waterfall* é umas das criações desta colecção e apresenta um pendente removível, sendo, por isso, uma peça comutável que brinca com a dinâmica natureza da água.

The *Golden Oasis* collection by Piaget is inspired by nature, by its light and by its intense colours. Taking advantage of Piaget's artisan *savoir-faire* and imagination, this collection explodes with the energy and splendour of gold and of sparkling precious stone details. The *Blue Waterfall* necklace is one of the creations of this collection and features a removable pendant, which therefore makes it a switchable piece, which toys with the dynamic nature of water.

CRISTIAN LOUBOUTIN

São como uma jóia e fazem parte de uma colecção cápsula, *Bhutan Treasure*, inspirada no Butão, na sua arquitectura, *design* e motivos tradicionais. Estes botins são fabricados em pele de bezerro e bordados com a iconografia daquele país, em tons coloridos. Os apontamentos dourados combinam com o tacão fino de dez centímetros, e a sola vermelha, imagem de marca do *designer* francês, remata com distinção a sua elegância.

Like a jewel, they are part of a capsule collection, *Bhutan Treasure*, inspired by Bhutan by its architecture, design and traditional motifs. These ankle boots are made of calfskin and embroidered with the iconography of that country, in colourful hues. The gold accents match the slender ten-centimetre heel, while the red sole, a trademark of the French designer, completes the elegance with flying colours.



TOPÁZIO

Marca conceituada na criação de obras de arte em ouro e prata, a Topázio nasceu pelas mãos de Manuel José Ferreira Marques, em 1874. Desde sempre, os seus mestres artesão transformam desenhos em peças de decoração, cutelaria, joalharia e *Art de la Table*. *Rivière* é uma das novas colecções de joalharia da marca e dela faz parte este colar, assinado pela *designer* Anabela Dias. É fabricado em prata com zircónias azuis, com acabamento em ouro.

A renowned brand in the creation of works of art in gold and silver, Topázio was founded by Manuel José Ferreira Marques, in 1874. Right from the outset, its master craftsman have excelled in transforming designs into decorative pieces, cutlery, jewellery and *Art de la Table*. *Rivière* is one of the brand's new jewellery collections, which includes this necklace, created by designer Anabela Dias. It is made of silver with blue zirconia, with gold finish.

CHANEL

«A moda passa, o estilo é eterno». A citação de Coco Chanel encerra o espírito de elegância que celebrou em vida. Exemplo desse estilo que se perpetua é o relógio *Code Coco*, lançado pela primeira vez em 2017 e que agora regressa com novos modelos, incluindo dois de alta joalharia. Os diamantes representam a eternidade. O vermelho dos rubis simboliza a paixão. Esta jóia mecânica aparece cravejada com pedras preciosas para um estilo único e audacioso.

«Fashion passes, style is eternal». Coco Chanel's quote embodies the spirit of elegance she celebrated during her lifetime. An example of this ongoing style is the *Code Coco* watch, first launched in 2017 and now returning with new models, including two luxury jewellery versions. Diamonds represent eternity. The red of rubies symbolises passion. This mechanical piece of jewellery is studded with precious stones for a bold and unique style.

BURBERRY

O *sweater* da Burberry, tricotado em lã merino e seda, é uma peça muito versátil, podendo ser usada com calças ou saia. Para essa polivalência também contribuem as cores disponíveis, preto e bege claro, cuja neutralidade combina com qualquer agasalho. A gola alta, ideal para os dias mais quentes, é canelada, assim como o cós largo e os punhos, estes últimos com um detalhe de fita com logótipo da marca britânica.

This Burberry sweater, knitted in merino wool and silk, is a very versatile piece that can be worn with trousers or a skirt. This versatility is also helped by the colours in which it is available, black and light beige, the neutrality of which matches any coat. The turtleneck, ideal for warmer days, is ribbed, as are the wide waistband and cuffs, while the latter features a ribbon detail with the British brand's logo.

ÂME MOI

Para além das colecções sazonais, a âme moi reedita alguns dos seus mais icónicos modelos, que ganharam este estatuto por mérito próprio, mas também pela aceitação especial que despertam. É o caso da mala *Amália*, inspirada na maior diva do Fado: Amália Rodrigues. Surgiu pela primeira vez em 2016, e sofre agora uma reestilização. A sua manufactura implica seis horas de trabalho dedicado e intensivo e é composta por 72 componentes, exigindo um total de 64 operações. *Amália*, com o seu forro vermelho – identidade da âme moi –, é um modelo *vintage* contemporâneo e é um tributo sentido a Amália, no ano do seu centenário.

In addition to seasonal collections, âme moi reissues some of its most iconic models, which have earned this status on their own merit, but also due to the special interest they arouse. This is the case of the *Amália* bag, inspired by Fado's greatest diva: Amália Rodrigues. It first appeared in 2016 and has now undergone some restyling. Comprising 72 components, and requiring a total of 64 operations, to make one it takes six hours of dedicated and intensive work. *Amália*, with its red lining – the hallmark of âme moi –, is a contemporary vintage model and is a heartfelt tribute to Amália in the year of her centenary.

GUCCI

Gucci Mémoire d´une Odeur é uma *eau de parfum* que transcende o género e explora o poder da memória. Misturada pelo mestre perfumista Alberto Morillas, sob a visão de Alessandro Michele, esta fragrância estabelece uma nova família olfactiva: Mineral Aromático. A camomila romana e o jasmim indiano misturam-se com almíscares, criando profundidade, enquanto o cedro e o sândalo trazem intensidade a este perfume inesquecível, tal como as memórias felizes.

Gucci Mémoire d´une Odeur is an *eau de parfum* that transcends gender and explores the power of memory. Blended by master perfumer Alberto Morillas, under the vision of Alessandro Michele, this fragrance establishes a new olfactory family: Aromatic Mineral. Roman chamomile and Indian jasmine are blended with musk to create depth, while cedar and sandalwood bring intensity to this unforgettable perfume, just like happy memories.

\\QUINTESSENCE

JAEGER-LECOULTRE

Elegante e refinado, o relógio *Master Grande Tradition Tourbillon Céleste* em ouro branco da Jaeger-LeCoultre tem um mostrador azul *degradé* e um turbilhão orbital que executa uma revolução completa em torno dele. O tratamento *Super-LumiNova* é aplicado nos marcadores de horas e constelações, evocando o brilho dos corpos celestes numa noite estrelada. No seu coração 'bate' um movimento mecânico de corda manual que possui 334 peças e uma reserva de marcha de 45 horas.

Elegant and refined, the Jaeger-LeCoultre *Master Grande Tradition Tourbillon Céleste* watch, in white gold, has a *degradé* blue dial and an orbital flying tourbillon that performs a complete turn around it. The *Super-LumiNova* treatment is applied to the hands and the constellations, evoking the glow of celestial bodies on a starry night. At its heart beats a mechanical hand wound movement that has 334 pieces and a 45-hour power reserve.

MONTBLANC

Através da sua parceria com a (RED), a Montblanc aumenta a conscientização para a luta contra o VIH e oferece às pessoas a oportunidade de ajudar com a compra de produtos da colecção *(Montblanc M) RED*. O valor angariado vai directamente para o Fundo Global para apoiar programas de VIH na África Subsaariana. Para além dos instrumentos de escrita desta colecção, a marca lançou agora o *trolley* de viagem, o companheiro leve e durável para viagens de lazer e negócios.

Through its partnership with (RED), Montblanc is further raising awareness of the fight against HIV, while offering people the opportunity to help with the purchase of products from the *(Montblanc M) RED* collection. The money raised goes directly to the Global Fund supporting HIV programmes in sub-Saharan Africa. In addition to the writing instruments in this collection, the brand has now launched the cabin trolley case, the lightweight and durable companion for leisure and business travel.

ASTON MARTIN

A Aston Martin quer ser a primeira marca de luxo com emissões zero, misturando as tendências de electrificação e de condução autónoma. O *Lagonda Vision Concept* é um estudo aproximado de um modelo em série que será lançado em 2021. Enquanto o interior foi pensado para oferecer requinte, luxo e espaço, o exterior possui linhas aerodinâmicas muito cuidadas. Ainda que a marca não tenha revelado dados de motorização, assegura uma autonomia de mais de 640 quilómetros.

Aston Martin wants to be the first luxury brand with zero emissions, blending electric motorisation and autonomous driving trends. The *Lagonda Vision Concept* is an approximate study of a mass produced model that will be launched in 2021. While the interior has been designed to offer refinement, luxury and space, the exterior boasts meticulously aerodynamic lines. Although the brand has not revealed any motorisation data, it assures a range of more than 640 kilometres.

HERMÈS

Bel Ami da Hermès é uma *eau de toilette* lançada em 1986. Foi assinada pelo perfumista Jean-Louis Sieuzac e já foi considerada uma das melhores fragrâncias masculinas de todos os tempos. Nela, o perfumista interpreta o couro com opulência e carácter. Clássica, mas ao mesmo tempo moderna e distinta, *Bel Ami* é uma referência ao romance homónimo de Guy de Maupassant. Também a fragrância é como uma trama romântica, deixando um rasto elegante e sedutor.

Bel Ami by Hermès is an *eau de toilette* launched in 1986. It was created by perfumer Jean-Louis Sieuzac and was already been considered one of the best men's fragrances of all time. In it, the perfumer interprets leather with opulence and character. Classic yet at the same time modern and distinctive, *Bel Ami* is a reference to Guy de Maupassant's novel of the same name. The fragrance is like a romantic plot too, leaving behind it an elegant and seductive trail.

LOUIS VUITTON

Miromesnil derby é o nome de um modelo de sapatos da marca francesa Louis Vuitton, que combina a descontracção do *denim* azul com couro de bezerro envernizado. Para evitar derrapagens e proteger do desgaste acentuado, à sua sola em couro foi adicionada borracha. O logótipo surge no interior da palmilha e nas laterais, discretamente gravado ao lado dos ilhós. O seu *design* permite que se usem com um *outfit* social ou mais casual.

Miromesnil derby is the name of a pair of shoes from French brand Louis Vuitton, which combines the relaxation of blue denim with varnished calf leather. To prevent slippage and to protect from marked wear and tear, rubber has been added to its leather sole. The logo appears inside the insole and on the sides, discreetly engraved next to the eyelets. The design allows them to be worn with a social outfit or one that is more casual.

ANTÓNIO PARAÍSO
Consultor de Marketing de Luxo
Luxury Marketing Consultant

A Economia do Luxo

As marcas de luxo criam magia e fazem o cliente sentir-se muito especial. Porsche é, novamente, a marca de luxo mais valiosa do mundo, e um dos critérios que pesou na valorização da marca foi a sua capacidade de conseguir que os clientes «se sintam especiais».

A economia do luxo é composta por marcas de todos os sectores: na moda, perfumaria e cosmética, hotelaria, gastronomia e *spas*, automóveis, *yatches* e jactos privados, viagens de sonho, joalharia e relojoaria, bebidas alcoólicas, decoração, acessórios e arte, marcas essas que sabem maravilhar o consumidor exigente e com poder de compra despreocupado.

É uma economia poderosa que, em 2018, registou um volume de negócios total de 1,2 triliões de euros, representando um aumento de 5% em relação a 2017, segundo um estudo* da empresa Bain & Co. Esse relatório refere que os automóveis de luxo registaram vendas de 495 biliões de euros, os objectos de luxo pessoal – moda, jóias, relógios, perfumaria, cosmética e acessórios – facturaram 260 biliões de euros, e a hotelaria de luxo contribuiu com 190 biliões de euros, para o volume de negócios global. O restante montante está distribuído por mais seis categorias de produto.

As vendas *online* no mercado de luxo estão em crescimento rápido, mas apenas em objectos de luxo pessoal, sendo cerca de 27 biliões de euros em 2018, ou seja, 10% das vendas dessa categoria de produto, mas um valor insignificante no volume de negócios total. O avanço da tecnologia e a emergência das novas gerações explicam a previsão de que, em 2025, o canal *online* representará 25% das vendas de objectos de luxo pessoal, que, nessa altura, será previsivelmente de 320 a 365 biliões de euros.

As vendas de luxo continuarão a crescer 3% a 5% anualmente, nos próximos anos, porque as marcas de excelência sabem criar valor e serão, cada vez mais, desejadas, de forma quase irracional. Os dados** publicados recentemente confirmam que as dez marcas mais valiosas do mundo aumentaram o seu valor entre 15% e 95%, em 2018. E esse valor, que emociona e seduz, é sobretudo intangível, feito de cultura, simbologia e charme.

* Relatório *Luxury Goods Worldwide Market Study – F/W 2018* de Bain & Co.
** Relatório *Luxury & Premium Brands 50, 2019* de Brand Finance.

The Luxury Economy

Luxury brands conjure up magic and make the customer feel very special. Porsche is once again the most valuable luxury brand in the world, and one of the criteria that proved important in enhancing the brand was its ability to make customers «feel special».

The luxury economy is made up of brands from all sectors, including fashion, perfumery and cosmetics, hospitality, gastronomy and spas, cars, yachts and private jets, dream travel, jewellery and watches, alcoholic beverages, decoration, accessories and art – brands that know how to amaze discerning consumers who have zero concerns when it comes to purchasing power.

It is a powerful economy, which, in 2018, had a total turnover of 1.2 trillion euros, a 5% increase with relation to 2017, according to a study * by the company Bain & Co.

This report states that luxury cars enjoyed sales of 495 billion euros, personal luxury items – fashion, jewellery, watches, perfumery, cosmetics and accessories – achieved a turnover of 260 billion euros and luxury hotels contributed 190 billion euros to overall turnover. The remaining amount is spread over six more product categories.

Online sales in the luxury market are growing fast, but only in personal luxury items, at around 27 billion euros in 2018, i.e. 10% of sales in this product category, but a negligible value in total turnover.

Advances in technology and the emergence of younger generations explain the prediction that by 2025 the online channel will represent 25% of personal luxury goods sales, which at that time will be expected to be worth between 320 and 365 billion euros.

Luxury sales will continue to grow 3% to 5% annually over the next few years, as leading brands are able to create value and will be increasingly desired, almost irrationally so. Recently published data ** confirms that the world's top ten most valuable brands increased in value by 15% to 95% in 2018.

And this value, which enthrals and entices, is above all else intangible, and made of culture, symbolism and charm.

** Luxury Goods Worldwide Market Study Report – F/W 2018 by Bain & Co.*
*** Luxury & Premium Brands 50, 2019 Report by Brand Finance.*

LOJA DAS MEIAS
AVENIDA • AMOREIRAS • CASCAIS

ALICE + OLIVIA · BARBARA BUI · CHIARA FERRAGNI · CORNELIANI · DOROTHEE SCHUMACHER · DSQUARED2 · EMILIO PUCCI · ERDEM
GIVENCHY · HOGAN · ISABEL MARANT ÉTOILE · J BRAND · LANVIN · MALÌPARMI · MARC JACOBS · MISSONI · OFF-WHITE
SALVATORE FERRAGAMO · SELF-PORTRAIT · SONIA RYKIEL · STELLA MCCARTNEY · TEMPERLEY LONDON · TORY BURCH · ZIMMERMANN

ESTÉE LAUDER · HERMÈS · LA MER · LA PRAIRIE · SHISEIDO · TOM FORD

Lisboa Av. da Liberdade, 254 • Amoreiras Shopping Center Lj. 2001/2002 | **Cascais** Av. Valbom, 4
www.lojadasmeias.pt

HUMBERTO BARBOSA

«Tive a oportunidade de alcançar todas as metas» \\ «I had the opportunity to achieve all my goals»

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Nasceu na Ilha da Madeira há 58 anos. Embora o seu sonho de infância fosse, no futuro, poder proporcionar mais longevidade e saúde, estava longe de imaginar que um dia o sonho fosse concretizado. Humberto Barbosa tem 35 anos de carreira na área da nutrição e abriu a Clínica do Tempo® há quase 12 anos. As valências exclusivas nas seis unidades da Clínica já lhes valeram importantes prémios internacionais, um caminho trilhado por ele próprio, por uma vasta equipa e pelo seu filho Tomás, que hoje lhe segue os passos de sucesso.

Em que consiste a Clínica do Tempo®?

A Clínica do Tempo® é um projecto que disponibiliza um programa especial para ajudar as pessoas a atrasar o seu relógio biológico, a eliminar o excesso de gordura e a adquirir hábitos de vida mais saudáveis.

Em que consiste esse programa?

É o Programa de Reeducação Alimentar e Comportamental com Modelação Corporal. Tudo começa com um *Check-Up* Ortomolecular e uma Análise da Composição Corporal. Preenchendo o que está em falta no organismo e eliminando o que está em excesso, é um passo gigantesco para nos tornarmos pessoas mais saudáveis.

Há alguma novidade em termos de inovações médicas e/ou tecnológicas?

No Programa damos particular atenção à eliminação do excesso de gordura, pois as doenças que mais matam no mundo são as cardiovasculares. A Clínica do Tempo® dispõe sempre das mais avançadas inovações tecnológicas, das quais destacamos duas totalmente

He was born on the island of Madeira 58 years ago. Although his childhood dream, in the future, was being able to provide more longevity and health, he was far from imagining that one day the dream would come true. Humberto Barbosa can look back over a 35-year career in the field of nutrition and opened the Clínica do Tempo® almost 12 years ago. The exclusive facets of the six units of the Clinic have already won them important international awards, on a path trodden by himself, a huge team and his son Tomás, who today is following in his successful steps.

What is Clínica do Tempo® all about?

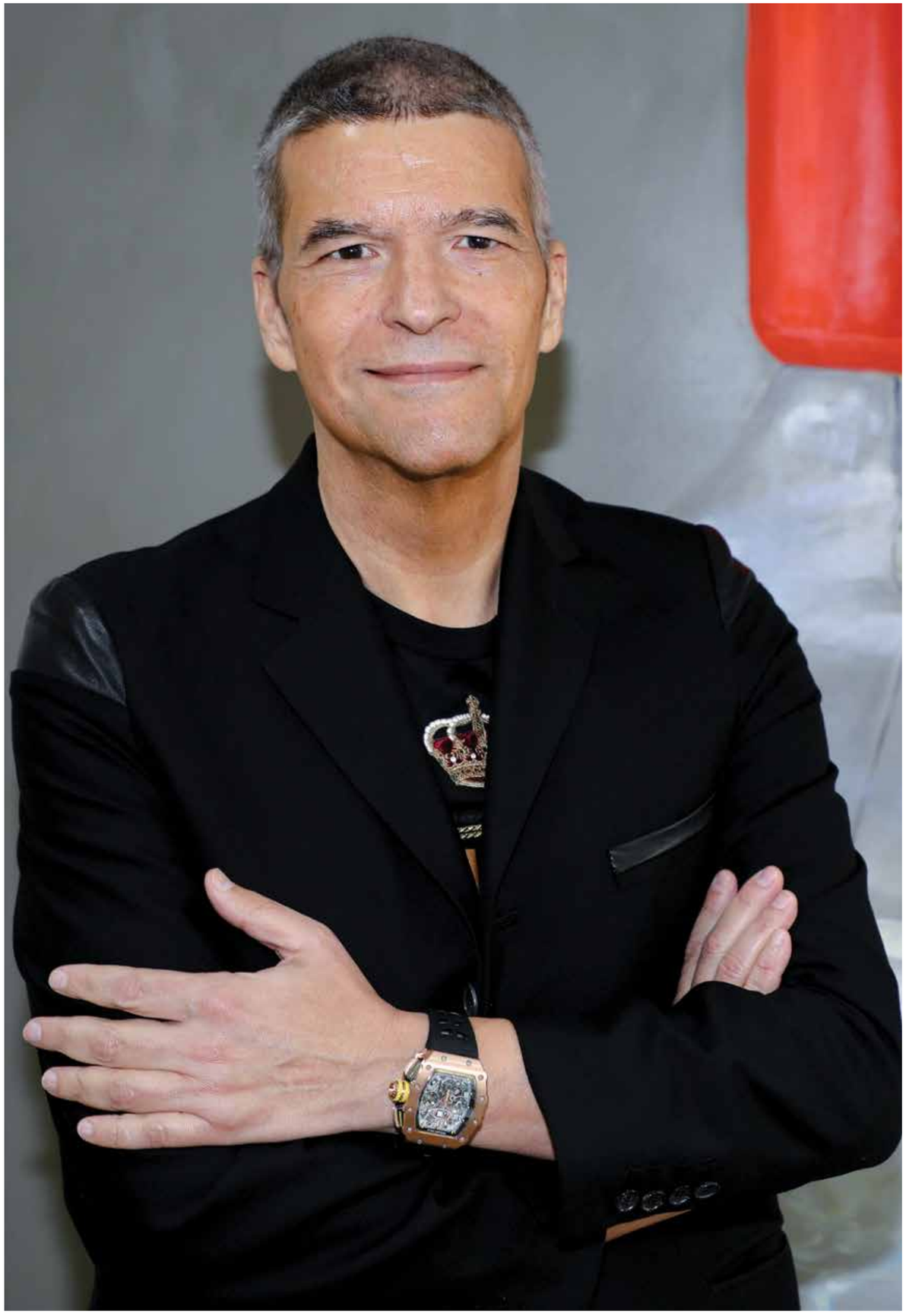
Clínica do Tempo® is a project that provides a special programme to help people delay their biological clock, eliminate excess fat and acquire healthier lifestyle habits.

What does this programme consist of?

It includes the Food and Behavioural Re-education Programme with Body Modelling. It all begins with an orthomolecular check-up and a body composition analysis. Filling in what is missing in the body and removing what there is excess of represent a huge step towards becoming a healthier person.

Are there any new developments in terms of medical and/or technological innovations?

We pay particular attention to removing excess fat in the programme, because cardiovascular diseases are the world biggest killers. Clínica do Tempo® always has the latest technological innovations, highlighted by



exclusivas: o Liposhaper®, que é a primeira 'Lipoaspiração' Totalmente Não-Invasiva; e o Eternus®, o primeiro 'Lifting' Totalmente Não-Invasivo.

Nos últimos anos, abriu mais espaços. Onde?

Neste momento, dispomos de seis unidades abertas: em Maputo; na Parede – numa moradia exclusiva em frente ao mar; em Lisboa, na emblemática Av. Liberdade; no Porto, na Av. Boavista; no Algarve; em Almancil; e em Leiria. Em 2020 existirão mais novidades.

O que o levou a ter escolhido a avenida mais cara de Portugal para instalar a sua mais recente clínica? Tem a ver com o prémio internacional que receberam?

Efectivamente essa foi a razão principal. No *World Quality Commitment* em Paris, a Clínica do Tempo® recebeu, pelo segundo ano consecutivo, um *Prémio Internacional de Qualidade e Excelência* na qualidade de Líder Mundial na área do Anti-Envelhecimento e 'Lipoaspiração' Não-Invasiva, após ter ganho idêntico prémio em Nova Iorque no ano anterior. A melhor clínica a nível mundial nestas áreas só poderia estar na melhor avenida de Portugal.

Ainda que o maior luxo seja ter saúde, certo é que muitas áreas da saúde e do bem-estar são sinónimo de luxo. O que é para si o luxo?

É um facto que o maior luxo que alguém pode ter é saúde e tempo para a gozar. No entanto, o acesso a um programa da Clínica do Tempo® está ao alcance de qualquer pessoa. A única diferença é que uma pessoa de uma classe económica mais baixa pode pagar o seu tratamento em várias vezes, de acordo com as suas possibilidades, sem quaisquer juros ou encargos adicionais.

Quem é o Dr. Humberto Barbosa, o homem por detrás do projecto? Que balanço faz dos seus 35 anos de carreira e que novos projectos tem para o futuro?

Sou uma pessoa simples que, desde criança, teve o sonho de poder ajudar as pessoas a viver mais anos com mais saúde. O balanço é verdadeiramente positivo, pois tive a oportunidade de alcançar todas as metas a que me propus. Tive ainda a felicidade de conseguir perpetuar a Clínica do Tempo® através do excelente trabalho que é presentemente desenvolvido pelo meu filho Tomás, que possui valências idênticas às minhas. O futuro para mim é o presente, pois, o minuto que acabou de passar já faz parte do passado. Muitas pessoas vivem tão obcecadas a planear o futuro que se esquecem de viver o presente.

two exclusive technologies: Liposhaper®, which is the first totally non-invasive 'liposuction'; and Eternus®, the first totally non-invasive 'lifting'.

In recent years, you have opened more units. Where are they?

We currently have six units open: in Maputo; in Parede – in an exclusive villa facing the sea; in Lisbon, on the inconic Avenida Liberdade; in Oporto, on the Avenida Boavista; in the Algarve; in Almancil; and in Leiria. We will have more news in 2020.

What led you to choose the most expensive avenue in Portugal to set up your latest clinic? Does it have to do with the international award you received?

That was indeed the main reason. At the *World Quality Commitment* in Paris, Clínica do Tempo® received, for the second year in a row, an *International Award for Quality and Excellence* as World Leader in Anti-Aging and Non-Invasive 'Liposuction' after winning the same award in New York the year before. The best clinic in the world in these fields could only be on the best avenue in Portugal.

While being healthy is the greatest luxury, it is true that many areas of health and wellness are synonymous with luxury. What is luxury for you?

It is a fact that the greatest luxury one could ever have is health and the time to enjoy it. However, the Clínica do Tempo® programme is affordable for anyone. The only difference is that a person from a lower income class can pay for their treatment in several instalments, according to their means, without any additional interest or charges.

Who is Dr Humberto Barbosa, the man behind the project? What assessment would you make of your 35-year career and what new projects do you have for the future?

I am a simple person who has had the dream of helping people to live longer and healthier since childhood. My assessment is a truly positive one, because I had the opportunity to achieve all the goals I set myself. I have also been fortunate to be able to guarantee the future of Clínica do Tempo® through the excellent work currently undertaken by my son Tomás, who has the same skills as I have. The future for me is the present because the minute that has just passed is already part of the past. Many people are so obsessed with planning the future that they forget to live in the present.

100 ANOS BENTLEY

O lendário «B» alado
The legendary winged «B»

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Quando, em 1919, Walter Owen Bentley fundou a Bentley Motors, em Londres, estava muito longe de imaginar que a sua empresa seria uma referência mundial no sector dos automóveis de luxo e que os proprietários de cada modelo valorizariam não apenas a *performance* e o estilo, mas, principalmente, a tradição. Apaixonado por velocidade, o engenheiro W.O. Bentley destacou-se no desenvolvimento de motores para aviões, mas depressa desviou as atenções para os veículos de quatro rodas, perseguindo o lema «Construir um bom carro, um carro rápido, o melhor da sua categoria». Foi devido à primeira actividade do ambicioso engenheiro que o logótipo da emblemática marca remete para o mundo da aviação: a letra B ladeada por duas asas.

No seu primeiro ano de existência, a empresa britânica produziu dois protótipos – *EXP 1 e EXP 2*, predecessores do *3-Litre*, primeiro modelo oficial da marca, lançado em 1921. Os protótipos revolucionaram o mercado com o motor de 4 cilindros e 16 válvulas. Dois anos depois, o *EXP 2* conquistou a primeira vitória da Bentley em competições desportivas. Com o *3-Litre*, a Bentley iniciou também a sua história de sucesso em provas de automobilismo. A consagração viria em 1924, com a primeira vitória na afamada prova *24 horas de Le Mans*.

> A história da marca não seria a mesma sem os talentos excepcionais da equipa de Mulliner, o serviço de personalização da Bentley. \\ The brand's history would not be the same without the exceptional talents of the Mulliner team, Bentley's customisation service.

When Walter Owen Bentley founded Bentley Motors in London in 1919, he was very far from imagining that his company would become a worldwide benchmark in the luxury car industry and that the owners of each model would value not only their performance and style, but also and in particular the tradition behind them. With a passion for speed, engineer W.O. Bentley stood out in the development of aircraft engines, but quickly turned his attention to four-wheeled vehicles, pursuing the motto «Build a good car, a fast car, the best in its category». Thanks to the ambitious engineer's initial profession the logo of the iconic brand refers to the world of aviation: the letter «B» flanked by two wings.

In its first year of existence, the British company produced two prototypes – *EXP 1* and *EXP 2*, predecessors of the *3-Litre*, the brand's first official model, launched in 1921. The prototypes revolutionised the market with their 4-cylinder 16-valves engines. Two years later, the *EXP 2* won Bentley's first victory in a sport competition. With the *3-Litre*, Bentley also began its success story in car racing. True recognition came in 1924, with the first victory in the famed *24 hours of Le Mans* race.

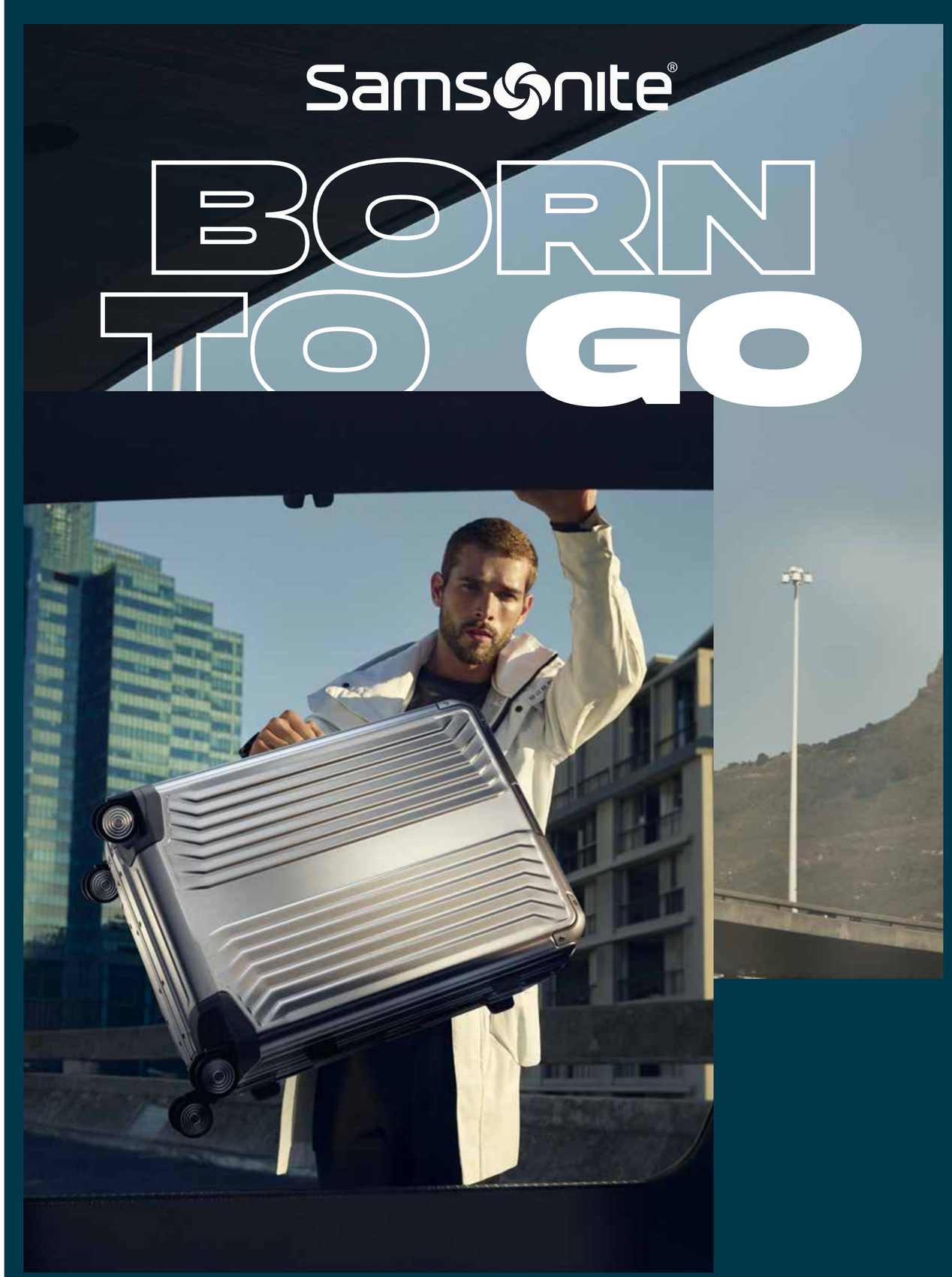
In the following years W.O. Bentley's brand launched many other models that stood out for their sporting

A marca de W.O. Bentley lançou muitos outros modelos nos anos seguintes que se destacaram pela sua *performance* desportiva e produção artesanal. A partir de 1997 a procura de carros Bentley aumentou de tal modo que os clientes chegaram a esperar um ano pela entrega.

Ainda que um dos mais famosos proprietários de um Bentley nunca tenha existido (007, conhecido como James Bond, do Serviço Secreto de Sua Majestade), outros há, também famosos e reais, que são grandes entusiastas da marca britânica. Hoje, todos os automóveis são fabricados na fábrica da Bentley em Crewe, no noroeste da Inglaterra, por uma equipa de mais de 4000 profissionais altamente qualificados. Mas os proprietários também contribuem para o sucesso da marca, ajudando a tornar os automóveis cada vez melhores, começando com os *Bentley Boys* da década de 1920 até aos dias de hoje. A história da marca não seria a mesma sem os talentos excepcionais da equipa de Mulliner, o serviço de personalização da Bentley. Para marcar o centenário, a Mulliner criou uma trilogia de edições limitadas e requintadas que homenageiam alguns dos carros mais emblemáticos da Bentley. Para comemorar os 100 anos, a Bentley também revelou o *Bentley EXP 100 GT*, um *concept car* que demonstra a visão da Bentley para o futuro. Ainda em jeito de celebração, a marca apresentou o filme *Together we are Extraordinary: the Story of Bentley Motors*. Nele, a Bentley chama a atenção para os seus feitos do passado, enaltecendo o seu valor no presente: a marca do lendário «B» alado produziu e produz os veículos mais luxuosos, desportivos e venerados da indústria automóvel!

performance and handcraft production. From 1997 onwards, demand for Bentley cars increased so much that customers have to wait a year for delivery.

Although one of the most famous owners of a Bentley never actually existed (James Bond, known as 007 of Her Majesty's Secret Service), there are others, also famous and actually real, who are great fans of the British brand. Nowadays every car is manufactured at the Bentley plant in Crewe, Northwest England, by a team of more than 4000 highly qualified professionals. The owners also do their bit to make the brand extraordinary, helping to make the cars better and better, starting with the *Bentley Boys* in the 1920s to the present day. The brand's history would not be the same without the exceptional talents of the Mulliner team, Bentley's customisation service. To mark the 100th anniversary, Mulliner has created a trilogy of limited, exquisite editions, honouring some of Bentley's most iconic cars. To celebrate the occasion, Bentley has also unveiled the *Bentley EXP 100 GT*, a concept car that demonstrates Bentley's vision of the future. Continuing the celebrations, the brand presented the film *Together we are Extraordinary: the Story of Bentley Motors*. In this Bentley draws attention to its past achievements, lauding its value in the present: the brand of the legendary winged «B» produced and produces the most luxurious and revered sports vehicles in the car industry!



samsonite.pt

LITE-BOX ALU. 100% Alumínio
Exclusivo lojas Oficiais SAMSONITE

AUTOMÓVEIS DE LUXO

Luxo tomou de assalto as estradas do país
Luxury has taken over the country's roads

TEXTO TEXT ANTÓNIO FREITAS DE SOUSA \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Porsche, Lamborghini, Bentley e Ferrari com as vendas em alta, em contraste com a Maserati e a Aston Martin. A venda de automóveis ligeiros de luxo disparou em Portugal ao longo de 2019: segundo dados coligidos pela Associação Automóvel de Portugal (ACAP), algumas das marcas mais exclusivas (e explosivas) que se podem encontrar a acelerar nas estradas portuguesas estão a ter um ano de vendas muito positivo.

Em termos percentuais – e no que diz respeito ao acumulado entre Janeiro e Outubro deste ano, os dados mais recentes –, a marca que mais cresceu foi a alemã Porsche: vendeu 619 veículos, que comparam com os 207 vendidos no mesmo período do ano passado, de onde resulta um enorme crescimento de 199%.

Um pouco atrás, mas não muito, surge a Lamborghini, que vendeu 19 automóveis, mais 171,4% que os sete que havia colocado no mercado até Outubro de 2018. A Bentley vem logo a seguir, com a colocação de 20 unidades, que compara com as 14 vendidas nos dez primeiros meses do ano passado, um aumento de 42,9%. Já a Ferrari vendeu 23 veículos, mais três que no ano passado, um crescimento de 15%.

Do outro lado das estatísticas estão a Maserati e a Aston Martin. A marca italiana mereceu a preferência de apenas 17 compradores, quando, até Outubro de 2018, tinha angariado 36 clientes – uma descida de 52,8%. A marca mais emblemática do Reino Unido vendeu apenas seis unidades, que comparam com as 10 do ano anterior, o que representa uma descida de 40%.

Vencedora em absoluto da 'corrida' dos mais caros é a Jaguar, que vendeu 739 viaturas entre Janeiro e Outubro deste ano, precisamente o mesmo número que no mesmo período do ano anterior.

Somando todos os dados, conclui-se que, para aquele período de tempo, foram vendidos em Portugal 1.434 veículos topo de gama, mais 40% que os 1.024 vendidos no mesmo período do ano passado.

Sales are up at Porsche, Lamborghini, Bentley and Ferrari, in contrast to Maserati and Aston Martin. Luxury car sales have skyrocketed in Portugal throughout 2019: according to figures compiled by the Portuguese Automobile Association (ACAP), some of the most exclusive (and explosive) brands that can be found accelerating on Portuguese roads are enjoying a very positive sales year.

In terms of percentage – and with regard to the most recent data accumulated between January and October this year – the brand to grow the most was German brand Porsche: it sold 619 cars, compared to 207 sold in the same period last year, thus resulting in a huge growth of 199%.

Slightly behind, but not far, comes Lamborghini, which sold 19 cars, 171.4% more than the seven it had placed in the market by October 2018. Bentley comes next, having sold 20 units, compared to the 14 sold in the first ten months of last year, an increase of 42.9%. Ferrari sold 23 vehicles, three more than last year, a 15% increase.

On the other side of the statistics we find Maserati and Aston Martin. The Italian brand was favoured by only 17 buyers, when, by October 2018, it had won over 36 customers – a 52.8% decrease. The UK's most iconic brand sold only six units, compared with the previous year's 10, a 40% drop.

The absolute winner of the most expensive car 'race' is Jaguar, which sold 739 cars between January and October this year, precisely the same number as in the same period last year.

Adding all the figures together, it can be concluded that, for that period of time, 1,434 top of the range cars were sold in Portugal, 40% more than the 1,024 sold in the same period last year.

JOÃO TRINCHEIRAS
Ditector de Comunicação da BMW Portugal
Communications Manager of BMW Portugal

O luxo tem um propósito

Tradicionalmente, o '*custumer service*' era um exclusivo das marcas de luxo, que disponibilizavam produtos únicos, de qualidade superior, acabamentos requintados e uma atenção meticulosa ao detalhe – no caso do BMW Group, o expoente máximo desse conceito é a Rolls-Royce, o fabricante de automóveis de luxo mais exclusivo do mundo. Continua, e continuará a haver, mercado para o consumidor que procura a melhor versão de tudo aquilo que consome, e para o qual é imperativo as marcas apostarem em serviços exclusivos, diferenciados e de um requinte sem par.

Mas, se há vinte anos, um veículo de luxo se distinguia pela sua capacidade de proporcionar uma experiência de conforto, com equipamento de última geração, e uma elevada percepção de qualidade e *performance* – associada a segurança –, actualmente a expectativa excede estes pilares, para dar prioridade a critérios de sustentabilidade, inovação e tecnologia.

Em particular no sector automóvel, se por um lado o aumento do rendimento disponível dos consumidores tem impulsionado a procura de veículos de luxo por todo o mundo, por outro, o desenvolvimento da tecnologia tem vindo a aproximar as marcas esbatendo critérios que antes eram factor de diferenciação, como inovação, *performance* e *design*.

Cresce a procura por marcas que, mais do que oferecerem experiências, produtos e serviços únicos, se desenvolvem em torno de uma causa, que têm propósito.

Como podem as marcas de luxo responder a estes desafios, continuando a assegurar um lugar cimeiro na oferta de serviços e produtos únicos? As marcas têm que responder a essas mudanças apostando no factor diferenciação dos seus produtos e serviços. Na BMW temos feito um investimento enorme na investigação e no desenvolvimento da mobilidade do futuro. O conceito 'veículo de luxo' não se resume a conforto, *performance*, segurança ou qualidade – esses são valores basilares que sempre nos acompanharam –, mas parte antes da pemissa de que o futuro passa por termos um propósito, de olharmos para o mundo com os olhos postos no amanhã e anteciparmos a forma como as pessoas vão continuar a consumir produtos de luxo, assentes na relação que estabelecem com as marcas.

Luxury has a purpose

Traditionally, customer service was exclusively for luxury brands, offering unique, superior quality products, exceptional finishes and meticulous attention to detail – in the case of the BMW Group, the highest expression of this concept is Rolls-Royce, the most exclusive luxury car manufacturer in the world. There still is, and there will always be, a market for the consumer who is looking for the best version of everything he consumes, and for whom it is imperative that brands invest in exclusive, distinctive services of unparalleled refinement.

But, if twenty years ago, a luxury vehicle stood out for its ability to deliver an experience based on comfort with state-of-the-art equipment, and a high perception of quality and performance – coupled with safety –, today expectations go beyond these factors and now the emphasis is on sustainability, innovation and technology.

In the car industry in particular, if on the one hand increasing disposable income in consumers has driven demand for luxury vehicles around the world, on the other hand technological development has brought brands closer to one another, thus blurring criteria, such as innovation, performance and design that previously set brands apart.

There is a growing demand for brands that, rather than offering unique experiences, products and services, are developed around a cause, which have a purpose.

How can luxury brands respond to these challenges while still holding on to top spot in offering unique services and products? Brands have to respond to these changes by investing in just what sets their products and services apart. At BMW we have made a huge investment in research and development of future mobility. The concept of 'luxury vehicle' is not just about comfort, performance, safety or quality – these are basic values that have always been with us –, rather it stems from the premise that the future has a purpose, of us looking at the world with our sights set on tomorrow, anticipating how people will continue to consume luxury products, based on the relationship they establish with brands.

LUXURY & STYLE

PERSHING 8X

Revolução estilística e tecnológica
Stylistic and technological revolution

TEXTO TEXT REDACÇÃO \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Apresentado no início de 2019, na Alemanha, no *Boot* Düsseldorf, e considerado um referência na indústria internacional de barcos e desportos aquáticos, o *Pershing 8X* foi uma das estrelas da Ferretti, já que o estaleiro apresentou outros sete ícones aquáticos. O *Pershing 8X* é o resultado da colaboração entre o arquitecto Fulvio De Simoni, o Comité de Produtos Estratégicos do Grupo Ferretti e o Departamento de Engenharia do Grupo. Tal como no antecessor *Pershing 9X*, o novo *8X* é feito do mesmo material de que são feitos os sonhos náuticos mais contemporâneos e avançados: fibra de carbono. Maior leveza, maior velocidade e menor consumo de combustível são algumas das vantagens deste material inovador, mas há outras, como a possibilidade de construir maiores volumes e, por conseguinte, projectar espaços maiores e mais confortáveis. Diz a marca que pilotar o novo *8X*, mesmo a altas velocidades e sem o apoio do capitão, é divertido e simples.

Tem 25,55 m de comprimento, 5,86 de largura e está situado no segmento de mercado abaixo dos 30 metros, sendo, por isso, um produto inovador que representa uma verdadeira evolução em termos de aspectos estilísticos e funcionais. Este novo modelo do estaleiro italiano apresenta linhas ainda mais elegantes e desportivas que os seus antecessores, aprimoradas por elementos característicos dos Pershing, como o perfil aerodinâmico do *deck*. O resultado é um iate com uma combinação incomparável de qualidade e inovação.

Tecnologicamente avançado a todos os níveis, com um desempenho de excelência, *design* exterior e interior inovador e materiais, incluindo mobiliário, de altíssima qualidade, o *Pershing 8X*, com mais de 5200 hp, quando equipado com os dois MTUs mais potentes, atinge uma velocidade máxima de 48 nós e uma velocidade de cruzeiro de 41 nós.

Unveiled in early 2019 in Germany, at *boot Düsseldorf*, considered a benchmark in the international boat and water sports industry, the *Pershing 8X* was one of the stars from Ferretti, seeing as the yard presented seven other aquatic icons. The *Pershing 8X* is the result of collaboration between architect Fulvio De Simoni, the Ferretti Group's Strategic Products Committee and the Group's Engineering Department. As with the predecessor, the *Pershing 9X*, the new *8X* is made from the same material that the most contemporary and advanced nautical dreams are made of: carbon fibre. Greater lightness, greater speed and lower fuel consumption are some of the advantages of this innovative material, but there are others, such as the possibility of building larger volumes and, as a consequence, designing larger and more comfortable spaces. The brand says that piloting the new *8X*, even at high speeds and without the support of the captain, is fun and simple.

The boat is 25.55 m long, 5.86 m wide and sits in the less than 30 metre market segment, making it an innovative product that represents a real evolution in terms of stylistic and functional aspects. This new model from the Italian shipyard presents even more elegant and sporting lines than its predecessors, enhanced by elements characteristic of Pershing, such as the aerodynamic profile of the deck. The result is a yacht with an incomparable combination of quality and innovation.

Technologically advanced on every level, with excellent performance, innovative exterior and interior design and materials, including furniture, of the highest quality, the *Pershing 8X*, with more than 5200 hp, when equipped with the two most powerful MTUs, reaches a top speed of 48 knots and a cruising speed of 41 knots.

TIAGO BACELAR | **TLM.:** +351 963617092 | **ESCRITÓRIO:** +351 289 040 127
EMAIL: tiago.bacelar@consulyachts.com
MORADA: TIVOLI MARINA VILAMOURA, LOJA 1, 8125-410 VILAMOURA

ROLEX E O MUNDO DO GOLFE

Mais de 50 anos de parceria

More than 50 years of partnership

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Em 1967, Arnold Palmer, seguido de Jack Nicklaus e Gary Player, o trio apelidado de *The Big Three*, iniciava uma relação de sucesso e duradoura com o mundo do golfe. Cada um desses jogadores criou com a Rolex estreitos laços baseados em valores comuns, como a perfeição, a excelência e o *fair-play*. Desde então, a associação entre a Rolex e o golfe continuou a prosperar, estendendo-se a todo o mundo e dando apoio aos melhores jogadores, aos principais torneios profissionais e órgãos administrativos, competições por equipa de grande prestígio e encontros *amateurs*, bem como aos mais prestigiados eventos da modalidade. Se os *The Big Three* escreveram uma história de sucesso para a Rolex e para o golfe, os *New Guard* impõem-se actualmente com brilhantismo, seguindo os passos do trio predecessor e também de Watson, Mickelson e Woods.

Na década de 1980, a Rolex multiplicou os seus apoios: a marca associa-se a dois prestigiados torneios, o *The Open e o U.S. Open*, aos organismos responsáveis pelas tradições e regras do golfe, o R&A e a USGA, mas também à Ladies Professional Golf Association (LPGA) e à American Junior Golf Association (AJGA). Na década seguinte, surgem novas parcerias, nomeadamente com o *Masters*, a *Ryder Cup* e o *European Tour*, assim como com jogadores de grande talento, todos vencedores de *Major*, incluindo Fred Couples, Phil Mickelson e Annika Sörenstam. Mas foi a partir do ano 2000 que o laços se estreitaram ainda mais. Já ao lado de lendas e de talentos excepcionais, a marca tem vindo a encorajar o golfe masculino e o feminino em todos os continentes, está activamente empenhada em incentivar categorias juniores e seniores e promove diversos circuitos, federações, organismos e competições. A título de exemplo, a Rolex é o Relógio Oficial do *U.S. Open* desde 1980 e do *U.S. Women's Open* desde 2003, e de muitos outros reconhecidos torneios. E ao lançar, em 2017, o *Rolex Series*, para celebrar o 20.º aniversário da parceria entre a Rolex e o *European Tour*, provou uma vez mais a sua vontade de fortalecer a sua presença no universo do golfe.

Por cá, a Federação Portuguesa de Golfe e a Rolex Portugal assinaram, em 2017, um protocolo, anunciando que a marca relojeira passaria a ser o Relógio Oficial da entidade. A Rolex é também, desde há alguns anos, o Relógio Oficial do *Portugal Masters*, o mais importante torneio nacional de golfe.

In 1967, Arnold Palmer, followed by Jack Nicklaus and Gary Player, the trio known as *The Big Three*, began a successful and lasting relationship with the world of golf. Each of these players forged close ties with Rolex based on shared values, such as perfection, excellence and fair play. Ever since then, the association between Rolex and golf has continued to prosper, spreading all around the world and supporting the best players, major professional tournaments and governing bodies, prestigious team competitions and amateurs events, as well as most prestigious events of the sport. If *The Big Three* wrote a success story for Rolex and golf, the 'New Guard' is now making its mark in grand style, following in the footsteps of the predecessor trio and of Watson, Mickelson and Woods.

In the 1980s, Rolex increased its support: the brand became associated with two prestigious tournaments, The Open and the US Open; with the bodies responsible for golf traditions and rules, the R&A and USGA; but also with the Ladies Professional Golf Association (LPGA) and the American Junior Golf Association (AJGA). In the decade that followed, new partnerships emerged, in particular with the *Masters*, the *Ryder Cup* and the *European Tour*, as well as with players of great talent, all winners of majors, including Fred Couples, Phil Mickelson and Annika Sörenstam. But ever since 2000 the ties have become even closer. Alongside legends and exceptional talent, the brand has been encouraging men's and women's golf on every continent. It is actively committed to encouraging junior and senior categories and promotes a range of circuits, federations, bodies and competitions. By way of example, Rolex has been the Official Watch of the U.S. Open since 1980 and of the U.S. *Women's Open* since 2003, and of many other well-known tournaments. And by launching the *Rolex Series*, in 2017, to celebrate the 20th anniversary of the partnership between Rolex and the *European Tour*, it has once again proved its willingness to strengthen its presence in the golfing world.

Locally, in 2017 the Portuguese Golf Federation and Rolex Portugal signed a protocol, announcing that the watch brand would become the Official Watch of the body. For some years now Rolex has also been the Official Watch of the *Portugal Masters*, the most important golf tournament held in Portugal.

\\EVENTS

FOTOGRAFIA \\ PHOTOGRAPHY PEDRO KIRILOS

VILLAS&GOLFE INTERNATIONAL CUP, VIDAGO, PORTUGAL

Conhecido por ser um dos campos de golfe de maior prestígio, a nível nacional e internacional, o Vidago Palace Golf Course foi o local escolhido para a primeira etapa do circuito *Villas&Golfe International Cup*, a 05 de Outubro de 2019. Construído em 1936, o campo Par 72 é detentor de uma beleza natural única e foi palco de mais um evento de sucesso.

Foi num ambiente de *glamour* que a prática deste desporto e o espírito de golfista se evidenciaram. Por mais um ano consecutivo a revista ***Villas&Golfe*** juntou, neste evento, parceiros e amigos. Entre o vale pitoresco, os *tees* e os *greens* de níveis elevados, os cerca de 70 participantes tiveram a oportunidade de viver mais um dia de golfe

Known for being one of the most prestigious golf courses, both nationally and internationally, the Vidago Palace Golf Course was the venue chosen for the first stage of the *Villas&Golfe International Cup* circuit, on October 05, 2019. Built in 1936, the Par 72 course boasts a unique natural beauty and was the stage for another successful event.

Fine play and golfing spirit made themselves felt in a glamorous setting. For another year in a row, ***Villas&Golfe*** magazine gathered partners and friends for this event. Between the picturesque valley, the tees and the elevated greens, around 70 participants had the opportunity to enjoy another day of exciting golf,

animado, de convívio ines quecível, sem descurar a envolvência natural e emblemática do hotel centenário que, por sua vez, festejou connosco o seu 109.º aniversário. Tal como tem vindo a acontecer em anos anteriores, a prova teve início às 09h00, na modalidade *Stableford Individual*, seguindo-se o almoço na Clubhouse e a cerimónia de entrega de prémios. E vários foram os prémios atribuídos neste torneio. O vencedor do 1.º *Net* foi José Nuno Braga – 42 pontos; o 2.º *Net* foi para Rui António Sousa Cunha –39 pontos; e o 3.º *Net* foi para Sérgio Jesus Trocado – 39 pontos. Na categoria *Gross*, o vitorioso foi Abílio Gonçalves – 33 pontos; o 2.º *Gross* foi para Rafael Martins – 32 pontos; e o terceiro lugar foi para Luís Teixeira – 30 pontos. Nas categorias especiais, o *Longest Drive* Homem foi para Manuel Au-Yong Oliveira e, na classificação feminina, foi Elsa

unforgettable conviviality, without forgetting the natural and iconic surroundings of the century-old hotel, which, for its part, celebrated its 109th anniversary with us.
As has been the case in previous years, the match began at 9.00 am, in an *Individual Stableford* event, followed by lunch at the clubhouse and the prize-giving ceremony. And there were many prizes awarded in this tournament. 1st place in the *net* category went to José Nuno Braga - 42 points; 2nd place went to Rui António Sousa Cunha - 39 points; and 3rd went to Sérgio Jesus Trocado - 39 points. In the *gross* category, the winner was Abílio Gonçalves - 33 points; 2nd place went to Rafael Martins - 32 points; and third place went to Luís Teixeira - 30 points. In the special categories, the

1° NET

1° GROSS

2° NET

2° GROSS

3° NET

3° GROSS

LONGEST DRIVE

NEAREST TO THE PIN

Monteiro a premiada. O *Nearest to the Pin* Homem foi entregue a Jorge Torres e, na classificação Senhora, foi Cláudia Pereira a triunfante.

Neste campo mítico, com *bunkers* desafiantes, é onde habitualmente se realizam campeonatos nacionais e internacionais. E, mais uma vez, o *Villas&Golfe International Cup* pôde proporcionar aos amantes do golfe um dia memorável e de muita diversão.

Este foi mais um dos torneios de golfe organizados pela PM Media Corporate. A 30 de Novembro, foi o Campo de Golfe da Polana, em Maputo, Moçambique, que recebeu a segunda etapa do circuito – um evento de grande notoriedade.

men's *Longest Drive* went to Manuel Au-Yong Oliveira and in the ladies' equivalent, Elsa Monteiro took the prize. The men's *Nearest to the Pin* was awarded to Jorge Torres, while in the ladies' event Cláudia Pereira proved triumphant.

This mythical course, with challenging bunkers, usually hosts national and international championships. And, once again, the *Villas&Golfe International Cup* was able to provide golfing fans with a memorable and fun-filled day.

This was another golf tournament organised by PM Media Corporate. On November 30, Polana Golf Course, in Maputo, Mozambique, hosted the second stage of the circuit – a high-profile event.

Parceiros \\ Partners

FOTOGRAFIA \\ PHOTOGRAPHY ©PMC

VILLAS&GOLFE INTERNATIONAL CUP, MAPUTO, MOÇAMBIQUE

Passados três anos, o *Villas&Golfe International Cup* volta a realizar-se em Maputo, Moçambique, na Rua do Rio Inhamiara, no número 1100. A bater bolas no Clube de Golfe da Polana, os cerca de 50 jogadores viveram mais um evento de golfe inesquecível, no passado dia 30 de Novembro de 2019. O campo, fundado em 1955, na então Lourenço Marques – onde outrora foi palco de grandes eventos dos colonos e onde, até há bem pouco tempo, era característico ver-se cabras a pastar, meninos a jogar à bola, assim como pessoas locais a cortar caminho entre as suas casas e a periferia, atravessando o rio Inhamiara –, está a ser recuperado e, muito em breve, terá um novo 'rosto' – mais limpo, vedado e com novas condições para os amantes da modalidade. Mas nem tudo isto equacionou sequer a possibilidade da realização do torneio. Até porque Moçambique é especial, e é especial pelas suas gentes, pelas tradições e pela cultural. Por isso, mais uma vez, a revista ***Villas&Golfe***, com a organização da PM Media Corporate, levou o seu circuito de golfe a terras de Maputo.

After three years, the *Villas&Golfe International Cup* was once again was held in Maputo, Mozambique, at no. 1100, Rua do Rio Inhamiara. Hitting balls at the Polana Golf Club, approximately 50 players experienced another unforgettable golf event on November 30, 2019. The course, founded in 1955, in what was then Lourenço Marques – which, in former times, was the venue for major events of the colonists and where until recently it was common to see goats grazing, boys playing ball, as well as local people using it as a short cut on their way between their homes and the periphery, crossing the River Inhamiara –, is being renovated and will very soon have a new 'face' – cleaner, fenced and with new conditions for lovers of this sport. But none of this could ever stop the holding of the tournament here. Not least because Mozambique is special, and it is special because of its people, its traditions and its culture. So, once again, ***Villas&Golfe*** magazine, with the organisation of PM Media Corporate, took its golf circuit to Maputo.

FOTOGRAFIA \\ PHOTOGRAPHY JAY GARRIDO

FOTOGRAFIA\\ PHOTOGRAPHY JAY GARRIDO

Para quem vive na cidade, este campo, que fica a pouco mais de 1 km do centro, é local de escape, nos fins-de-semana dedicados à descontracção, assim como uma experiência sociológica em eventos de golfe, como o *Villas&Golfe International Cup*, onde a mistura de culturas se cruza nos *greens* e nos espaços de convívio, no meio de tanta vegetação verdejante. Neste torneio, os participantes percorreram 15 dos 18 buracos do campo (três dos buracos estão em manutenção). Maputo é a capital e a maior cidade do país e, como bem se sabe, nem todas as capitais dos estados africanos se podem dar ao luxo de possuir um campo de golfe tão central, porque, na sua maioria, os campos foram projectados em zonas periféricas. E Maputo tem esse privilégio: um campo que fica quase no centro da capital. E isso não é para todos!

A terceira etapa do circuito *Villas&Golfe International Cup*, no Clube de Golfe da Polana, juntou marcas, amigos e parceiros de grande prestígio, entre os quais empresários da área *corporate*, política e social de Moçambique, num dia de muito calor. Depois da partida em campo, que durou

For anyone who lives in the city, this course, which is located just over 1 km from the centre, is a place to escape to, at the weekend, for relaxation, as well as a social experience at golf events, such as the *Villas&Golfe International Cup*, where the blend of cultures mingles on greens and socialising areas, in the midst of so much lush vegetation. This tournament saw participants playing 15 of the course's 18 holes (three holes are under maintenance). Maputo is the capital and the largest city of the country and, as is well known, not all African state capitals can afford the luxury to own such a centrally placed golf course, because most of the courses were built in peripheral areas. And Maputo has this privilege: a course located almost in the centre of the capital. And not everyone has that!

On a very hot day, the third stage of the *Villas&Golfe International Cup* circuit at the Polana Golf Club brought together prestigious brands, friends and partners, including corporate, political and social figures from Mozambique. Play on the course, which lasted about four hours, was followed by lunch and the prize-giving ceremony, which took place

FOTOGRAFIA\\ PHOTOGRAPHY ©PMC

FOTOGRAFIA\\ PHOTOGRAPHY JAY GARRIDO

FOTOGRAFIA\\ PHOTOGRAPHY ©PMC

FOTOGRAFIA \\ PHOTOGRAPHY JAY GARRIDO

FOTOGRAFIA \\ PHOTOGRAPHY JAY GARRIDO

umas quatro horas, seguiu-se o almoço e a cerimónia de entrega de prémios, que decorreu no Polana Serena Hotel. Eis as pontuações: Na qualificação *Net*, o 1.º lugar foi para Luís Trigo Morais (57 pontos); o 2.º premiado foi Dinis Nhaca (63 pontos); e o 3.º lugar foi para Jos Evens (63 pontos). No que à qualificação *Gross* diz respeito, o 1.º lugar foi para Jaime Inguane (62 pontos); o 2.º para Samuel Languene (64 pontos); e Dick Fumo (66 pontos) ganhou o 3.º lugar. Na qualificação *Nearest to the Pin*, Bertrand Fleury foi o vencedor e, na categoria *Longest Drive*, foi Éric Quintin o premiado.

A equipa organizadora do evento já está a preparar os próximos torneios, tanto em Moçambique como em Portugal. Até lá, boas tacadas!

at the Polana Serena Hotel. And here are the scores: in the Net event, 1st place went to Luís Trigo Morais (57 points); Dinis Nhaca took 2nd place (63 points); and Jos Evens took 3rd place (63 points). With regard to the Gross event, 1st place went to Jaime Inguane (62 points); 2nd to Samuel Languene (64 points); while Dick Fumo (66 points) won 3rd place. The Nearest to the Pin prize was won by Bertrand Fleury, and the Longest Drive was hit by Éric Quintin.

The event's organising team is already preparing upcoming tournaments, both in Mozambique and in Portugal. Until then, happy golfing!

FOTOGRAFIA \\ PHOTOGRAPHY JAY GARRIDO

BRUNO SILVÉRIO
Director de Marketing & Comunicação | United Investments Portugal
Marketing & Communication Director | United Investments Portugal

O novo luxo: tecnologia e bem-estar

Cada vez que falo sobre luxo, tenho a sensação de que se trata de algo bastante pessoal. Cada pessoa tem a sua própria percepção de luxo, seja em relação a umas férias num *resort* de cinco estrelas, um Maserati, uma casa de cinco milhões, um anel de diamantes ou até em relação a algo tão simples como viajar. Destaco dois pontos que, na minha opinião, são o novo luxo: a tecnologia e o bem-estar.

Hoje em dia, já é difícil conceber que o luxo exista sem que haja, de alguma forma, recurso à tecnologia. Imagine-se a comprar um Tesla que não tenha nenhuma tecnologia associada ou um apartamento de um milhão de euros sem qualquer tipo de automatização.

Estamos quase em 2020 e, apesar de continuarmos sem ter carros voadores, temos tudo o resto que vimos nos filmes dos últimos 30 anos. Prova disso é que no próximo ano chega a Portugal o primeiro YOTEL – YOTEL Porto – que oferece a mais recente tecnologia de ponta aos hóspedes. Outro ponto que é definitivamente uma tendência, e que felizmente chegou para ficar, é a forma como cuidamos do nosso corpo e da nossa mente. Um estudo de uma universidade portuguesa concluiu que o turismo de saúde e bem-estar é o sector do turismo com mais crescimento e que, em 2030, será o principal motivo para viajar. Esta conclusão não é surpreendente tendo em conta que diariamente temos estado mais atentos e mais disponíveis para pagar mais por uma alimentação mais saudável, bem como para termos um corpo e mente mais sãos. Nesse sentido, podemos olhar para o Serenity – The Art of Well Being, uma marca criada para pessoas que procuram um serviço de luxo em propriedades de luxo, como é o caso do Pine Cliffs Resort e do Sheraton Cascais Resort. Os hóspedes e proprietários valorizam uma alimentação saudável, bem como a possibilidade de terem diferentes opções que contribuam para uma melhoria do seu bem-estar. Esta é, sem dúvida, uma tendência que está a ser seguida pelo mercado.

O próximo passo será a microsegmentação destas duas tendências que estão cada vez mais ligadas. Seja pela utilização de tecnologia para melhorar a forma como controlamos a nossa actividade física; pela possibilidade que nos dá para nos conectarmos aos nossos amigos e família; pelo poder que tem a opinião dos consumidores; e pela forma como as marcas e os serviços respondem e se adaptam, de forma cada vez mais rápida, a estas novas tendências.

The new luxury: technology and wellness

Every time I talk about luxury, I get the feeling that this is something very personal. Every person has their own perception of luxury, whether talking about a holiday at a five-star resort, a Maserati, a multi-million-Euro house, a diamond ring or even something as simple as travel. I would highlight two points that, in my opinion, are the new luxury: technology and wellness.

Nowadays, it is already difficult to imagine luxury existing without some sort of use of technology. Imagine buying a Tesla that has no associated technology or a one-million-Euro apartment without any kind of automation.

It's almost 2020, and although flying cars are yet to arrive, we have everything else that we've seen in films from the last 30 years. Proof of this is next year's arrival of the first YOTEL in Portugal – YOTEL Porto – which offers the latest cutting edge technology to guests. Another point that is definitely a trend, and that fortunately is here to stay, is how we take care of our body and our mind. A study by a Portuguese university concluded that health and wellness tourism is the fastest growing sector and that by 2030 it will be the main reason for travel. This conclusion is not surprising given that on a daily basis we have become more attentive and more willing to pay extra for healthier food, as well as to have a healthier body and mind. In this sense, we can look at Serenity – The Art of Well Being, a brand created for people who are looking for luxury service in luxury properties, as in the case of Pine Cliffs Resort and Sheraton Cascais Resort. Guests and owners value healthy eating, as well as the possibility of having different options that contribute to an improvement of their wellness. This is undoubtedly a trend that is being followed by the market.

The next step will be the micro-segmentation of these two trends that are increasingly connected. Whether by using technology to improve the way we control our physical activity; by the possibility it gives us to connect with our friends and family; by the power of consumer opinion; or because of the way in which brands and services respond and adapt to these new trends more and more quickly.

ANDRÉ JORDAN

Oitenta e seis anos depois de ter nascido, na Polónia, a 10 de Setembro, André Francisco Spitzman Jordan conta as suas memórias num livro narrado na primeira pessoa. Ao longo de quase 700 páginas, encontramos uma história fascinante e inspiradora de um homem notável, considerado o «pai» do turismo nacional e o grande impulsionador do golfe em Portugal. *Uma viagem pela vida* leva-nos a descobrir o seu mundo que começa na Polónia, de onde fugiu com os pais para escapar aos campos de concentração, passando pelos Estados Unidos da América, Brasil, Argentina e terminando em Portugal – que confessa ser «o melhor país do mundo», onde reside há mais de 50 anos. As histórias são verídicas, fascinantes e algumas carregadas de sentido de humor, ou não fosse André Jordan um incansável contador de histórias. Através da leitura, que não nos deixa parar, ficamos a conhecer episódios marcantes do século XX por onde passam famílias reais, líderes políticos, artistas famosos e pessoas 'comuns', tudo acompanhado de momentos notáveis. Em Portugal, encontramos a sua força empreendedora na Quinta do Lago, em Vilamoura e no Belas Clube de Campo. A finalizar a apresentação do seu livro, André Jordan diz com o sorriso que o caracteriza: «O leitor vai encontrar a história de uma vida vivida com amor».

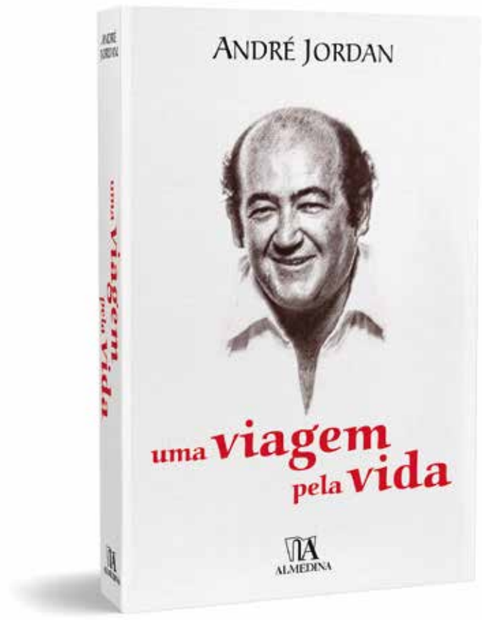
Eighty-six years after being born, in Poland, on September 19, André Francisco Spitzman Jordan recounts his memories in a book narrated in the first person. Over almost 700 pages, we discover a fascinating and inspiring story about a remarkable man, considered the «father» of national tourism and the driving force behind golf in Portugal. *Uma viagem pela vida* [A journey through life] takes us on a discovery of his world, which begins in Poland, from where he fled with his parents to escape to concentration camps, passing through the United States, Brazil, Argentina and ending in Portugal – which he confesses to be «the best country in the world», where he has lived for more than 50 years. The stories are true, fascinating, and some packed with humour. André Jordan is a tireless storyteller after all. As you read, unable to put the book down, you learn about important episodes in the 20th century, featuring royal families, political leaders, famous artists and 'ordinary' people, all accompanied by remarkable moments. In Portugal, you find his entrepreneurial might in Quinta do Lago, Vilamoura and Belas Clube de Campo. Concluding the presentation of his book, André Jordan says with the smile he is known for that: «The reader will find the story of a life lived with love».

FAMÍLIA JORDAN \\ JORDAN FAMILY

RUI PAULO DA CRUZ COM \\ WITH ANDRÉ JORDAN

JARDIM GONÇALVES COM \\ WITH ANDRÉ JORDAN

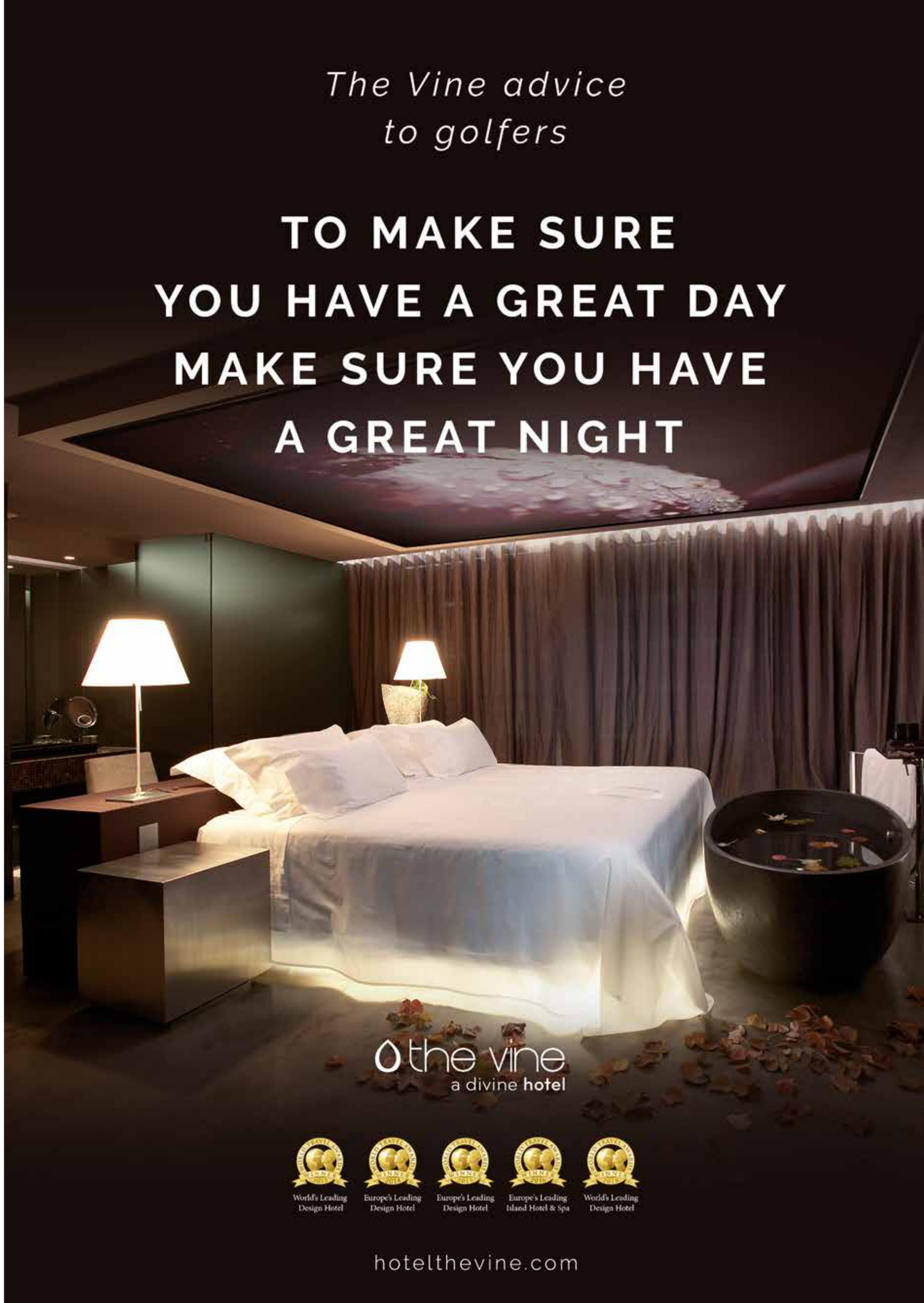
TERESA PATRÍCIA GOUVEIA COM \\ WITH ANDRÉ JORDAN



CPLP DEBATEU A EDUCAÇÃO EM LISBOA
CPLP DEBATES EDUCATION IN LISBON

No passado dia 3 de Dezembro de 2019, na sede da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), em Lisboa, decorreu o I Encontro *Sistema Eficaz de Avaliação das Aprendizagens para Reforço da Qualidade dos Sistemas Educativos da CPLP*, que teve como objectivo a busca de uma aproximação dos sistemas educacionais dos nove Estados-Membros. No debate, as delegações debruçaram-se sobre o reforço dos sistemas nacionais de avaliação educativa, do Plano de Acção de Cooperação da Educação da CPLP (2016/2020), ambicionando a criação da rede de partilha de informações, recursos e instrumentos relacionados com a avaliação do Sistema Educativo. Este I Encontro antecedeu a *VIII Reunião de Pontos Focais da Educação*, que decorreu nos dias seguintes, nos dias 4 e 5 de Dezembro de 2019, e tratou, entre outras matérias, da aprovação da agenda de trabalhos e operacionalização do Plano de Acção de Cooperação Multilateral no Domínio da Educação da CPLP. Para assinalar o *Dia Mundial da Língua Portuguesa*, celebrado a 5 de Maio, ficou definida a promoção em contexto escolar do áudio-livro *Contos Tradicionais da CPLP* e da exposição *O futuro aposta na CPLP*.

The 1st Meeting for *Effective Evaluation System of Learning for the Quality Enhancement of CPLP Educational Systems* took place on December the 3rd, 2019, at the headquarters of the Community of Portuguese-Speaking Countries (CPLP), in Lisbon, with the aim of striving for an approximation of the nine Member States' education systems. During the debate, delegations addressed the strengthening of national educational evaluation systems, of the CPLP Education Cooperation Action Plan (2016/2020), aspiring to create a network for sharing information, resources and instruments related to the evaluation of the educational system. This 1st Meeting preceded the 8th Focal Points of Education Meeting, which took place on the following days, on December 04 and 05, 2019, which dealt with, among other subjects, the approval of the work and deployment agenda of the CPLP Action Plan for Multilateral Cooperation in the Field of Education. In order to mark the *International Portuguese Language Day*, celebrated on May 05, the promotion, in schools, was defined of the audio book *Contos Tradicionais da CLLP* [*CPLP Traditional Tales*] and of the exhibition *O futuro aposta na CPLP* [*Future investment in the CPLP*].



VISITA DE ESTADO DO PRESIDENTE DA REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE A PORTUGAL
STATE VISIT TO PORTUGAL BY THE PRESIDENT OF THE REPUBLIC OF MOZAMBIQUE

A convite do seu homólogo português, o Presidente da República de Moçambique, Filipe Nyusi, fez uma visita de Estado a Portugal no passado mês de Julho. Para além das habituais honras militares, da deposição de flores no túmulo de Luís de Camões e do encontro dos dois chefes de Estado no Palácio de Belém, seguindo-se uma visita à Assembleia da República, o primeiro dia culminou com um jantar oficial no Palácio da Ajuda. No dia seguinte, teve lugar o *Fórum de Negócios Portugal/Moçambique*, com a presença de António Costa, primeiro-ministro português, seguindo-se depois a *IV Cimeira Portugal-Moçambique*, onde os Governos dos dois países assinaram vários instrumentos jurídicos que permitem reforçar o já estreito relacionamento bilateral nas mais diversas áreas. Recorde-se que a *III Cimeira* entre os dois países decorreu, em Maputo, em Julho de 2018. Filipe Nyusi participou ainda no *Fórum Euro-África*, organizado pelo Conselho da Diáspora, num painel dedicado ao tema da reconstrução, no contexto da catástrofe dos ciclones Idai e Kenneth.

At the invitation of his Portuguese counterpart, the President of the Republic of Mozambique, Filipe Nyusi, made a state visit to Portugal last July. In addition to the usual military honours, the laying of flowers at the tomb of Luís de Camões and the meeting of the two heads of state at Belém Palace, followed by a visit to the National Assembly, the first day culminated with an official dinner at the Palácio da Ajuda. On the following day the *Portugal/Mozambique Business Forum* took place, attended by Portuguese Prime Minister António Costa, followed by the *4th Portugal-Mozambique Summit*, where the governments of both countries signed various legal instruments enabling the strengthening of the already close bilateral relationship in the most varied of areas. The *3rd Summit* between the two countries took place in Maputo in July 2018. Filipe Nyusi also took part in the *Euro-Africa Forum*, organised by the Diaspora Council, in a panel dedicated to the subject of reconstruction, in the context of the Idai and Kenneth cyclone disasters.

LE CHÂTEAU DE TAULANE

O castelo onde o golfe é rei
The castle where golf is king

TEXTO TEXT MARIA AMÉLIA PIRES \\ FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS

Fica situado em La Martre, a 20 km do Desfiladeiro do Verdon e a uma hora de Cannes. A propriedade que o acolhe, numa área preservada nas belas paisagens do sul de França, tem 340 hectares e eleva-se aos mil metros de altitude. Chama-se Le Château de Taulane e, como todos os castelos, traz histórias longínquas em cada palmo de chão e nas paredes há muito erguidas. O castelo foi edificado no século XVIII, ainda que os quartos e áreas comuns deste deslumbrante hotel, como o reconfortante Spa Sothys, não denunciem a sua antiguidade. Tanto os aposentos do castelo como os da mansão, construída posteriormente, estão decorados num estilo provençal tradicional, com todas as comodidades contemporâneas. Ficarão para outra altura os mimos e a arte de bem receber do Le Château de Taulane, porque agora é hora de outros desafios.

São 120 hectares e quase sete quilómetros de calma verde e absoluta. Este magnífico campo de golfe, aos pés das montanhas e rodeado pela perfeita natureza da Provence, deslumbra quer pelos desafios propostos, quer pela beleza e quietude que proporciona. Foi desenhado por Gary Player, mais conhecido por Cavaleiro Negro – o primeiro campo que desenhou em França –, e é considerado um dos 20 melhores campos de golfe do país, oferecendo uma grande variedade de estilos e jogos e permitindo que iniciantes e jogadores experientes desfrutem de momentos de relaxamento, de socialização, de aprendizagem e de superação. A diversidade de buracos e os vários *tees* de saída atraem golfistas amadores e profissionais, que oscilam entre um jogo competitivo e aguerrido e uma postura de puro deleite, porque os olhares alimentados de paz são o meio de transporte para a alma.

O cenário idílico é também perfeito para desfrutar dos melhores conselhos dos profissionais e para usufruir das

> Este magnífico campo de golfe deslumbra quer pelos desafios propostos, quer pela beleza e quietude que proporciona. \\ this magnificent golf course dazzles as much for its challenges as for its beauty and quiet.

Home is in La Martre, 20 km from the Verdon Gorge and one hour from Cannes. The property in which it stands, in a preserved area in the beautiful landscapes of southern France, covers 340 hectares, rising up to an altitude of one thousand metres. The castle is called Le Château de Taulane and, like all castles, it echoes with ancient stories in every inch of its walkways and in every wall raised long, long ago. Although the castle was built in the 18th century, the rooms and communal areas of this stunning hotel, such as the soothing Sothys Spa, don't give away its old age. The rooms of both the castle and the mansion, build afterwards, are decorated in a traditional Provencal style, while boasting every contemporary amenity. But the pampering and the art of hospitality of Le Château de Taulane will have to wait for another time, as now we have other challenges to discuss.

Covering 120 hectares and almost seven kilometres of absolute verdant calm, this magnificent golf course, stood at the foot of the mountains and surrounded by the perfect natural setting of Provence, dazzles as much for its challenges as for its beauty and quiet. Designed by Gary Player, better known as the Black Knight – the first course he designed in France –, it is considered one of the best 20 golf courses in the country, offering a wide variety of styles and games, while ensuring beginners and experienced players moments of relaxation, socialising, instruction and of overcoming challenges. The diversity of the holes and the various tees attract both amateur and professional golfers, swaying between competitive and courageous game play and feelings of pure delight, with the soul induced to soar by the peaceful surroundings.

O golfe do Le Château de Taulane oferece uma introdução ao golfe, em grupos de até seis pessoas. \\
Le Château de Taulane golf course offers an introduction to golf for groups of up to six people.

mais modernas tecnologias direccionadas para o ensino e aperfeiçoamento da modalidade. Se solicitado, o profissional de golfe pode acompanhar o golfista durante alguns buracos, para que as técnicas sejam aperfeiçoadas e os detalhes corrigidos. Num intervalo, haverá tempo para uma visita à *Pro Shop*, onde se podem encontrar itens do universo golfístico ou pequenas lembranças para oferta. Para aprimorar os seminários ou as férias em família ou com amigos, e se o campo de golfe for um terreno totalmente desconhecido, o golfe do Le Château de Taulane oferece uma introdução ao golfe, em grupos de até seis pessoas. Um professor certificado ensinará o básico, antes das verdes aventuras no Le Château de Taulane, o castelo onde o golfe é rei.

The idyllic setting is also perfect for enjoying some of the best advice from pros and for taking advantage of the latest technologies aimed at teaching and improving in the sport. On request the golf pro can accompany golfers for a few holes, to help improve playing techniques and correct details of their game. During a break, there will be time for a visit to the Pro Shop, where you can find all manner of golfing paraphernalia or gift ideas in the shape of souvenirs. To add something extra to seminars or holidays with family or friends, and if golfing is totally unfamiliar territory, Le Château de Taulane golf course offers an introduction to golf for groups of up to six people. A certified coach will teach you the basics before you set off on green adventures at Le Château de Taulane, the castle where golf is king.

STOP
BOATING.
START
PERSHING.

PERSHING

PERSHING 5X 62 70 74 8X 9X 108 140

PERSHING-YACHT.COM

A FERRETTI GROUP BRAND

PERSHING
EXCLUSIVE DEALER

consulyachts

CONSULYACHTS, LDA
MARINA DE VILAMOURA: Tivoli Marina Vilamoura, loja 1
Tel: +351 289 040 127 - Mobile: +351 963617092
Mobile: +351 916704545
MARINA DE ALBUFEIRA: Box 1 - Tel: +351 289 040 127
info@consulyachts.com

QUINTA DO LAGO
REAL ESTATE
ALGARVE • PORTUGAL

INVEST IN YOUR LIFE

INVISTA NA SUA VIDA

A life of wellness and vitality awaits you in Quinta do Lago. Unique real estate opportunities can be found in San Lorenzo North, offering you the chance to create a luxurious home in the peaceful natural setting of the Ria Formosa. A longstanding family and golf resort, nestled in the Algarve and with a world-class reputation, is the key to enjoy a life of fulfilment and endless possibilities, for discerning buyers looking to achieve the ultimate experience of Quinta. Invest in your life, contact our sales team today.

Uma vida de bem-estar e vitalidade aguarda por si na Quinta do Lago. Oportunidades imobiliárias únicas podem ser encontradas em San Lorenzo North, proporcionando a possibilidade de criar uma moradia de luxo, no ambiente tranquilo e natural da Ria Formosa. Um resort familiar e de golfe no coração do Algarve, com provas dadas internacionalmente, é a chave para desfrutar de infinitas possibilidades ao alcance da excelência da Quinta do Lago. Invista na sua vida, contacte hoje a nossa equipa oficial.

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