

V&G

Villas&Golfe Europe Edition



CAPA COVER MUNICIPIO DE CASCAIS

00123
5 607727 063353

A RIVIERA PORTUGUESA E LUGARES DE CHARME | THE PORTUGUESE RIVIERA AND CHARMING PLACES | LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES ANANTARA NEW YORK PALACE BUDAPEST HOTEL | ARQUITETURA & DESIGN | ARCHITECTURE & DESIGN SOLTROIA: UMA INTRIGA ESPACIAL | LUXO & ESTILO | LUXURY & STYLE MERCEDES-AMG GT 63 4MATIC+ COUPÉ

N.º 123 | ANO 22 | 206



ROYAL TROON GOLF CLUB



COLLIN MORIKAWA, 2021



TOM WATSON, 1982



JORDAN SPIETH, 2017

NÃO SE RENDA À HISTÓRIA. FAÇA-A.

É o berço de uma tradição secular. O The Open, primeiro Major na história do golfe, escreveu alguns dos seus capítulos mais ilustres e preservou os seus mais nobres valores. Muitos sucumbiriam a todo este peso e pressão. Contudo, há mais de 150 anos, os maiores jogadores continuam a abraçar estas adversidades. E, em vez de se renderem à sua história, encontram uma maneira de a fazer.

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL DAY-DATE 40
EM OURO BRANCO DE 18 KT



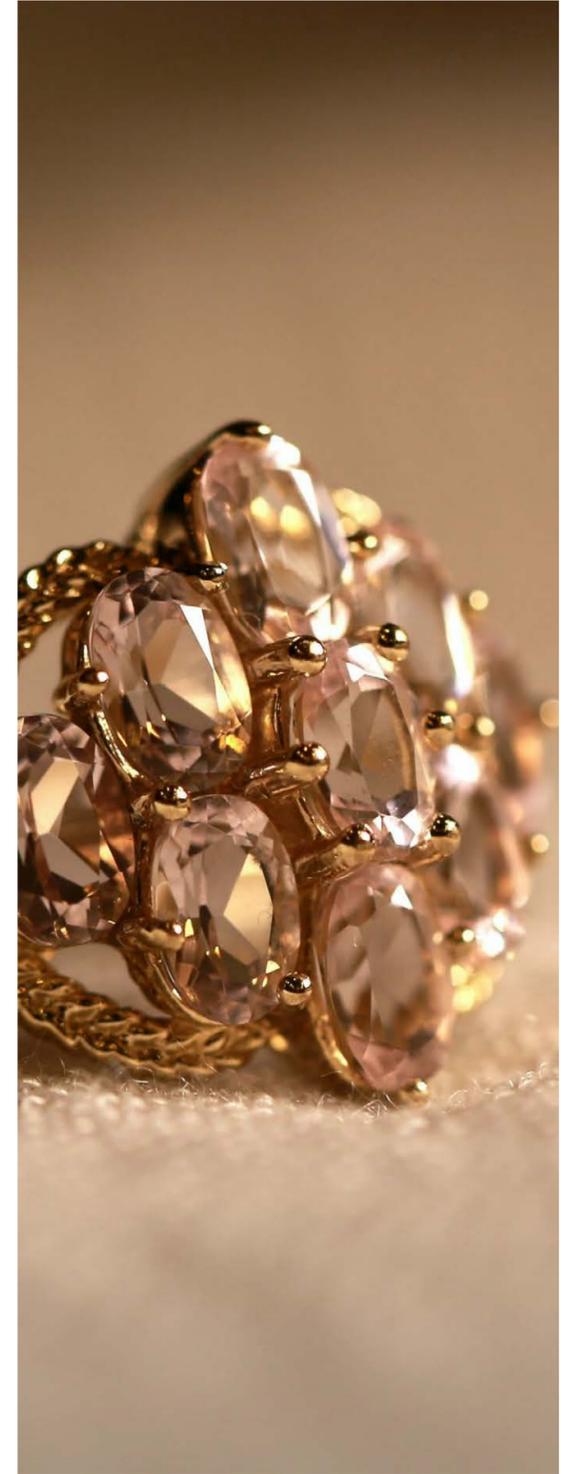
THE OPEN
ROYAL TROON GOLF CLUB
SOUTH AYRSHIRE, ESCÓCIA
DE 18 A 21 DE JULHO DE 2024



Seja responsável. Beba com moderação. (+ 18anos)



CASTA
Godelho



WWW.VIDAGOVILLA.COM

VIDAGOVILLA@VIDAGOVILLA.COM

Discover pleasure...





FROM INCEPTION TO EXECUTION,
ONE HUNDRED PERCENT TAILOR-MADE.



ANDREZ® ANDREZ

INTERIOR ARCHITECTURE INTERIOR DESIGN

Quinta do Lago Studio
Av. Alm. Mendes Cabeçadas loja RC-A, Vale Verde 8135-106 Quinta do Lago, Almoncil

Lisbon Studio
Av. António Augusto de Aguiar 30, 4E 1050-016 Lisboa

Porto Studio
Largo Manuel Baltazar 72, 1E 4610-113 Felgueiras

Madeira Golf Passport uma experiência completa de golfe!



Madeira
golf passport

madeiragolfpassport.com

Porto Santo Golfe

Palheiro Golf

Clube de Golf Santo da Serra



Ponte
de Lima

A vila mais antiga
de Portugal



NÃO HÁ PRAIAS COMO AS DE GAIA!

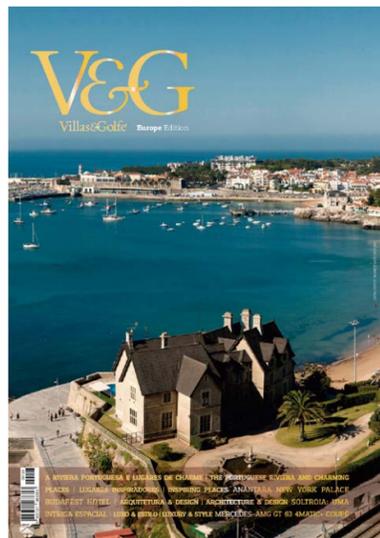
COM 19 PRAIAS DE BANDEIRA AZUL, VILA NOVA DE GAIA É O CONCELHO DO PAÍS COM MAIS PRAIAS COM “QUALIDADE DE OURO” PELA QUERCUS.

Praias que se destacam pela excelência das águas, acessibilidade, equipamentos e pelas ações realizadas durante toda a época balnear, com destaque para a piscina aquecida de praia de Canide Norte e para “O mar dá-te palco”, iniciativa cultural, desportiva e de lazer.

Venha descobrir porque não há praias como as de Gaia!

✉ info@aguasgaia.pt  aguasgaia.pt    [aguasgaia](https://www.facebook.com/aguasgaia)





A Riviera Portuguesa e tanto mais...

Imagine uma paleta de cores frescas, vistas desafogadas sobre o oceano, muita leveza espiritual, enquanto faz um belíssimo passeio, sobre rodas, pela Riviera Portuguesa. É, com certeza, uma aventura fabulosa. Mas, como este, outros lugares são dignos das nossas palavras. São eles lugares de charme, como Ponte de Lima, a mais antiga vila de Portugal; lugares de praia, como Vila Nova de Gaia, onde descansam os mais famosos vinhos do Porto; e lugares de natureza, como o arquipélago da Madeira, um dos melhores destinos turísticos do país. Lugares que nos contam história, nos seduzem paisagisticamente e nos fazem querer sempre lá voltar. Porque haverá sempre novas experiências a viver. Mas, nesta edição, há tanto mais para conhecer. Uma viagem pela Riviera Francesa é também ela digna de charme e muita elegância, não estivéssemos nós a falar de um dos encantos mais luxuosos e exclusivos do mundo. Assim como descansar no Anantara New York Palace Budapest Hotel, um cinco estrelas que é uma obra-prima arquitetónica e cultural; ou no Onduli Ridge, na Namíbia, que seduz no meio do deserto; ou simplesmente relaxar nos alpes da Suíça, no The Chedi Andermatt Spa; e, quem sabe, visitar o «reino maravilhoso», em Trás-os-Montes, de onde sai para o mundo o afamado azeite *Acushla*. E, claro, ao volante do novo *Mercedes-AMG GT 63 4MATIC+ Coupé* vamos estacionar numa das moradias deslumbrantes do atelier Traçado Regulador, a Soltroia; e, daqui, com calma, vamos folhear a história de 50 anos da Modarte (empresa que representa a Samsonite em Portugal), e tanto mais... Boas leituras!

The Portuguese Riviera and so much more...

Imagine a palette of vibrant colours, sweeping ocean views and a sense of spiritual lightness as you go for a beautiful drive along the Portuguese Riviera. A fabulous adventure for sure. But, like this one, other places are worthy of our words. They are places oozing with charm, such as Ponte de Lima, Portugal's oldest town; places by the beach, such as Vila Nova de Gaia, home to the most famous Port wines; and places of nature, such as the archipelago of Madeira, one of the country's finest tourist destinations. Places that tell us about history, seduce us with their scenery and make us want to go back again and again. Because there will always be new experiences to be had. But in this issue, there's so much more to discover. A trip to the French Riviera is also full of charm and elegance, especially as we're talking about one of the most luxurious and exclusive places in the world. Just as relaxing at the Anantara New York Palace Budapest Hotel, a five-star architectural and cultural masterpiece; or at Onduli Ridge, in Namibia, which captivates in the middle of the desert; or simply relaxing in the Swiss Alps, at The Chedi Andermatt Spa; and, who knows, visiting the "wonderful kingdom", in Trás-os-Montes, where the famous *Acushla* olive oil is sent out into the world. And, of course, behind the wheel of the new *Mercedes-AMG GT 63 4MATIC+ Coupé*, we'll park up at one of the stunning villas designed by Traçado Regulador atelier, Soltroia; and, from here, we'll calmly leaf through the 50-year history of Modarte (the company that represents Samsonite in Portugal), and so much more...

Happy reading!

MARIA CRUZ

16

NOTÍCIAS | NEWS

24

A RIVIERA PORTUGUESA E LUGARES DE CHARME
| THE PORTUGUESE RIVIERA AND CHARMING PLACES

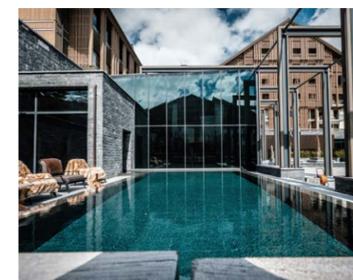
A Riviera Portuguesa
Madeira e Porto Santo
Jorge Rebelo de Almeida
Ponte de Lima
Sean Moriarty
Sofia Andrez
Tributo a André Jordan

Vila Nova de Gaia, viajando pela linha costeira



68

LUGARES INSPIRADORES | INSPIRING PLACES
Anantara New York Palace Budapest Hotel



86

SAÚDE & BEM-ESTAR | HEALTH & WELLNESS
The Chedi Andermatt Spa

96

SABORES SUPREMOS | SUPREME FLAVOURS
Prada Caffè



108

ARQUITETURA & DESIGN | ARCHITECTURE & DESIGN
Soltroia: uma intriga espacial



130

LUXO & ESTILO | LUXURY & STYLE
Mercedes-AMG GT 63 4MATIC+ Coupé



142

EVENTO | EVENT
V&G International Cup 2024
by Banco BIC, Angola

152

DESPORTOS PREMIUM | PREMIUM SPORTS
Como Laucala Island

A Villas & Golfe © é propriedade da PM Media Comunicação, Lda. Villas&Golfe © is owned by PM Media Comunicação, Lda. | www.villasegolfe.com | Sede, Editor/Redação Head Office: Rua António Nobre, 23, Fração B 4450-618, Matosinhos, Porto, Portugal | T: +351 252 299 010 | Editor: PM Media Comunicação, Lda. | Presidente ADM ADM Chairman: Paulo Martins (paulomartins@pmmediacorporate.com) | Diretor Director: José Lopes | Coord. Editorial Editorial Coordinator: Maria Cruz (mariaacruz@pmmediacorporate.com) | Redação Editorial Team: Joana Rebelo; Maria Cruz | Revisão Proofreading: Ana Monteiro | Tradução Translation: Algarvemedial | Fotografia de Capa Cover Photo: Turismo de Cascais | Produção Graphic Production: Marta Teixeira | Tratamento de Imagem Image Treatment: PM Media | Relações Públicas Public Relations: Ana Sofia Monteiro (anasofiamonteiro@pmmediacorporate.com) | Departamento Comercial Commercial Department: Manuela Nogueira (manuelanogueira@pmmediacorporate.com) | Departamento Financeiro Financial Department: Elisabete Alves | Periodicidade Frequency: Trimestral Quarterly | Impressão Printing: Greca - Artes Gráficas (R. José Maria Baptista Valente, 194, 4465-260, S. Mamede de Infesta) | N.º Depósito Legal Legal Deposit Number: 172563/01 | Registo ERC N.º123930 Registration ERC Number | Tiragem Média Circulation: 10.000 exemplares copies | Estrutura Acionista Fundadora da PM Media Comunicação, Lda. Founding Shareholder Structure (99%): Paulo Martins | Estatuto Editorial Editorial Status: www.villasegolfe.com/pt/estatuto-editorial/ | N.º 123 abr./jun.

Villas & Golfe © marca registada. Todos os direitos reservados.
Interdita a reprodução, mesmo que parcial, de textos, fotografias ou ilustrações sob quaisquer meios e para quaisquer fins, inclusive comerciais.
Os anúncios publicitários e artigos de opinião, os seus conteúdos e o impacto que deles advier são da total responsabilidade dos seus autores.
Villas & Golfe is a registered brand. All rights reserved.
Reproduction in whole or part of any text, photography or picture, under any means and for any purpose, including commercial, is strictly prohibited.
Advertisings, opinion articles, their contents and resulting impact are full responsibility of its authors.

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



CONCORSO D'ELEGANZA VILLA D'ESTE 2024

Anualmente, o evento mais emblemático do mundo dos motores capta a atenção dos amantes dos carros de sonho. Falamos do *Concorso d'Eleganza Villa d'Este*, um dos eventos mais clássicos e sublimes do setor automóvel. Dezenas de automóveis desfilam. O evento aconteceu em maio último, momento em que decorreu a estreia pública mundial do *Cullinan Série II*, uma evolução audaz do superluxuoso SUV, ao mesmo tempo que a marca honrou os seus 120 anos de excelência. Desta vez, e de frente para o Grand Hotel Villa d'Este, cinco célebres viaturas da linhagem da marca desfilaram, mostrando a sua beleza atemporal. O *Concorso d'Eleganza Villa d'Este* é um evento que celebra a arte automóvel. E, claro, num evento desta envergadura, não pode faltar, por natureza, a história da casa Rolls-Royce. O evento reúne conhecedores do luxo, desde a sua estreia, em 1929. Foi nas margens do Lago Como que se observou uma vitrine global de carros clássicos e antigos.

CONCORSO D'ELEGANZA VILLA D'ESTE 2024

Every year, the most iconic event in the world of motorcars captures the attention of dream car lovers. We're talking about the *Concorso d'Eleganza Villa d'Este*, one of the motor industry's most classic and sublime events. There are dozens of cars on parade. The event took place in May, during which time the *Cullinan Series II* made its world debut, an audacious evolution of the super-luxurious SUV, while the brand celebrated its 120 years of excellence. This time, and in front of the Grand Hotel Villa d'Este, five of the famed cars from the brand's family were paraded, showing off their timeless beauty. The *Concorso d'Eleganza Villa d'Este* is an event that celebrates automotive art. And, of course, at an event of this calibre, the history of the Rolls-Royce brand cannot be forgotten. The event has brought together connoisseurs of luxury ever since its debut in 1929. This global showcase of classic and vintage cars took place on the shores of Lake Como.

GRANDE PRÉMIO DO MÓNACO

Luxo e *design* sobressaem no *Grande Prémio do Mónaco*. A VanDutch Yachts, conhecida por ser elegante e luxuosa, marcou a indústria náutica, ocupando o centro das atenções no evento. A empresa foi fundada em 2008, na Holanda, e, desde 2020, incorpora a sofisticação italiana na Cantiere del Pardo. Neste evento, juntou-se à equipa Mercedes-AMG PETRONAS F1 como fornecedor oficial *Team Race*. Durante o evento, treze luxuosos barcos VanDutch enfeitaram as águas do principado, tendo a bordo alguns dos convidados VIP e membros da equipa Mercedes. Esta parceria, entre estas marcas de prestígio, apresentou uma mistura de estilo, desempenho e exclusividade, não estivésemos nós a falar do *Grande Prémio de Mónaco*, a pérola do calendário da F1.

MONACO GRAND PRIX

Luxury and design shine at the *Monaco Grand Prix*. VanDutch Yachts, known for being elegant and luxurious, made an impression in the yachting industry, taking centre stage at the event. The company was founded in 2008 in the Netherlands and has been incorporating Italian sophistication at Cantiere del Pardo since 2020. At this event, it joined the Mercedes-AMG PETRONAS F1 team as an official *Team Race* supplier. Thirteen luxurious VanDutch boats adorned the waters of the principality during the event, with a number of VIP guests and members of the Mercedes team on board. The partnership between these two prestigious brands offered a mix of style, performance and exclusivity, this is the *Monaco Grand Prix* after all, the pearl in the F1 calendar.





EXPOSIÇÃO **UNIVERSO DALÍ**

O surrealista espanhol Salvador Dalí será o protagonista da próxima exposição temporária no museu Atkinson, no WOW, em Gaia. Intitulada de *Universo Dalí*, a mostra terá lugar de 18 de junho até 31 de outubro, das 10h00 às 19h00, e dará a conhecer os principais marcos da vida e carreira do artista. Várias obras, incluindo desenhos, esboços, pinturas, esculturas, entre outros trabalhos, estarão disponíveis para serem admiradas, além de uma seleção de fotografias, captadas por Robert Descharnes, fotógrafo francês e amigo de Dalí, entre 1955 e 1985, que revelam alguns dos momentos da vida pessoal do artista, no seu ambiente familiar.

Nascido em 1904, em Figueres, no Nordeste de Espanha, Salvador Dalí tornou-se um dos artistas mais reconhecidos mundialmente, sempre com o seu estilo inconfundível. Daí que observar uma obra deste talento é dar asas ao pensamento e recordar uma criatividade sem limites, um bigode que se tornou famoso e um legado do século XX. Algo a não perder nesta exposição.

THE **DALÍ UNIVERSE** EXHIBITION

Spanish surrealist Salvador Dalí will be the protagonist of the forthcoming temporary exhibition at the Atkinson Museum at WOW in Gaia. Entitled *Dali Universe*, the exhibition will run from June 18 until October 31, from 10 am to 7 pm, and will showcase the main milestones in the artist's life and career. Various works, including drawings, sketches, paintings, sculptures, among others, will be on display, as well as a selection of photographs taken by Robert Descharnes, a French photographer and friend of Dalí's between 1955 and 1985, which portray moments from the artist's personal life in his family environment.

Born in 1904 in Figueres, in the north-east of Spain, Salvador Dalí became one of the world's most recognised artists, forever with his unmistakable style. And so, looking at a work by this talent gives free rein to thinking and remembering boundless creativity, a moustache that became famous and an ambassador of the 20th century. An exhibition not to be missed.



**A ELETRIFICAÇÃO
PRECISAVA DE MAIS ESPAÇO.**
NOVO BMW i5 TOURING. 100% ELÉTRICO.
DESDE 480€/MÊS* + IVA.

Marque já o seu Test Drive.



* Condições válidas para clientes empresa em contratos Select (Contrato de Aluguer Operacional) para BMW i5 eDrive40 Touring com Edição Desportiva M. Prazo: 60 meses e 80.000km. Primeiro Aluguer: 13.044,03€. Valor estimado no final do contrato: 31.951,01€. Comissão de abertura de dossier: 260,00€. Comissão de gestão mensal de 3,25€ (incluído no valor do aluguer). Os valores apresentados não incluem IVA. Condições sujeitas a alteração sem aviso prévio e válidas nos Concessionários aderentes para viaturas encomendadas de 01/04/2024 a 30/06/2024 com proposta aprovada até 30/06/2024. Consumo de energia em kWh/100 km (combinado): 16,9 kWh/100 km. Emissões de CO₂ em g/km (combinadas): 0. Viatura não contratual. Consulte as condições no seu Concessionário BMW. Informe-se junto da BMW Renting.

GOLF RESIDENCES

Localizado a pouco mais de 20 quilómetros de Lisboa, é no Clube de Golf do Estoril que reside o condomínio privado Golf Residences. Um condomínio que proporciona um estilo de vida atrativo, envolvido na natureza. A arquitetura é de *design* moderno. Está inserido numa zona tranquila do Estoril, num dos campos de golfe mais antigos de Portugal. As vistas panorâmicas sobre o oceano Atlântico, a qualidade e o luxo refletem-se em cada detalhe. É composto por 31 apartamentos, distribuídos em tipologias de T2 a T4+1, e com áreas entre os 100 e 322 m². Os imóveis dispõem de amplos espaços interiores, equipados com eletrodomésticos topo de gama, e têm acesso à piscina e ao ginásio. As duas *penthouses*, com mais de 300 m², oferecem, além das vistas incríveis, uma piscina privativa e uma área exterior com mais de 500 m².

GOLF RESIDENCES

Located just over 20 kilometres from Lisbon, the Estoril Golf Club is home to the Golf Residences private condominium. This condominium offers an attractive lifestyle, surrounded by nature. The architecture is of modern design. It is located in a quiet part of Estoril, on one of Portugal's oldest golf courses. With panoramic views over the Atlantic Ocean, quality and luxury are reflected in every detail. It is made up of 31 apartments, ranging in size from 2- to 4+1-bedrooms and with floor areas between 100 and 322 sqm. The spacious interiors are equipped with top-of-the-range appliances and have access to a swimming pool and gym. The two penthouses, measuring over 300 sqm, offer incredible views, a private pool and an outdoor area of more than 500 sqm.



Haier

Nº 1
DO MUNDO

*Fonte: Euromonitor International Limited 2020, em grandes eletrodomésticos

CAVES DE VINHO HAIER, O MELHOR PARA O SEU VINHO

Porta de vidro anti UV | Iluminação LED | Prateleiras em madeira | Sistema antivibração



Conheça a gama de
caves de vinho em
www.haier.pt



Faça download da App hOn para ter acesso rápido a aconselhamento sobre a preservação de vinho, onde quer que esteja.



REVELADO O NOVO BMW ART CAR

São vários os modelos únicos, assinados por artistas como Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Jeff Koons, David Hockney, John Baldessari, Cao Fei, que completam a coleção BMW Art Car. Desta vez, o 20.º modelo é assinado pela artista contemporânea Julie Mehretu. Desta parceria resulta ainda um conjunto de *workshops* para jovens cineastas, que irão percorrer várias cidades africanas, entre 2025 e 2026, e que culminará numa grande exposição no Zeitz Museum of Contemporary Art, na cidade do Cabo, em África do Sul. O BMW Group apresentou em maio, no Centre Pompidou em Paris, o novo membro da coleção, o BMW M Hybrid V8. Uma verdadeira obra de arte, pensada pela artista. A viatura estreia-se para competir nas 24H de Le Mans, em junho, e passa a fazer parte da coleção oficial do BMW Group. A BMW tem colaborado com vários artistas, fascinados pela mobilidade, *design*, tecnologia e desporto motorizado, ao longo das últimas cinco décadas. O projeto passa por criar, imaginar e ultrapassar os limites.

NEW BMW ART CAR UNVEILED

There are many unique models created by artists such as Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Jeff Koons, David Hockney, John Baldessari and Cao Fei that make up the BMW Art Car collection. This time round, the 20th model is created by contemporary artist Julie Mehretu. The partnership will also result in a series of workshops for young filmmakers, which will tour various African cities between 2025 and 2026, culminating in a major exhibition at the Zeitz Museum of Contemporary Art in Cape Town, South Africa. In May, the BMW Group presented the newest member of this collection, the BMW M Hybrid V8, at the Centre Pompidou in Paris. A true work of art, designed by the artist. The car will make its debut at the 24H Le Mans in June and will become part of the BMW Group's official collection. Over the past five decades, BMW has collaborated with various artists fascinated by mobility, design, technology and motorsport. The project involves creating, imagining and pushing boundaries.

Há mais de 25 anos consigo

Depósito a Prazo Premium 4,00% TANB a 12 meses

Montantes mínimos de 2.500€ para particulares e 5.000€ para empresas, montantes máximos de 10.000.000€

- ✓ Isenção da Comissão de Manutenção de Conta ao subscrever e manter um Depósito a Prazo
- ✓ Renovação e capitalização de juros opcional no momento da constituição
- ✓ Penalização de 50% do juro em caso de mobilização antecipada

Obrigatoriedade em dispor de contrato de Internet Banking activo e Cartão de Débito associado à Conta à Ordem

Informe-se no Banco BAI Europa S.A.:

• (+351) 213 513 750 (dias úteis das 8h30 às 17h30)

• clientes.particulares@baieuropa.pt

• www.bancobaieuropa.pt

Disponível para clientes particulares e empresas titulares de conta de depósito à ordem do BAIE e para novos clientes. Os produtos e serviços estão sujeitos ao preçário em vigor. Instituição de Crédito registada no Banco de Portugal com o N.º 8.





OEIRAS



JORGE REBELO DE ALMEIDA



PONTE DE LIMA



SINTRA



CASCAIS



SEAN MORIARTY



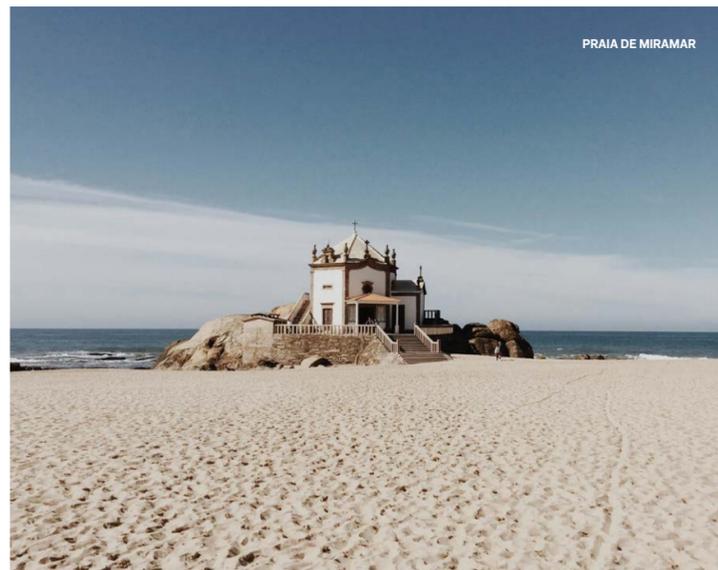
ANDRÉ JORDAN



JOANA E SOFIA ANDREZ



BAÍA DO FUNCHAL



PRAIA DE MIRAMAR

A RIVIERA PORTUGUESA THE PORTUGUESE RIVIERA

DA HISTÓRIA AO LUXO DA COSTA PORTUGUESA
FROM HISTORY TO LUXURY ON PORTUGAL'S COAST

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1 MUNICÍPIO DE OEIRAS; 2,3 CÂMARA MUNICIPAL DE SINTRA;
4, 7 TURISMO DE CASCAIS; 5,6 DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED



Nesta viagem, todos os caminhos vão dar... à Riviera Portuguesa. Portugal é detentor de uma vasta natureza e de recantos únicos, que marcam a vida de qualquer pessoa, em qualquer momento. Carregamos décadas de história, trabalho, cultura, e, hoje, somos dos países que melhor sabe receber o turista, tendo já sido considerados o *Melhor Destino Turístico do Mundo*. Neste itinerário, vamos, nas calmas, percorrer uma das faixas costeiras mais belas de Portugal. Passaremos por praias sublimes, viajaremos por cidades e vilas, avistaremos palácios e castelos – capazes de nos levar para outros tempos –, e, certamente, sentir-nos-emos mais despertos, vivos, tal como só as paisagens naturais idílicas são capazes de nos fazer sentir. Cascais, Oeiras e Sintra fazem parte da Riviera Portuguesa, também conhecida como Costa do Sol. Deixe-se enamorar por ela, tal como deixa os primeiros raios de sol da manhã acarinhar a sua face.

Os caminhos percorridos são de beleza estonteante. Em Paço de Arcos, na foz do rio Tejo, por onde Vasco da Gama passou com as suas caravelas, na era de 1492, encontramos duas das praias a visitar, a de Santo Amaro e a praia da Torre. Nesta vila, é onde se encontra o Palácio do Marquês de Pombal – um monumento arquitetónico – e é, também, onde se pode visitar o Forte de São Julião da Barra, o Museu do Automóvel Antigo e a Antiga Fábrica de Pólvora Negra.

Despedimo-nos de Oeiras satisfeitos. E seguimos a estrada que rumo a Carcavelos, Parede e Estoril. Em Carcavelos, descobrimos umas das melhores praias de águas mornas e terapêuticas, longa e extensa, e de areia fina. Seguimos a linha da costa, pela Avenida Marginal, e chegamos ao Estoril.

On this journey, all roads lead to... the Portuguese Riviera. Portugal is home to nature in all its glory and unique places that can mark anyone's life at any time. We are steeped in decades of history, work and culture, and today we are one of the countries that knows best how to welcome tourists, and have even been voted the Best Tourist Destination in the World. On this journey, we'll take a leisurely stroll along one of Portugal's most beautiful stretches of coastline. We will travel past sublime beaches, through towns and villages, see palaces and castles – which will take us back in time – and we will certainly feel more refreshed and alive, as only idyllic natural landscapes can make us feel. Cascais, Oeiras and Sintra form part of the Portuguese Riviera, also known as the Costa do Sol. Allow yourself to fall in love with it, as you let the morning sun's first rays caress your face.

The paths you travel are breathtakingly beautiful. In Paço de Arcos, at the mouth of the River Tagus, where Vasco da Gama sailed his caravels in 1492, we find two of the beaches to visit: Santo Amaro and Torre beach. The town is also home to the Marquês de Pombal Palace – an architectural monument – as well as the São Julião da Barra Fort, the Museu do Automóvel Antigo (Classic Car Museum) and the Antiga Fábrica de Pólvora Negra (Former Gunpowder Factory).

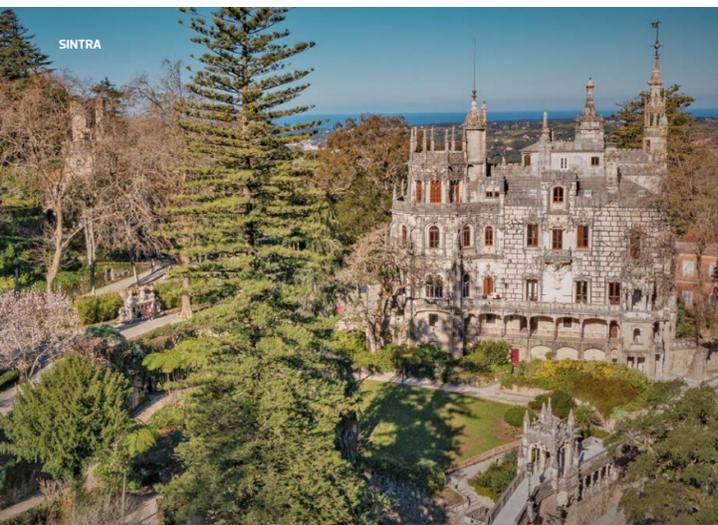
We waved goodbye to Oeiras well satisfied. And then we followed the road to Carcavelos, Parede and Estoril. In Carcavelos, we discovered one of the best beaches with warm, therapeutic waters, long and wide, and with fine sand.

Lugar cosmopolita e atrativo. É o sítio onde o famoso escritor Fleming criou a mítica personagem James Bond e onde o monarca Juan Carlos I, de Espanha, passou grande parte da sua infância e juventude. É local por onde já passou a *Fórmula 1* e é onde acontece o *Grande Prémio de Motociclismo*. É, também, onde avistamos vilas e palacetes espantosos. E é, ainda, onde restaurantes à beira-mar convidam a degustar pratos autênticos, em qualquer altura do ano, tal como o experienciámos no Gloria Beach Bar Restaurant, na Praia das Moitas, que nos proporcionou agradáveis momentos, enquanto almoçámos, e nos deixou com vontade para voltarmos de novo e, dali, assistirmos a um belíssimo pôr do sol, ao final da tarde, acompanhados por um *cocktail* ou flute de champagne. É de espaços como este que se guardam boas memórias.

Mesmo junto ao circuito do Estoril, na praia do Tamariz, descobrimos o Chalet Barros, uma casa majestosa, com aspeto de castelo. Lugar onde se concentravam alguns exilados, no período da Segunda Guerra Mundial. Daqui, contemplam-se também belos pores do sol. E, para os que quiserem tentar a sua sorte na roleta russa, nada como passar pelo Casino Estoril – o maior da Europa –, e, quem sabe, ganhar. Também o golfe – aqui residem campos extraordinários – é um atrativo da região. Todavia existem tantos outros pontos de interesse, como o Museu da Música Portuguesa e vários restaurantes premiados para conhecer. É um destino charmoso, onde ilustres figuras internacionais compraram casa, e é um dos destinos mais apetecíveis para hóspedes estrangeiros.

We followed the coastline along the Avenida Marginal and arrived in Estoril. A cosmopolitan, attractive place. It's the place where the famous writer Fleming created the mythical character James Bond and where the monarch Juan Carlos I of Spain spent much of his childhood and youth. It is a place where *Formula 1* has passed and it is where the *Motorcycle Grand Prix* takes place. This is also where you can see stunning villas and palaces. And it is where sea-front restaurants invite you to savour traditional dishes at any time of year, as we experienced at the Gloria Beach Bar Restaurant on Praia das Moitas beach, which provided us with a pleasant lunch and left us wanting to return again and watch a beautiful sunset in the late afternoon, accompanied by a *cocktail* or a flute of champagne. It is places like this that make great memories.

Right next to the Estoril circuit, on Tamariz beach, we discovered Chalet Barros, a majestic house with the appearance of a castle. This is where some exiles came together during the Second World War. You can also enjoy beautiful sunsets from here. And for those who want to try their luck at roulette, there's nothing like a visit to the Estoril Casino – the largest in Europe – and maybe even win. In addition, golf – there are some extraordinary courses here – is one of the region's attractions. However, there are many other points of interest, such as the Museu da Música Portuguesa (Portuguese Music Museum) and several award-winning restaurants to visit. It's a charming destination, where



SINTRA



CASCAIS



GLORIA BEACH BAR RESTAURANT



RESORTS DE LUXO,
CULTURA, HISTÓRIA,
VILAS EXCÊNTRICAS,
PRAIAS DE SONHO

LUXURY RESORTS,
CULTURE, HISTORY,
ECCENTRIC TOWNS,
DREAM BEACHES

Seguimos a costa até à vila de Cascais. Mas, antes, fazemos um desvio e paramos no Palácio da Pena. Vale muito a pena, pelo jardim, que harmoniza milhares de espécies botânicas, pelas vistas e pela arquitetura exterior e interior, que mistura diferentes estilos (árabe, barroco e românico). Cascais é detentora de uma atmosfera contagiante, com *surf* à vista e longas praias paradisíacas cheias de vida. Aqui reside a Casa das Histórias de Paula Rego, o Farol de Santa Maria, o Forte de São Jorge de Oitavos, a marina, vários museus e um centro histórico. Além disso, avistamos penhascos, um deles muito conhecido – Boca do Inferno. Há muito para descobrir nesta terra. Terra de nobres, ricos e famosos. Mas despedimo-nos de Cascais para mergulhar nas águas do Guincho, onde o vento levanta a areia, e as ondas são perfeitas... pois esta é uma das praias mais conhecidas do mundo e uma das maiores atrações para os amantes do desporto náutico (*surf*, *windsurf*, *vela* e *paddle*).

Vive-se uma experiência em cada recanto desta viagem. Ao volante, e sem pressa, em pouco tempo, foi-nos permitido desfrutar e apreciar a essência da vida. Pela costa, afiguram-se *resorts* de luxo, restaurantes, lojas e outros espaços *gourmet*, brilho e charme, lado a lado com a natureza exuberante, a cultura, a história e a essência portuguesa... Um verdadeiro luxo. Um estilo de vida que se sente nos poros. E uma sensação de liberdade total.

famous international celebrities have bought homes, and it's one of the most attractive destinations for foreign guests. We follow the coast to the town of Cascais. But first we make a small detour and stop at the Palácio da Pena in Sintra. It is well worth it for the garden, which is home to thousands of botanical species, for the views and for the exterior and interior architecture, which mixes different styles (Arabic, Baroque and Romanesque). Cascais has a contagious atmosphere, with the *surf* in sight and long idyllic beaches full of life. Here you'll find Paula Rego's House of Stories, the Santa Maria Lighthouse, the São Jorge de Oitavos Fort, the marina, several museums and a historic centre. There are also cliffs, one of which is very well known – the Boca do Inferno. There is so much to discover in this region. The land of nobles, rich and famous. But we say goodbye to Cascais, and dive into the waters of Guincho, where the wind lifts the sand, and the waves are perfect... for this is one of the best-known beaches in the world and one of the biggest attractions for fans of water sports (surfing, windsurfing, sailing and paddle boarding).

Every corner of this journey is an experience. Whilst at the wheel, in no time at all, we were able to enjoy and appreciate the essence of life. Along the coast, there are luxury resorts, restaurants, shops and other gourmet venues, glitter and charm, side by side with lush nature, culture, Portuguese history and spirit... True luxury. A lifestyle that you can feel in your pores. And a feeling of total freedom.



ANTÓNIO REBELO DE SOUSA
Economista | Economist

UM NOVO «MOTOR» DA ECONOMIA?

Tem sido dito e redito que o setor turístico é importante para a economia nacional, mas que o setor de serviços não funciona como verdadeiro «motor» da economia. Seria, isso sim, necessário reindustrializar o país.

Sem se pretender pôr em causa a necessidade de reindustrialização da economia nacional, convirá, todavia, fazer uma breve reflexão sobre a relevância do setor de serviços. Durante anos considerou-se que os serviços deveriam ser um complemento da indústria. A indústria precisava de quem fizesse o *marketing* dos produtos, de quem comercializasse, de quem distribuisse, de quem transportasse e de quem financiasse. Logo, os serviços deveriam ser um complemento da atividade industrial. Só que os nossos amigos americanos descobriram que a Apple e a Microsoft, a título de exemplo, podiam criar novos produtos informáticos e, por essa via, desenvolver uma indústria informática de elevada qualidade e geradora de progresso tecnológico. Mais, a Apple decidiu começar a investigar um novo tipo de automóvel inteligente, que poderá servir de «motor» à indústria automóvel.

Trata-se da inversão do «ciclo produtivo»: os serviços não são somente um complemento da indústria, mas também o «motor» de uma certa industrialização.

Quando o turismo de qualidade servir de fonte de inspiração à criação de novos produtos alimentares, de novos veículos de transporte e, na área do «turismo de saúde», de novos medicamentos (com efeitos indutores na indústria farmacêutica), então, também neste domínio, haverá uma inversão do «ciclo produtivo».

Por outras palavras, perceber-se-á que os serviços poderão passar a ser um verdadeiro «motor» do desenvolvimento industrial. Nem mais, nem menos...

A NEW «ENGINE» FOR THE ECONOMY?

It has been said time and again that the tourism sector is important for the national economy, but that the service sector does not operate as a true «engine» for the economy. What actually is needed is the re-industrialisation of the country.

Without trying to call into question the need to re-industrialise the national economy, we should nevertheless briefly reflect on the importance of the service sector. For years it was believed that services should be a means to complement the industrial sector. Industry needed people to market its products, sell them, distribute them, transport them and finance them. Services should therefore be a complement to industrial activity. But then our American friends discovered that Apple and Microsoft, by way of an example, could create new IT products and thus develop a high-quality IT industry that would generate technological progress. In addition to this, Apple has decided to start researching a new type of smart car, which could serve as a «engine» for the car industry.

This is a reversal of the «production cycle»: services are not only a complement to the industry, but also the «engine» of a certain industrialisation.

When quality tourism serves as a source of inspiration for the creation of new food products, new transport vehicles and, in the area of «health tourism», new medicines (with knock-on effects on the pharmaceutical industry), then there will be a reversal of the «production cycle» in this area too.

In other words, we may find that services will become a real «engine» for industrial development.

Nothing more, nothing less...

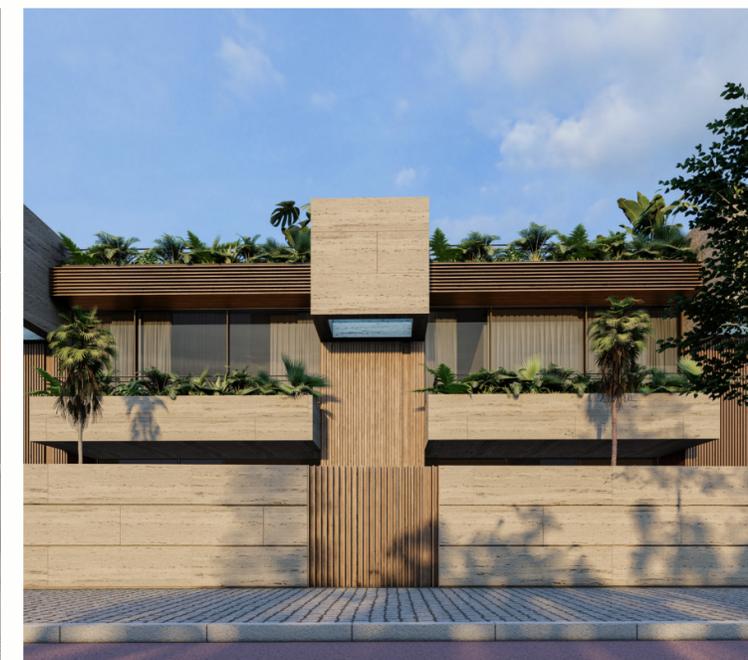
Molhe
479



SCAN ME

SEA VIEW HOUSES WITH SUSPENDED POOL

Foz do Douro, Porto, Portugal





BAÍA DO FUNCHAL | FUNCHAL BAY

MADEIRA E PORTO SANTO

UM OÁSIS NO ATLÂNTICO
AN OASIS IN THE ATLANTIC

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

De carácter único, o arquipélago da Madeira oferece vistas impactantes sobre o oceano Atlântico. Apresenta-se elegante, vivo e de natureza pura. As flores, as bananeiras, as vinhas, as montanhas, o clima enchem as ilhas de turistas, em qualquer época do ano.

A ilha da Madeira encontra-se entre os melhores destinos de Portugal e do mundo. De origem vulcânica, desde os vales, ao intenso verde que recobre a ilha e aos tons de azul

With its unique character, the archipelago of Madeira offers breathtaking views of the Atlantic Ocean. It is elegant, vibrant and blessed with nature pure. Its flowers, banana trees, vineyards, mountains and climate flood the islands with holidaymakers no matter what time of year it is.

The island of Madeira is one of the finest destinations in Portugal and the world. Of volcanic origin, from the valleys to the intense green that covers the island and the shades

das águas, tudo são motivos para se querer ir e explorar esta terra. Seja de avião ou cruzeiro, desembarcar na ilha é sentir o começar de uma aventura riquíssima em paisagens, passeios, cachoeiras, com um grau de emoção garantido.

Os que apreciam o contacto com a natureza devem obrigatoriamente visitar a Floresta Laurisilva, considerada Património Natural da Humanidade, pela UNESCO. A Madeira é famosa pelos trilhos exuberantes na natureza (são mais de dois mil km de percursos), por isso imperiosamente se deve percorrer uma levada (Levada da Rocha Vermelha e a Levada Velha do Rabaçal) ou uma das veredas (Vereda do Pico Fernandes, Vereda do Túnel do Cavalo, Vereda da Palha Carga), junto às margens dos canais. E para quem gosta de sentir a brisa fresca, é só pegar no iate e dar um passeio pelo mar, avistar as baleias e golfinhos, e até dar um mergulho.

A ILHA DA MADEIRA ENCONTRA-SE ENTRE OS MELHORES DESTINOS DE PORTUGAL E DO MUNDO

Por se tratar de uma região com formação vulcânica, as diversas praias (Praia Formosa, Praia da Calheta, Praia da Fajã dos Padres...) são de areia escura e têm pedras, mas até isso torna o local apetecível. O Miradouro do Cabo Gião, com 580 m de altura, de frente para o mar, é um dos lugares mais visitados da Madeira, mas há ainda o Miradouro do Farol da Ponta do Pargo e o Miradouro do Pico dos Barcelos, entre outros, e o Teleférico do Monte. Do cimo deste pode apanhar um carro de cesto (são movidos por carreiros, com dois homens a pilotar) e aventurar-se pelas ladeiras íngremes. E, não esquecer, um passeio pelas ruas do centro do Funchal, onde existe uma maior concentração de hotéis, restaurantes, espaços culturais e lojas. Em termos gastronómicos, reinam o bolo de caco e as espetadas de carne, e, claro, um autêntico vinho da Madeira ou uma poncha, para abrir o apetite. Se tiver oportunidade, sente-se à mesa de um dos restaurantes estrela *Michelin*, poderá escolher entre o Il Galo D'oro, o William ou o Desarma. Antes de partir, aproveite para pôr o golfe em dia, seja no Clube de Golf do Santo da Serra, ou no Palheiro Golf.

Já em Porto Santo, na ilha dourada, as extensas praias de areia clara e o mar azul-turquesa calmo convidam a ficar por uns dias. Há, ainda, património histórico e cultural para se descobrir nesta ilha. Assim como tratamentos terapêuticos nos spas, com propriedades medicinais comprovadas, à base das areias e águas da ilha. Deve visitar a Casa Museu de Cristóvão Colombo, os Jardins do Infante, a Quinta das Palmeiras, o Forte de São José, entre tantas outras atrações. E dar umas tacadas de golfe no Porto Santo Golfe, completando, assim, o trio de campos existentes entre as duas ilhas.

Motivos não faltam para uns dias de aventura no arquipélago da Madeira.

of blue in its waters, there's every reason to want to go and explore this land. Whether by plane or cruise, landing on the island is the beginning of an adventure rich in landscapes, excursions and waterfalls, where high levels of emotion are guaranteed.

Anyone who enjoys being in contact with nature should visit the Laurisilva Forest, a UNESCO World Heritage Site. Madeira is famous for its lush nature trails (there are more than two thousand kilometres of paths), so it's a must that you visit a *levada* (Levada da Rocha Vermelha and Levada Velha do Rabaçal) or one of the trails (Vereda do Pico Fernandes, Vereda do Túnel do Cavalo, Vereda da Palha Carga) along the banks of the canals. And for anyone who likes to feel the cool breeze, just take a yacht out to sea, watch the whales and dolphins and even go for a dip.

THE ISLAND OF MADEIRA IS ONE OF THE FINEST DESTINATIONS IN PORTUGAL AND THE WORLD

As this is a volcanic region, the various beaches (Praia Formosa, Praia da Calheta, Praia da Fajã dos Padres...) have dark sand and rocks, but even this makes the place appealing. The Cabo Gião Lookout Point, at an altitude of 580 metres, facing the sea, is one of the most visited places in Madeira, but there is also the Ponta do Pargo Lighthouse Lookout Point and the Pico dos Barcelos Lookout Point, among others, and the Monte Cable Car. After riding the cable car to the top, you can hop in a basket sledge (driven by two men) and venture down the steep slopes. And don't forget to take a stroll through the streets of the centre of Funchal, where you'll find a greater concentration of hotels, restaurants, cultural venues and shops. When it comes to food, *bolo de caco* and meat kebabs reign supreme and, of course, an authentic Madeira wine or poncha to work up an appetite. If you get the chance, book a table at one of the Michelin star restaurants, you can choose between Il Galo D'oro, William and Desarma. Before you leave, take the opportunity to catch up on your golf, either at Clube de Golf do Santo da Serra or at Palheiro Golf.

Meanwhile in Porto Santo, on the golden island, the long beaches with pale sand and the calm turquoise sea invite you to stay for a few days. There is also historical and cultural heritage to discover on this island. Or there are therapeutic treatments in the spas, with proven medicinal properties, based on the sands and waters of the island. Take the time to visit the Christopher Columbus House Museum, the Infante Gardens, Quinta das Palmeiras, the São José Fort, among many other attractions. And hit a few balls at Porto Santo Golfe, thus completing the trio of courses that exist on the two islands.

There's no shortage of reasons for a few days of adventure in the archipelago of Madeira.

EDUARDO JESUS

SECRETÁRIO REGIONAL DE TURISMO E CULTURA, GOVERNO REGIONAL DA MADEIRA
| REGIONAL SECRETARY FOR TOURISM AND CULTURE, REGIONAL GOVERNMENT OF MADEIRA

O que é que a Madeira oferece de tal forma que justifique uma constante procura por parte do turista?

A Madeira é um destino com uma grande diversidade de recursos naturais, com elevado fator de diferenciação, que vai da montanha ao mar, e que conta, igualmente, com uma cultura ímpar e uma vasta oferta, desde os espaços museológicos às exposições e concertos diversificados, que acontecem por toda a ilha, durante todo o ano. Há, assim, uma multiplicidade de experiências disponíveis, onde sobressai o turismo ativo, na natureza. Aliás, a região é cada vez mais procurada para a realização de provas internacionais, nas mais diversas modalidades, como o *trail* e a natação em mar aberto. Além disso, o destino Madeira está a pouca distância das principais cidades europeias, beneficiando de ligações diretas a mais de três dezenas de países da Europa, América do Norte e do Sul e África.

Que impacto tem para a economia a crescente aposta no turismo?

O setor do turismo, na Região Autónoma da Madeira, representa 28,8% do PIB regional. Tem um peso extraordinário na dinamização do comércio e dos setores com os quais interage. Representa 17% do total do emprego existente, o que se traduz em mais de 23 mil postos de trabalho.

Para um futuro próximo quais as estratégias a adaptar?

Pela parte do Governo Regional, continuaremos a apostar na diversidade, diferenciação e contínua qualificação da oferta turística do destino Madeira e dos seus produtos, apoiando-se, para tal, nos pilares estratégicos identificados na Estratégia para o Turismo da Região Autónoma da Madeira, aprovada para o período 2022-2027.

Por outro lado, manteremos o investimento na promoção da

What does Madeira have to offer that justifies constant interest from tourists?

Madeira is a destination with a great diversity of natural resources, with a high degree of differentiation, ranging from the mountains to the sea. At the same time, it has a unique culture and a wide range of things to do, from museums to varied exhibitions and concerts, which take place all over the island, throughout the year. There are thus a variety of experiences to be had, in which active tourism in nature is a highlight. In fact, the region is increasingly popular for staging international competitions in a wide variety of sports, such as trail running and open water swimming. In addition, Madeira is only a short distance from Europe's main cities, benefiting from direct connections to more than three dozen countries in Europe, North and South America and Africa.

What impact does the growing focus on tourism have on the economy?

The tourism sector in the Autonomous Region of Madeira represents 28.8% of the regional GDP. It plays an extraordinary role in boosting trade and the sectors with which it interacts. It accounts for 17% of all existing employment, which equates to more than 23,000 jobs.

What strategies will be adopted in the near future?

As far as the Regional Government is concerned, we will continue to invest in the diversity, differentiation and continuous improvement of Madeira's tourism services and its products, based on the strategic pillars identified in the Strategy for Tourism in the Autonomous Region of Madeira, approved for the period 2022-2027.

On the other hand, we will continue to invest in promoting

Madeira e do Porto Santo, através da Associação de Promoção da Madeira, visando o aumento da sua notoriedade, visibilidade e alargamento da sua atuação a outros mercados.

Nesse âmbito, estaremos presentes nas feiras de referência mundial, algumas já realizadas este ano, nomeadamente, a FITUR e a ITB e na *World Travel Market*, a realizar em novembro, assim como a nível nacional, voltámos a apresentar um *stand* próprio na BTL.

Além destas, planeamos deslocações a feiras específicas ligadas a produtos estratégicos da região, garantindo o alinhamento com o posicionamento e imagem da marca Madeira.

Acresce a tudo isto o reforço da ligação e a cooperação com os parceiros do setor, concretizando iniciativas de divulgação com os vários operadores e *players*, nomeadamente através de campanhas, *workshops*, *fam trips*, *press trips*, ações de ativação do destino, entre outras.

Outro fator estratégico muito importante passa pela sustentabilidade do destino. Já este ano a Região Autónoma da Madeira recebeu o reconhecimento pela EarthCheck por alcançar o segundo nível do selo *Prata* da certificação como *Destino Turístico Sustentável*, tendo cumprido, mais uma vez, os exigentes critérios do padrão desta norma da entidade mundial, líder na autenticação de destinos turísticos e acreditada pela Global Sustainable Tourism Council. Aconteceu depois de ter alcançado, em fevereiro de 2023, a certificação como *Destino Turístico Sustentável*, com o primeiro nível do selo *Prata*.

Este percurso da certificação continua, exigindo que, todos os anos, a região mostre, na sua auditoria anual, o progresso e evolução desta caminhada e comprometimento para com os quatro pilares da sustentabilidade, tendo o destino como objetivo, no prazo de três anos (2027), atingir o nível superior de certificação, o *Ouro*.

Madeira and Porto Santo through the Madeira Promotion Association, with the aim of increasing its reputation and visibility and extending its activities to other markets.

In this regard, we will be present at the world's leading trade fairs, some of which have already taken place this year, namely FITUR and ITB, and at the World Travel Market, to be held in November, as well as in Portugal, once again having our own stand at BTL.

In addition to these, we have planned trips to specific fairs linked to the region's strategic products, ensuring alignment with the positioning and image of the Madeira brand.

In addition to all this, we have strengthened our ties and cooperation with partners in the sector, carrying out promotional initiatives with the various operators and players, namely through campaigns, workshops, fam trips, press trips, destination activation activities, among others.

Another very important strategic factor is the sustainability of the destination. This year, the Autonomous Region of Madeira was recognised by EarthCheck for achieving the second level of the *Silver* seal of certification as a *Sustainable Tourism Destination*, having once again met the demanding criteria of this standard from the world's leading tourist destination authentication body, accredited by the Global Sustainable Tourism Council. This followed its achievement, in February 2023, of certification as a *Sustainable Tourism Destination*, with the first level of the *Silver* seal.

This certification process continues, requiring the region to show its progress and commitment to the four pillars of sustainability at its annual audit every year, with the destination aiming to achieve the highest level of certification, *Gold*, within three years (2027).

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

EDUARDO JESUS



PALHEIRO GOLF



PORTO SANTO GOLFE



CLUBE DE GOLF DO SANTO DA SERRA





JOSÉ MANUEL FERNANDES
Ministro da Agricultura e Pesca de Portugal
| Portuguese Minister for Agriculture and Fisheries

O VINHO E A CULTURA: UMA CONEXÃO INTEMPORAL

Há séculos que o vinho faz parte da cultura europeia, do nosso modo de vida. O vinho é partilha e confraternização e está presente em muitos rituais e tradições europeias, desde a missa católica a festividades. Faz parte da nossa cultura. Foi e é celebrado por poetas, músicos e pintores. É um elemento essencial nas nossas interações e tradições comunitárias. (...)

No mundo, a União Europeia é simultaneamente o maior produtor, consumidor e exportador de vinho. A política vitivinícola da UE traduz-se em consideráveis apoios financeiros e em regras que regem, por exemplo, as definições de produtos, as práticas enológicas, os regimes de autorização de plantação de vinhas, a rotulagem e apresentação e as indicações geográficas.

Portugal fez um enorme progresso no que diz respeito à qualidade dos vinhos que produz. Hoje, somos o 10.º maior produtor mundial de vinho. Note-se que na UE somos o 5.º país com maior área de vinha.

Na última colheita produzimos 7,5 milhões de hectolitros, utilizando uma área de produção total de 177.954 hectares. Em Portugal, a produção do vinho gerou cerca de 2278 milhões de euros de atividade económica. Em 2023, as exportações de vinhos portugueses ascenderam a 928 milhões de euros, o que representou 41.3% do valor total da produção direta do vinho. As exportações de vinhos portugueses representaram 71.6% das exportações do setor das bebidas e 1.5% do total das exportações portuguesas.

(...) Os Vinhos de Portugal caracterizam-se pela sua autenticidade, que se reflete na ligação ao território, à cultura local e às suas pessoas e ao saber do autor. Portugal é ainda o país com mais variedade de castas autóctones, o que diferencia os nossos vinhos.

(...) A pandemia da COVID-19 atingiu fortemente o setor, assim como a inflação e a diminuição dos rendimentos dos consumidores. O ataque de algumas correntes fundamentalistas de setores da área da saúde ao vinho, esquecendo outras bebidas alcoólicas, conduzem a uma alteração das preferências dos consumidores. As alterações climáticas, em particular a seca, são outros desafios que atingem os produtores. A investigação, a inovação, o valor acrescentado da marca e a forte promoção são aliados essenciais para vencermos estes desafios.

WINE AND CULTURE: A TIMELESS CONNECTION

Wine has been part of European culture and our way of life for centuries. Wine is about sharing and socialising and is present in many European rituals and traditions, from Catholic mass to celebrations. It is part of our culture. It has been and is celebrated by poets, musicians and painters. It is an essential component of our community interactions and traditions. (...)

The European Union is the world's largest wine producer, consumer and exporter. The EU's winemaking policy is reflected in considerable financial support and rules governing, for example, product definitions, winemaking practices, vineyard planting authorisation regimes, labelling and presentation and geographical designations.

Portugal has made enormous progress in terms of the quality of the wines it produces. Today, we are the world's 10th largest wine producer. It is worth noting that in the EU we rank 5th in terms of vineyard area.

In the last harvest we produced 7.5 million hectolitres, using a total production area of 177,954 hectares. In Portugal, wine production generated just under 2.3 billion Euros in economic activity. In 2023, exports of Portuguese wines totalled 928 million Euros, which represented 41.3% of the total value of direct wine production. Portuguese wine exports accounted for 71.6% of exports in the drinks sector and 1.5% of total Portuguese exports.

(...) The Wines of Portugal are characterised by their authenticity, which is reflected in their connection to the territory, the local culture and its people and the knowledge of the winemaker. Portugal is also the country with the greatest variety of native grape varieties, which sets our wines apart.

(...) The COVID-19 pandemic hit the sector hard, as did inflation and lower consumer incomes. The attack by some fundamentalist currents in the health sector on wine, overlooking other alcoholic beverages, is leading to a change in consumer preferences. The challenge of climate change, and in particular drought, are other challenges facing producers. Research, innovation, added brand value and strong promotion are essential allies if we are to overcome these challenges.

V&G Artigo na íntegra: www.villasegolfe.com
Full article: www.villasegolfe.com



ARCHITECTURE

www.tracado.pt

JORGE REBELO DE ALMEIDA

“ SOMOS O GRUPO QUE MAIS PROJETOS DE RECUPERAÇÃO DO PATRIMÓNIO HISTÓRICO TEM FEITO EM PORTUGAL ”
WE ARE THE GROUP THAT HAS UNDERTAKEN THE MOST HISTORICAL HERITAGE RESTORATION PROJECTS IN PORTUGAL

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Sorridente e muito ativo, tem por hábito começar o dia cedo e terminá-lo tarde. Gosta demasiado do que faz, e isso sentimo-lo nas palavras da longa conversa que tivemos com Jorge Rebelo de Almeida, o fundador e presidente dos hotéis Vila Galé. Recebeu-nos em Paço de Arcos, num palácio do século XV, espaço este onde reside um dos hotéis do grupo – o Vila Galé Collection Pálcio dos Arcos. O empresário conta já com mais de 35 anos no ramo turístico e com mais de 40 unidades hoteleiras, entre Portugal, Brasil, Cuba e Espanha. De forma serena, falou-nos dos projetos, da sua visão sobre o turismo nacional, da costa portuguesa, da cultura, e de tanto mais. Diz conseguir, no meio da agitação dos seus dias, arranjar tempo para se divertir, porque, e de acordo com as suas palavras, quando se trabalha muito... «tem de se saborear, em doses pequenas, as coisas maravilhosas».

Smiling and highly active, he has a habit of starting his day early and finishing it late. He loves what he does, and we could feel this in the words of the long conversation we had with Jorge Rebelo de Almeida, the founder and chairman of Vila Galé hotels. He welcomed us in Paço de Arcos, in a 15th century palace, which is home to one of the group's hotels - the Vila Galé Collection Pálcio dos Arcos. The businessman has been in the tourism industry for over 35 years and has more than 40 hotels in Portugal, Brazil, Cuba and Spain. Serenely, he spoke to us about his projects, his vision of national tourism, the Portuguese coast, culture and so much more. He says he manages to find time to have fun in the midst of the hubbub of his day because, according to him, when you work hard... «you have to savour the wonderful things in small doses».

Quando se iniciou na atividade turística, há mais de 35 anos, alguma vez imaginou ser um dos players de um dos setores de maior destaque nacional?

Não, de todo. Comecei a minha vida como advogado. Fiz advocacia 13 anos e ainda atingi algum destaque, sobretudo nas áreas em que era especialista, que tinham que ver com problemas de contratos, projetos, obras. Sempre gostei de projetos e de obras, mas, apesar de gostar muito de ser advogado e do que fazia, faltava-me qualquer coisa. No início, criei um projeto na praia da Galé, que designamos por Vila Galé. Comecei com dois amigos, que tinham outras atividades, e eu aproveitei toda a experiência que tinha na área da construção e do turismo, porque tinha tido bastantes clientes nessas áreas. Foi aí que me comecei a interessar pelo turismo. Uma coisa é certa: não me passava pela cabeça criar um grupo hoteleiro.

Se tivesse de escolher um dos locais mais emblemáticos de Portugal, à beira-mar, qual seria?

O turismo em Portugal nasceu em Albufeira. No Algarve, há duas cidades que acho que têm um potencial turístico muito grande e podem crescer – Lagos e Tavira. Há um Algarve interior onde se podiam desenvolver mais projetos. Há anos que se fala de uma dessalinizadora, há anos que se fala em fazer um ramal para ir buscar água ao Guadiana, mas o governo ainda não avançou com o projeto. O Algarve também merece ter agricultura, se for apenas um lugar turístico, perde o encanto.

When you started working in the tourist industry more than 35 years ago, did you ever imagine that you would become a player in one of the country's most prominent sectors?

Not at all. I started out as a lawyer. I practised law for 13 years and even achieved some success, especially in the areas I specialised in, which had to do with issues of contracts, projects and works. I always liked projects and building work, but even though I loved being a lawyer and what I was doing, something wasn't quite right. At first, I created a project on Galé beach, which we called Vila Galé. I started it with two friends, who had other businesses, and I used all the experience I had in construction and tourism, because I'd had a lot of clients in those areas. It was then that I became interested in tourism. One thing is certain: it never crossed my mind to create a hotel group.

If you had to choose one of Portugal's most iconic seaside locations, what would it be?

Tourism in Portugal was born in Albufeira. In the Algarve, there are two cities that I think have great tourism potential and could grow – Lagos and Tavira. There's an inland Algarve where more projects could be developed. For years there has been talk of a desalination plant, for years there has been talk of building a pipeline to get water from the Guadiana, but the government has yet to move forward with the project. The Algarve also deserves to have agriculture; if it's just a tourist destination, it loses its charm.

E, além de Cuba, outro destino onde podemos encontrar a marca Vila Galé, também vai abrir, este ano, em Espanha. Porquê estes mercados?

Cuba surge por um convite do governo, que nos procurou para fazermos a gestão de um hotel, em Cayos, com 638 quartos e sete restaurantes. Na sequência deste convite, temos um segundo em vista, na cidade de Havana, que ficará pronto para o final do primeiro trimestre do próximo ano. O governo escolheu-nos por sermos uma empresa com peso em Portugal, mas também por termos projetos no Brasil, já que eles querem captar brasileiros para Cuba.

Espanha também não é um investimento nosso, mas sim de um grupo imobiliário espanhol que nos convidou para irmos ajudar na remodelação do hotel, na Isla Canela. Estamos a fazer as obras e o hotel vai abrir no seu esplendor.

Como é o dia a dia do Jorge?

O meu dia é muito ativo. Primeiro trabalho com gosto, depois trabalho muito, mas tenho à minha volta muita gente que também trabalha muito. Começo o dia cedo e acabo tarde, e ainda vou arranjando um tempinho para me divertir. Sabe o que é que acontece quando se trabalha muito? Tem de se saborear, em doses pequenas, as coisas maravilhosas.

And in addition to Cuba, another destination where we can find the Vila Galé brand, you're also opening in Spain this year. Why these markets?

Cuba came about as a result of an invitation from the government, which asked us to manage a hotel in Cayos with 638 rooms and seven restaurants. Following this invitation, we have a second one in mind, in the city of Havana, which will be ready by the end of the first quarter of next year. The government chose us because we are a major company in Portugal, but also because we have projects in Brazil, since they want to attract Brazilians to Cuba.

Spain isn't our investment either, but that of a Spanish property group who invited us to help them refurbish their hotel on Isla Canela. We're doing the work and the hotel will open in all its glory.

How would you describe your day?

My day is very busy. Firstly, I work with pleasure, then I work a lot, but I have a lot of people around me who also work a lot. I start early and finish late, and I still find a little time to have fun. Do you know what happens when you work a lot? You have to savour the wonderful things in small doses.

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

“ O TURISMO CONTRIBUI MUITO PARA AS CONTAS PORTUGUESAS ”

Aos seus olhos, em que patamar se situa o turismo português?

O turismo português é um setor que se desenvolveu por obra e mérito da iniciativa privada, é um setor que nunca foi especialmente amado pelos governantes e que por alguns partidos foi vilipendiado. O turismo contribui muito para as contas portuguesas. Agora, que fique bem claro, o turismo tem de ter outros parceiros, noutros setores, porque não somos invejosos. As cidades, para se manterem atrativas, têm de diversificar a oferta turística.

Não é só em território nacional que o Vila Galé atua, também o Brasil foi um destino onde apostou.

Temos dez estâncias em funcionamento, o que se traduz em cerca de dez mil camas no Brasil. E estamos em fase de construção de um hotel de eleição, no Cumbuco. Terá cerca de 130 unidades, tem uma localização fabulosa – em cima da praia – e tem a lagoa do *kitesurf*. Abre em novembro deste ano. E estamos a recuperar um espaço em Minas Gerais, em Ouro Preto, que é uma cidade bem portuguesa, com um património fabuloso. Este *resort* tem um rio que o atravessa, o rio Maracujá, e vai ter 300 quartos, cavalos, atividades de campo, vinha e olival.

TOURISM CONTRIBUTES A LOT TO PORTUGAL'S ACCOUNTS ”

In your eyes, where does Portuguese tourism currently stand?

Portuguese tourism is a sector that has developed through the work and merit of private initiative, it's a sector that has never been particularly loved by those in power and that has been vilified by some parties. Tourism contributes a lot to Portugal's accounts. Now, let's be clear, tourism has to have other partners, in other sectors, because we're not envious. In order to remain attractive, cities need to diversify their range of tourist attractions.

Vila Galé doesn't only operate in Portugal, Brazil was also a destination where it has invested.

We have ten resorts up and running, which equates to around ten thousand beds in Brazil. And we're in the process of building a flagship hotel in Cumbuco. It will have around 130 units, has a fabulous location – right on the beach – and has the kitesurfing lagoon. It opens in November this year. And we're restoring a hotel in Minas Gerais, in Ouro Preto, which is a very Portuguese city with a fabulous heritage. This resort has a river running through it, the Maracujá river, and will have 300 rooms, horses, country activities, vineyards and olive groves.





MIGUEL LEMOS RODRIGUES
PCA da Águas de Gaia, EM, S.A.
| Chairman of Águas de Gaia, EM, S.A.

NÃO HÁ PRAIAS COMO AS DE GAIA

O verão em Vila Nova de Gaia é sempre aguardado com grande entusiasmo pelos gaienses e por todos os que visitam o nosso concelho nessa época do ano, ansiosos por desfrutarem das nossas praias, da nossa gastronomia, da cultura e das inúmeras atividades que tornam a nossa região única.

Vila Nova de Gaia orgulha-se de ter as suas 19 praias com bandeira azul e de ser o concelho do país mais galardoado com a distinção de *Praia com Qualidade de Ouro*, pela Quercus, entidade que, anualmente, distingue a qualidade da água balnear das praias de Portugal. Mas não é só pela qualidade excepcional das águas que as nossas praias são uma referência nacional e internacional. Para isso, muito tem contribuído a implementação de condições de acessibilidade e inclusão no apoio da ida a banhos, nas zonas de descanso ou através da adoção do sistema CollorADD e *braille*, entre outras. Ações concretas que nos valeram o reconhecimento a nível nacional com a atribuição, à praia de Salgueiros, do estatuto de «Praia + Acessível» do país, no ano de 2022. Estas distinções e prémios são reflexo do trabalho contínuo e empenhado de uma vasta equipa da Águas de Gaia, que, ao longo de todo o ano, se dedica à preservação e à melhoria da nossa orla costeira.

As praias de Gaia são verdadeiros pontos de encontro, de lazer e de convívio. Tesouros que preservamos ao serviço da nossa comunidade, sem nunca descurarmos a inovação, como aconteceu com a criação, em Canide Norte, da primeira piscina aquecida do país integrada numa praia. Uma iniciativa impulsionada pelo uso de painéis solares e que garante uma temperatura da água entre os 28 e os 29 graus, proporcionando momentos extraordinários a miúdos e graúdos. Iniciativa, esta, que iniciámos em 2022 e que voltará este ano, assim como o já tradicional «O Mar dá-te Palco», que leva às nossas praias atividades culturais, musicais, desportivas e de lazer, proporcionando um motivo adicional de atratividade.

Como se percebe, em Gaia, as possibilidades são muitas e capazes de agradar a todos os gostos. Desde as praias mais pequenas às maiores, das mais calmas às mais animadas, das históricas às modernas. Todas provam que, de facto, não há praias como as de Gaia!

THERE ARE NO BEACHES LIKE THOSE IN GAIA

Summer in Vila Nova de Gaia is always keenly awaited by the locals and all those who visit our municipality at this time of year, eager to enjoy our beaches, food, culture and the countless activities that make our region unique.

Vila Nova de Gaia is proud to have 19 Blue Flag beaches and to be the municipality in the country most awarded the distinction of *Gold Quality Beach* by Quercus, the organisation that annually assesses the bathing water quality of Portugal's beaches. But it's not just because of the exceptional quality of the water that our beaches have become a national and international benchmark. The implementation of accessibility and inclusion conditions to support people when they go bathing, in rest areas or through the adoption of the ColorADD system and Braille, among others, has contributed greatly to this. These tangible actions have earned us national recognition, with Salgueiros beach being awarded the status of the country's «Most Accessible Beach» in 2022. These accolades and awards are a reflection of the continuous and committed work of a vast Águas de Gaia team, which, throughout the year, dedicates itself to preserving and improving our coastline. Gaia's beaches are truly places for people to meet, relax and socialise. Treasures that we preserve at the service of our community, without ever neglecting innovation, as was the case with the creation, in Canide Norte, of the country's first heated swimming pool integrated into a beach. An initiative fuelled by the use of solar panels that guarantees a water temperature of between 28 and 29 degrees, providing extraordinary moments for young and old alike. This initiative, which we started in 2022, will return this year, as will the traditional «*O Mar dá-te Palco*», which brings cultural, musical, sporting and leisure activities to our beaches, providing an additional attraction.

As you can see, there are many possibilities in Gaia to suit all tastes. From the smallest beaches to the largest, from the quietest to the liveliest, from the historic to the modern. They all go to show that there really are no beaches like those in Gaia!

GRUPO **DS** / 20 ANOS
DE BOAS DECISÕES

12 marcas, 550 lojas, perto de 5.000 colaboradores e mais de 600.000 clientes.



Áreas de atividade do GRUPO DS:

- Mediação Imobiliária · Intermediação de Crédito
- Mediação de Seguros · Compra e Venda de Automóveis
- Viagens e Turismo · Rent a Car · Media

grupodecisoeseolucoes.com

DECISÕES E SOLUÇÕES - MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA, LDA, licença AMI nº. 9300 | DECISÕES E SOLUÇÕES - INTERMEDIÁRIOS DE CRÉDITO, LDA, Intermediário de Crédito Vinculado, com o registo nº. 0000926, autorizado pelo Banco de Portugal para a prestação de serviços de consultoria e autorizado para a prestação de serviços de intermediação de crédito (Apresentação ou proposta de contratos de crédito a consumidores; Assistência a consumidores, mediante a realização de atos preparatórios ou de outros trabalhos de gestão pré-contratual relativamente a contratos de crédito que não tenham sido por si apresentados ou propostos). Contratos de crédito abrangidos: Crédito à Habitação e Crédito aos Consumidores. Mutuantes ou grupos de mutuantes com quem mantém contrato de vinculação: BANCO SANTANDER TOTTA, S.A., BANCO BPI S.A., CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS, S.A., NOVO BANCO, S.A., BANKINTER, SA - SUCURSAL EM PORTUGAL, UNICRE - INSTITUIÇÃO FINANCEIRA DE CRÉDITO, S.A., MONTEPIO CRÉDITO - INSTITUIÇÃO FINANCEIRA DE CRÉDITO, S.A., BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE, S.A. - SUCURSAL EM PORTUGAL, informação verificável em <https://www.bportugal.pt/intermediariocreditofar/decisoese-solucoes-intermediarios-de-credito-lda>. | A DECISÕES E SOLUÇÕES - INTERMEDIÁRIOS DE CRÉDITO, LDA está inscrita na Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, com a categoria de Agente de Seguros, sob o nº.409311648/3, com autorização para Ramos Vida e Não Vida, verificável em <https://www.asf.com.pt>. O mediador de seguros não assume a cobertura de riscos, não tem poderes para celebrar contratos em nome das seguradoras e não está autorizado a receber prémios para serem entregues às seguradoras. | DECISÕES E SOLUÇÕES - VIAGENS E TURISMO, LDA, RNAVT n.º 10343.

PONTE DE LIMA

O CHARME DA VILA MAIS ANTIGA DE PORTUGAL
THE CHARM OF PORTUGAL'S OLDEST TOWN

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Nas margens do rio Lima encontramos a vila mais antiga de Portugal, Ponte de Lima, um dos maiores encantos da região do Minho. Charmosa por natureza, a vila, cuja narrativa remonta à pré-história, é detentora de uma beleza paisagística impar. Caracterizada pela sua arquitetura medieval e pela Ponte Velha (até à Idade Média foi a única ponte que serviu de passagem segura pelo rio, em toda a sua extensão), pelas muralhas e pelas duas (de nove) torres mandadas erguer por D. Pedro no século XIV, carrega a história de uma vida. Ao caminharmos pelo centro da vila sentimos a essência dos tempos passados, bem presente na calçada, nas casas, nos muros. Por onde quer que passamos viajamos ao tempo antigo. Há fachadas góticas, barrocas, neoclássicas e oitocentistas, que dão valor à história cultural e arquitetónica.

Ao longo das duas margens do rio Lima foi construída uma ecovia, com vários trilhos, que é um verdadeiro encanto. Façam-se passeios a pé ou de bicicleta, num dia soalheiro, ou mesmo em dias de frio, será impossível resistir aos bancos de jardim, virados para o rio, que o chamam a sentar e observar a placidez do correr das águas. Prepare-se também para ver praticantes de canoagem a treinar. Sim, porque Ponte de Lima acolhe um dos melhores clubes náuticos do país, onde se formaram grandes campeões da modalidade, tal como o nativo Fernando Pimenta. O desporto dinamiza a região e, por isso, existem várias infraestruturas desportivas, ao ar livre ou cobertas – uma das apostas do município. Existem, ainda, inúmeras atividades ligadas à natureza, como percursos

On the banks of the River Lima lies Portugal's oldest town, Ponte de Lima, one of the brightest gems of the Minho region. Charming by nature, the town, whose history dates back to prehistoric times, possesses a unique scenic beauty. Characterised by its medieval architecture and the *Ponte Velha* (or Old Bridge, until the Middle Ages this was the only bridge that served as a safe passage across the river), by its town walls and the two (of nine) towers commissioned by King Pedro in the 14th century, it is packed with a lifelong of history. As you walk through the town centre, you can feel the essence of times gone by, clearly present in the cobblestones, the houses and the walls. Everywhere you go we are travelling back in time. There are Gothic, Baroque, neoclassical and nineteenth-century façades that emphasise the cultural and architectural history.

Along both banks of the River Lima, an eco-path has been built, with several trails, which is truly wonderful. Whether you're walking or cycling, on a sunny day or even on a cold one, you will find it impossible to resist the park benches facing the river, which beckon you to sit and watch the water peacefully flowing by. You should also be prepared to see canoeists out training. This is because Ponte de Lima is home to one of the best nautical clubs in the country, where great champions of the sport have learnt their craft, such as local boy Fernando Pimenta. Sport energises the region and for this reason there are a number of sports facilities, both outdoor and indoor – something the municipality is committed to. There are also countless activities related to

pedestres, passeios a cavalo, ténis e o golfe, no Axis Golfe Ponte de Lima, um dos campos mais atrativos do país. Em verdade, não falta o que fazer. E não poderá deixar de visitar os vários jardins que embelezam a vila, convidando a longos passeios, à leitura de um livro, ou mesmo a descontrair, como o Jardim dos Terceiros, o horto botânico, a Avenida dos Plátanos.

Ponte de Lima é também território onde se come bem. Muito bem, aliás. São inúmeros os restaurantes tradicionais que se recomendam. E, claro, o *Arroz de Sarrabulho* não pode faltar, acompanhado por um bom copo de vinho verde, além das demais iguarias limianas que aguardam para ser provadas.

São também variados os eventos e iniciativas que dinamizam anualmente a vila, mantendo as tradições. O apego à história e património é grande e, por isso, são vários os espaços culturais a visitar, como o Centro de Interpretação da História Militar de Ponte de Lima; o Centro de Interpretação do Território; o Museu dos Terceiros; a Igreja Matriz – um dos monumentos mais emblemáticos da vila –;

PONTE DE LIMA, UM DOS MAIORES ENCANTOS DA REGIÃO DO MINHO

nature, such as hiking, horse riding, tennis and golf at Axis Golfe Ponte de Lima, one of the country's most attractive courses. In fact, there's no shortage of things to do. And you can't miss out on a visit to the various gardens that embellish this town, inviting you to take long walks, read a book or just relax, such as the Jardim dos Terceiros, the botanical garden and the Avenida dos Plátanos.

Ponte de Lima is also a destination where you can eat well. Very well, in fact. There are countless traditional restaurants to recommend. And, of course, the *Arroz de Sarrabulho* is not to be missed, accompanied by a good glass of vinho verde, as well as the other delicacies from Ponte de Lima that are waiting for you to sample.

There are also many events and initiatives that bring the town to life every year, maintaining its traditions. The town is very attached to its history and heritage, which is why there are so many cultural venues to visit, such as the Centro de Interpretação da História Militar de Ponte de Lima (Ponte de Lima Military History Interpretation Centre); the Centro de Interpretação do Território (Territory

PONTE DE LIMA, ONE OF THE BRIGHTEST GEMS OF THE MINHO REGION.



PONTE DE LIMA ACOLHE UM DOS MELHORES CLUBES NÁUTICOS DO PAÍS

o Museu do Brinquedo Português, e tantos mais, já que detém pelo menos 50 monumentos classificados.

Ponte de Lima é tudo isto, completa e rica em experiências. Possuidora de inúmeros solares, situa-se em pleno coração do Vale do Lima. Aqui, sentem-se as raízes milenares profundas e as lendas ancestrais. É terra de reis e rainhas, tendo sido intitulada «Terra de Ponte», em 1125, com a atribuição do foral por D. Teresa. Aqui, sempre residiu a nobreza. Aqui, vivem-se momentos majestosos. E nós quisemos vir, contemplar, e dar-lhe a conhecer, porque a qualidade de vida é um lugar cada vez mais difícil de encontrar. Aqui, existe.

PONTE DE LIMA IS HOME TO ONE OF THE BEST NAUTICAL CLUBS IN THE COUNTRY

Interpretation Centre); the Museu dos Terceiros (Terceiros Museum); the Igreja Matriz (parish church) – one of the town's most iconic monuments –; the Museu do Brinquedo Português ('Portuguese Toy Museum'), and so many more, since it has at least 50 listed monuments.

Ponte de Lima is all this, full and rich in experiences. Home to numerous manor houses, it is located in the heart of the Lima Valley. Here, you can feel deep age-old roots and ancestral legends. It is a land of kings and queens, having been named «Terra de Ponte» in 1125, when D. Teresa granted it a charter. This is where nobility has always resided. Majestic moments are to be experienced here. And this is where we wanted to come, to contemplate and introduce you to it, because quality of life is an increasingly difficult thing to find. But here you can.



SARA MAROTE
Diretora Executiva do Madeira Promotion Bureau
| Executive Director of the Madeira Promotion Bureau

MADEIRA, UM DESTINO DE GOLFE PLUS

Seria injusto dizer que a Madeira é um destino de golfe, porque, na realidade, é bem mais do que isso. A Madeira e o Porto Santo são destinos únicos de golfe, que combinam a oferta de campos da modalidade com outras experiências características da região, nomeadamente a cultura, o enoturismo, a gastronomia, o turismo ativo, entre outras.

A Madeira tem vindo a bater recordes de ocupação e receita turística. Em 2023, superou os dez milhões de dormidas e, para tal, muito tem contribuído o investimento em promoção da região como destino de golfe de referência.

Nomeada para *Melhor Destino de Golfe Emergente do Mundo*, nos *World Golf Awards*, em 2024, a região conta com três campos de golfe: Clube de Golf do Santo da Serra, Palheiro Golf e Porto Santo Golfe. Em fase de construção, temos um campo de golfe na Ponta do Pargo, que vai reforçar o Madeira Golf Passport e, ainda, a ampliação do campo do Porto Santo.

O Madeira Golf Passport é uma marca criada para comunicar e promover o produto, numa estratégia concertada entre a Associação de Promoção da Madeira, os campos de golfe, uma agência especializada em golfe e parceiros que trabalham ativamente para distingui-lo.

Em 2023, totalizamos 75 072 voltas nos três campos – um crescimento de 8.3%, quando comparado com o período homólogo. E, em termos de rendimentos totais, o produto apresenta um crescimento total de cerca 22%, quando comparado com os resultados de 2022.

A nossa estratégia tem incidido naturalmente nos mercados com maior representatividade neste produto de nicho – países nórdicos, Alemanha, Reino Unido, França e mercado nacional –, o que se irá manter; mas temos também em perspetiva, para 2024, a aposta noutros mercados, como é o exemplo dos EUA, devido às novas rotas e à conectividade aérea. Além disso, este ano, o golfe ganhará outra dimensão, uma vez que a Madeira é o palco para a realização do maior evento de golfe do mundo, o *World Golf Awards*.

A prática do golfe também tem crescido na comunidade local, incluindo junto dos estrangeiros residentes e, tal como nas restantes experiências, o turista e o residente misturam-se, tornando-se cada um deles um embaixador da Madeira. E os golfistas sabem o quanto isso vale.

MADEIRA, A GOLF DESTINATION PLUS

It would be unfair to say that Madeira is a golf destination because, in fact, it's so much more than that. Madeira and Porto Santo are unique golf destinations, combining golf courses with other experiences that the region is known for, in particular culture, wine tourism, gastronomy and active tourism, among others.

Madeira has been breaking records in terms of occupancy and tourist revenue. In 2023, it exceeded ten million overnight stays and, to this end, investment in promoting the region as a leading golf destination has contributed a great deal.

Nominated for *World's Best Emerging Golf Destination* at the *World Golf Awards* in 2024, the region boasts three golf courses: Clube de Golf do Santo da Serra, Palheiro Golf and Porto Santo Golfe. A golf course is currently being built in Ponta do Pargo, which will further expand the Madeira Golf Passport, as will the expansion project to the Porto Santo course.

The Madeira Golf Passport is a brand created to communicate and promote the product, in a coordinated strategy between the Madeira Promotion Association, the golf courses, an agency specialising in golf and partners who are actively working to get it out there.

In 2023, we totalled 75,072 rounds played on the three courses – an increase of 8.3% compared to the same period last year. And in terms of total revenue, the product shows a year-on-year growth of around 22% when compared to the 2022 figures.

Our strategy has naturally focused on the markets with the greatest representation in this niche product – the Nordic countries, Germany, the United Kingdom, France and the domestic market – and this will continue, but for 2024 we also have our sights set on other markets, such as the USA, due to new routes and flight connections. What's more, this year golf will take on another dimension, as Madeira will be the venue for the world's biggest golf event, the *World Golf Awards*. Playing golf is also growing in the local community, including among foreign residents and, as with other experiences, the tourists and the residents mingle, each becoming an ambassador for Madeira. And golfers know how valuable that is.

V&G Artigo na íntegra: www.villasegolfe.com
Full article: www.villasegolfe.com



Marina de Cascais
Módulo Cristal B
2750-800 Cascais
Portugal

www.nxboats.com
info@nxboats.pt
[instagram.com/nxboatseurope](https://www.instagram.com/nxboatseurope)
[facebook.com/nxboatsportugal](https://www.facebook.com/nxboatsportugal)



SEAN MORIARTY

“ O ALGARVE ESTÁ A EVOLUIR (...) PARA UM REFÚGIO DE *LIFESTYLE* SOFISTICADO ”
 THE ALGARVE IS EVOLVING (...) INTO A SOPHISTICATED LIFESTYLE HAVEN

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Foi o potencial do golfe e o santuário de bem-estar da Quinta do Lago que conduziram Sean Moriarty às portas do Algarve, na missão de CEO. Quiçá as mais de trezentas horas de sol por ano, as formações rochosas que rasgam o mar e as águas azul-turquesa do extremo sul de Portugal tenham contribuído para a decisão de Moriarty, que, aos 13 anos, começou por trabalhar numa fábrica de queijos em território irlandês. A indústria hoteleira sempre foi um fascínio e em terras lusas viu motivo para ficar. Já lá vão oito anos e Sean parece acarinhar o projeto Quinta do Lago com a mesma dose de ambição, tema que também vem à tona ao longo da conversa, junto de análises sobre o crescimento da região e a redefinição do conceito de *lifestyle* no Sul do país. Fuja do comum, na companhia do CEO de um dos *resorts* mais afamados do mundo.

It was the golfing potential and the wellness sanctuary of Quinta do Lago that led Sean Moriarty to the gates of the Algarve on his mission as CEO. Maybe it was the more than 300 hours of sunshine a year, the rock formations that line the sea and the turquoise waters of the far south of Portugal that contributed to the decision Moriarty made, who, at the age of 13, began working in a cheese factory in Ireland. The hotel industry has always fascinated him and in Portugal he found a reason to stay. Eight years on and Sean seems to cherish the Quinta do Lago project with the same amount of ambition, a theme that also comes up during our conversation, along with some observations on the region's growth and the redefinition of the concept of *lifestyle* in the south of the country. Escape the ordinary in the company of the CEO of one of the world's most famous resorts.



Com mais de meio século de história, que mudanças e modificações moldaram o percurso da Quinta do Lago?

A Quinta do Lago tem sofrido transformações significativas ao longo dos últimos cinquenta anos, tendo evoluído de um recanto intocado do Algarve para um resort de luxo por excelência. Aperfeiçoamos continuamente as nossas infraestruturas, expandimos o nosso portfólio imobiliário e investimos em práticas sustentáveis para garantir que o nosso resort permaneça na vanguarda da *luxury living*. O compromisso em combinar luxo com natureza tem guiado o nosso percurso, pelo que se tem adaptado em simultâneo às novas necessidades dos residentes e hóspedes.

As propriedades da Quinta do Lago serão brevemente comercializadas na plataforma imobiliária de luxo da Forbes Global Properties. Esta parceria está alinhada com a missão do resort?

Sem dúvida. A parceria com a Forbes Global Properties alinha-se perfeitamente com a nossa missão de oferecer luxo e exclusividade sem igual. Aliás, reforça a nossa visibilidade a uma escala global, atraindo compradores exigentes que valorizam o estilo de vida único que a Quinta do Lago tem para oferecer. Fortalece também o nosso compromisso com a oferta de oportunidades imobiliárias excecionais num quadro de distinção e prestígio.

With over half a century of history, what changes and adjustments have shaped Quinta do Lago's journey?

Quinta do Lago has undergone significant transformations over the past fifty years, evolving from a pristine piece of the Algarve into a premier luxury resort. We've continuously refined our amenities, expanded our real estate portfolio, and invested in sustainable practices to ensure our resort remains at the forefront of luxury living. Our commitment to blending luxury with nature has guided our journey, adapting to the changing needs of our residents and guests.

The properties of Quinta do Lago will soon be marketed on Forbes Global Properties' luxury real estate platform. Is this partnership aligned with the resort's mission?

Absolutely. Partnering with Forbes Global Properties aligns perfectly with our mission to offer unparalleled luxury and exclusivity. This collaboration enhances our visibility on a global scale, attracting discerning buyers who value the unique lifestyle that Quinta do Lago offers. It reinforces our commitment to providing exceptional real estate opportunities within an esteemed and prestigious framework.

OUR COMMITMENT TO EXCELLENCE HAS ELEVATED THE REGION'S PROFILE

Today, the resort hosts one of the most expensive homes on the Portuguese market, Villa-Bailarina. What amenities and features justify its high value, and what kind of prestige does it confer to the location?

Villa-Ballerina stands as a testament to the pinnacle of luxury living. Its exceptional architecture, state-of-the-art facilities, and bespoke design elements make it a standout property. Features such as an infinity pool, private cinema, and direct access to the golf course contribute to its value. The villa enhances the prestige of Quinta do Lago, positioning it as a destination that caters to the elite, seeking unparalleled elegance and comfort.

Are we witnessing a redefinition of lifestyle in the Algarve region?

Indeed, we are. The Algarve is evolving from a traditional holiday destination into a sophisticated lifestyle haven. Quinta do Lago is at the forefront of this transformation, offering not only luxury residences, but also a complete lifestyle experience that includes top-tier dining, leisure, and wellness and medical facilities. This redefinition is attracting a new wave of international residents and visitors who are looking for more than just a holiday, and rather a refined way of living.

Em 2023, a Associação Bandeira Azul da Europa distinguiu 85 praias do Algarve com bandeiras azuis, incluindo a Quinta do Lago. Quais os critérios que a praia cumpre para tal distinção?

Os rigorosos critérios para a atribuição da Bandeira Azul incluem a qualidade da água, a gestão ambiental, a segurança e os serviços. O nosso compromisso em manter a praia em perfeitas condições, proporcionar excelentes infraestruturas e garantir segurança e acessibilidade são fatores-chave para a obtenção deste prestigiado reconhecimento. Esta distinção reflete a nossa dedicação à gestão ambiental e à oferta de uma experiência de alta qualidade aos nossos visitantes.

Para além do oceano, o Algarve é um paraíso para a observação da flora e da fauna. Além disso, a Quinta do Lago está situada no Parque Natural da Ria Formosa.

O Parque Natural da Ria Formosa é um ecossistema único e vibrante que confere imenso valor à Quinta do Lago. É um paraíso para observadores de aves e amantes da natureza, que alberga uma grande diversidade de espécies e *habitats*. As lagoas, os sapais e os bancos de areia do parque criam um ambiente dinâmico que se integra perfeitamente com o nosso resort, proporcionando aos hóspedes a oportunidade de explorar e apreciar a beleza natural e a biodiversidade do Algarve. Além disso, atrai pessoas que querem caminhar, correr ou andar de bicicleta enquanto apreciam as vistas maravilhosas, o que torna este local ideal para quem procura tranquilidade e aventura ao ar livre.

In 2023, the European Blue Flag Association distinguished 85 beaches in the Algarve with blue flags, including Quinta do Lago. What criteria does the beach meet for such a distinction?

Quinta do Lago beach meets the stringent criteria for the Blue Flag distinction, which include water quality, environmental management, safety, and services. Our commitment to maintaining pristine beach conditions, providing excellent facilities, and ensuring safety and accessibility are key factors in receiving this prestigious recognition. It reflects our dedication to environmental stewardship and offering a high-quality experience to our visitors.

Besides the ocean, the Algarve is a paradise for observing flora and fauna. Moreover, Quinta do Lago is situated within the Ria Formosa Nature Park. Tell us about this attraction.

The Ria Formosa Nature Park is a unique and vibrant ecosystem that adds immense value to Quinta do Lago. It is a haven for birdwatchers and nature enthusiasts, hosting a diverse range of species and habitats. The park's lagoons, marshes, and sandbanks create a dynamic environment that weaves seamlessly with our resort, offering guests the chance to explore and appreciate the natural beauty and biodiversity of the Algarve. Additionally, it attracts people looking to walk, run, or cycle while taking in the stunning views, making it an ideal location for those seeking both tranquillity and outdoor adventure.

O NOSSO COMPROMISSO COM A EXCELÊNCIA FEZ ELEVAR O PERFIL DA REGIÃO

Hoje, o resort alberga uma das casas mais caras do mercado português, a Villa-Bailarina. Que valências e características justificam o seu elevado valor e que tipo de prestígio confere à localidade?

A Villa-Bailarina é um testemunho do auge da *luxury living*. A sua arquitetura excecional, as instalações topo de gama e os elementos de *design* personalizados fazem dela um imóvel de destaque. Características como uma piscina infinita, cinema privado e acesso direto ao campo de golfe contribuem para o seu valor. A moradia reforça o prestígio da Quinta do Lago, vista como um destino para a elite que procura elegância e conforto inigualáveis.

Será que estamos a assistir a uma redefinição do conceito de lifestyle na região do Algarve?

De facto, estamos. O Algarve está a evoluir de um destino de férias tradicional para um refúgio de *lifestyle* sofisticado. A Quinta do Lago está na vanguarda desta transformação ao oferecer não só residências de luxo, mas também uma experiência de *lifestyle* completa que inclui restaurantes de topo, lazer e instalações médicas e de bem-estar. Esta redefinição está a atrair uma nova vaga de residentes e visitantes internacionais, que, mais do que umas férias, procuram um modo de vida requintado.

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





KARINA LEITE
Fundadora do Instituto Karina Leite
| Founder of Instituto Karina Leite

UMA CLÍNICA JUNTO À ORLA COSTEIRA

Quando decidi abrir uma clínica dentária em Portugal tive o cuidado de procurar uma zona localizada perto da capital e, preferencialmente, junto do mar. A escolha recaiu sobre o concelho de Oeiras, em Paço de Arcos, junto do Parque dos Poetas e, claro, perto do mar e da marina. Tive igualmente a preocupação de que, nas redondezas, houvesse comércio e um centro de negócios, nomeadamente o Shopping Oeiras Parque e o Tagus Parque. Era importante que a clínica se situasse numa das zonas nobres do concelho, de forma a que os pacientes gozassem de uma oferta de serviços variada nas imediações do Instituto Karina Leite – Dental Clinic.

Essa preocupação teve como objetivo permitir aos nossos clientes usufruírem dos nossos serviços, ao mesmo tempo que estariam a um passo de desfrutar de um passeio à beira-mar ou à beira-rio, passear pelo paredão, ou até mesmo fazer uma caminhada no maravilhoso Parque dos Poetas. A segunda preocupação centrou-se em criar uma boa equipa e instalar na clínica bons equipamentos e tecnologia avançada, capazes de prestar serviços com qualidade e rapidez, para que o paciente ficasse satisfeito e fidelizado. Por essa razão, procuramos sempre acompanhar as novas tendências da evolução da odontologia, ao nível da formação e dos avanços da ciência e, claro, da tecnologia, que é cada vez mais importante na área da medicina dentária.

A saúde oral é uma prioridade para a felicidade das pessoas, tal como uma boa caminhada junto ao mar ou na natureza, pois tudo isso nos motiva e faz sentir melhor. Por isso, deve haver um cuidado redobrado na higiene oral dentária, essencial para manter dentes e gengivas saudáveis e evitar a maior parte das doenças da boca e, inclusive, do corpo (já que a boca é o ponto de entrada de bactérias para as vias digestivas e respiratórias). Escovar diariamente os dentes e usar fio dentário são regras base e nunca devem ser descuradas. Como médica dentista, aconselho largamente as pessoas a irem ao dentista pelo menos uma vez por ano, desde a erupção do primeiro dente, por forma a prevenirem qualquer desenvolvimento de doença nos dentes ou nas gengivas, até porque a prevenção é sempre mais fácil que tratar. Mastigar bem todos os alimentos é também muito importante.

Depois, sim, poderá desfrutar do seu passeio cheio de segurança e vitalidade, com um sorriso lindo no rosto, e viver uma vida maravilhosa.

A CLINIC BY THE SEAFRONT

When I decided to open a dental practice in Portugal, I took great care to look for an area close to the capital and preferably by the sea. I chose the municipality of Oeiras, in Paço de Arcos, near the Parque dos Poetas and, of course, close to the sea and the marina. I was also mindful that there should be shops and a business hub nearby, namely the Oeiras Parque Shopping Centre and Tagus Parque. It was important for the practice to be located in one of the municipality's prime areas, so that patients could enjoy a wide range of services in the immediate vicinity of the Instituto Karina Leite – Dental Clinic.

The aim of this was to enable our clients to take advantage of our services, while at the same time being just a short walk away from being able to enjoy a stroll along the seafront or riverside, walk along the promenade, or even go for a walk in the marvellous Parque dos Poetas.

The second concern centred on creating a good team and setting up the clinic with good equipment and advanced technology, able to provide services with quality and speed, so that patients would be satisfied and become loyal. For this reason, we always try to keep up with the latest trends in the evolution of dentistry, in terms of training and advances in science and, of course, technology, which is increasingly important in the field of dentistry.

Oral health is a priority when it comes to people's happiness, just like a good walk by the sea or in nature, because it motivates us and makes us feel better. For this reason, extra care must be taken with dental hygiene, which is essential for maintaining healthy teeth and gums and avoiding most diseases of the mouth and even the body (since the mouth is the entry point for bacteria into the digestive and respiratory systems). Brushing your teeth daily and flossing are basic rules and should never be neglected. As a dentist, I strongly advise people to go to the dentist at least once a year, from the time their first tooth emerges, in order to prevent any disease developing in the teeth or gums, not least because prevention is always easier than treatment. Chewing all your food properly is also very important.

Afterwards, you can enjoy your walk full of confidence and vitality, with a beautiful smile on your face, and live a marvellous life.



40 Camira



SKYBOAT

Windy
SPIRIT OF SCANDINAVIA

SOFIA ANDREZ

“ É UM VERDADEIRO LUXO VIVER À BEIRA-MAR ”
IT'S A REAL LUXURY TO LIVE RIGHT BY THE SEA

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

Primeiro, entra num espaço e observa, de olhar analítico. Depois, reúne perspetivas e decide qual delas se enquadra na essência Sofia Andrez Interiors. Mas nem sempre foi assim. Sofia é formada em Gestão de Empresas e foi nessa área que iniciou o seu percurso. A relação qualidade/preço viria a ajudá-la na hora de otimizar custos nos procedimentos dos projetos, quando percebeu que a mente e o coração desejavam um só caminho: o do *design* de interiores. Entretanto, 13 anos se passaram desde que fundou o *atelier*, reunindo atualmente um universo de 32 colaboradores e dois espaços abertos ao público em Lisboa e no Algarve. Entre a previsão da abertura de uma loja no Norte do país, a aposta na costa alentejana e o surgimento de novos projetos, Sofia sai do escritório e vem falar-nos dos sonhos que tem realizado pela costa portuguesa. Conheça luxo em cada metro quadrado e fique a par da seleção de cores, materiais e tonalidades que entram nas preferências de Sofia para uma moradia à beira-mar.

To begin, she enters a space and analyses it with an analytical eye. Then she brings together perspectives and decides which one corresponds to the essence of Sofia Andrez Interiors. But it hasn't always been like this. Sofia has a degree in Business Management and it was in this field that she embarked on her career. The concept of value for money would help her when it came to optimising costs in project procedures, when she realised that her heart and mind wanted to pursue a single path: interior design. In the meantime, 13 years have passed since she founded her studio, which currently has 32 employees and two spaces open to the public in Lisbon and the Algarve. In between plans to launch a shop in the north of the country, a commitment to the Alentejo coastline and the arrival of new projects, Sofia has taken time out from the office to talk to us about the dreams she has brought to life along the Portuguese coast. Discover luxury on every square metre and find out about the selection of colours, materials and nuances that Sofia favours in a seaside home.



JOANA E SOFIA ANDREZ

A criação de novos ambientes é a missão de Sofia Andrez. Lembrando o primeiro projeto que esboçou, sente que hoje a designer é outra ou a essência mantém-se?

Desde o primeiro projeto até ao mais recente houve uma clara evolução do conceito e do estilo. Ainda assim, a essência do *design* manteve-se desde o princípio, dado que é algo natural e que reflete a nossa forma de estar na vida. Apesar de cada projeto espelhar as necessidades específicas de cada cliente, há sempre uma linha condutora comum entre todos eles.

Um projeto de interiores é capaz de mudar vidas?

Sim, sem dúvida. A casa é o reflexo do dia a dia, e a nossa missão como *designers* é ir além do que é expectável por parte do cliente, promovendo uma conexão mais profunda com o espaço onde habita. A infusão entre a elegância e a autenticidade é algo que procuramos sempre em cada projeto.

Qual é o maior dilema que uma designer de interiores enfrenta na execução de um projeto?

É encontrar a melhor relação possível entre o *budget* definido e o resultado do projeto. A qualidade é diretamente proporcional ao custo, pelo que, por vezes, é um desafio encontrar um equilíbrio. Por outro lado, há a preocupação em cruzar todas as especialidades envolvidas no projeto de execução, de modo a garantir que o projeto de interiores funcione a todos os níveis, sem necessidade de ajuste.

“ A NOSSA MISSÃO (...) É IR ALÉM DO QUE É EXPECTÁVEL

A estação do verão chega e a preferência pelo litoral ganha força. Como se traz o ambiente costeiro para o interior da casa?

Os nossos clientes costumam dizer que reconhecem os espaços criados pela equipa Sofia Andrez Interiors a partir das sensações que despertam. Falam de tranquilidade, harmonia e charme, de locais onde tudo flui naturalmente, e a conjugação de cores traz a envolvência exterior de «fora para dentro».

Que cores, móveis e objetos prefere integrar e de que forma conseguem estes ter influência no estado de espírito de quem lá habita?

As cores favoritas do *atelier* enquadram-se nos neutros, sempre dentro do tom pastel. Gostamos de ter um apontamento de cor em detalhes como almofadas, peças decorativas ou peças de arte. É verdade que as cores podem transmitir sentimentos muito diferentes, pelo que esse *fine-tuning* é essencial para conferir equilíbrio ao espaço.

Ao nível dos materiais, uma casa à beira-mar exige uma manutenção mais rigorosa?

Sim, sem dúvida. É necessário que exista um cuidado redobrado com todos os materiais aplicados, principalmente nas áreas exteriores e interiores, que estão sujeitas à exposição solar e à corrosão da maresia.

Creating new environments is your mission. Thinking back to the first project you designed, do you feel that today you are a different designer or has the essence remained the same?

From the first project to the very latest, there has been a clear evolution in concept and style. Even so, the essence of the design has remained the same from the beginning, as it is something natural and reflects our way of being in life. Although each project reflects the specific requirements of each client, there is always a common theme running through all of them.

Can an interior design project change lives?

Yes, without a doubt. A house is a reflection of everyday life and our mission as designers is to go beyond what is expected by the client, fostering a deeper connection with the space where they live. The infusion of elegance and authenticity is something we always strive for in every project.

What is the greatest dilemma that an interior designer faces when working on a project?

It's finding the best possible relation between the defined budget and the outcome of the project. Quality is directly proportional to cost, so sometimes it's a challenge to find a good balance. On the other hand, there is a need to cross-reference all the technical specialities involved in the project to ensure that the interior design works at all levels, without the need for adjustments.

OUR MISSION (...) IS TO GO BEYOND WHAT IS EXPECTED

The summer season has arrived and the preference for the coast is gaining momentum. How do you bring the seaside atmosphere into a home?

Our clients often say that they recognise the spaces created by the Sofia Andrez Interiors team based on the sensations they awaken. They speak of tranquillity, harmony and charm, of a place where everything flows naturally, and the combination of colours brings the outside environment «inside».

What colours, furniture and objects do you like to integrate and how do they influence the mood of the people who live there?

Our studio's favourite colours are neutrals, always in pastel shades. We like to have a splash of colour in the details, such as cushions, decorative pieces or pieces of art. It's true that colours can convey very different feelings, so this *fine-tuning* is essential to give the space a balance.

In terms of materials, does a house by the sea require more stringent maintenance?

Yes, without a doubt. Extra care must be taken with all the materials used, especially in those exterior and interior areas that are subject to exposure to the sun and corrosion from the salty sea air.

Os projetos do atelier Sofia Andrez Interiors são, em grande número, junto à costa portuguesa?

Temos o privilégio de ter o nosso *atelier* situado na Quinta do Lago, que, como sabemos, fica numa das mais belas zonas costeiras portuguesas. No Algarve, os nossos projetos residenciais estão centrados na área de Vale de Lobo e Quinta do Lago, mas contamos também com trabalhos de hotelaria em Castro Marim, Praia Verde e na área de Lagos. O nosso estúdio, localizado no centro de Lisboa, além de projetos na costa do Estoril, Cascais e Guincho, tem-se dedicado àquela que é uma zona de clara expansão e crescimento: a costa alentejana.

É um luxo viver perto do mar?

É um verdadeiro luxo viver à beira-mar! É um privilégio acordar com o som do mar e o cheiro a maresia, poder sair de casa a caminhar e deparar-se com o cenário idílico de uma Ria Formosa ou de uma praia das nossas.

Como e onde visualiza a sua moradia de sonho?

Junto a uma falésia ou a uma praia, onde a vista se perca no horizonte e o interior respire leveza, elegância e conforto.

O que falta executar no portfólio Sofia Andrez Interiors?

Um *boutique* hotel de charme, numa localização privilegiada.

Como imagina o atelier em dez anos?

Atualmente temos uma equipa de 32 pessoas, *atelier* aberto na Quinta do Lago e em Lisboa e um espaço que se prevê abrir no Norte de Portugal, fruto de uma decisão recente. O *atelier* Sofia Andrez tem tido um crescimento acentuado nos últimos anos e, por isso, esperamos ter uma dimensão ainda maior e estarmos envolvidos em projetos internacionais de renome dentro de dez anos. Mas, independentemente do crescimento da empresa, é primordial manter a sua essência, essa que a fez chegar onde se encontra hoje.

Are most of your interior projects situated on the Portuguese coast?

We have the privilege of having our studio located in Quinta do Lago, which, as we know, is found in one of Portugal's most beautiful coastal areas. In the Algarve, our residential projects are centred around Vale de Lobo and Quinta do Lago, but we also have hotel work in Castro Marim, Praia Verde and the Lagos area. In addition to projects on the Estoril, Cascais and Guincho coastlines, the studio located in the centre of Lisbon, has dedicated itself to what is clearly an area of expansion and growth: the Alentejo coast.

Is it a luxury to live by the sea?

It's a real luxury to live right by the sea! It's a privilege to wake up to the sound of the sea and the smell of the sea, to be able to walk out of the house and come across the idyllic scenery of the Ria Formosa or one of our beaches.

How and where do you visualise your dream home?

Next to a cliff or a beach, where the view loses itself in the horizon and the interior breathes lightness, elegance and comfort.

What is missing from the Sofia Andrez Interiors portfolio?

A charming boutique hotel in a prime location.

How do you imagine the studio in ten years' time?

We currently have a team of 32 people, a studio open both in Quinta do Lago and Lisbon, and a new space planned to open in the north of Portugal as a result of a recent decision. The Sofia Andrez studio has grown significantly in recent years, so we hope to be even bigger and involved in renowned international projects within ten years' time. But regardless of the company's growth, it's essential to maintain its essence, the essence that got it to where it is today.





TRIBUTO — ANDRÉ JORDAN — TRIBUTE

O HOMEM QUE SONHOU E MARCOU O TURISMO PORTUGUÊS
THE MAN WHO DREAMT UP AND SHAPED PORTUGUESE TOURISM

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1,3 PEDRO VILELA; 2 PMC

Recordar mentes marcantes e escrever sobre elas nem sempre é uma tarefa fácil. Porque as palavras tornam-se parcas, assim como as páginas, quando, na verdade, haveria tanto mais para se dizer. Nesta edição da **V&G**, uma edição dedicada à Riviera Portuguesa, quisemos lembrar o admirável André Jordan – o homem que criou a Quinta do Lago, Vilamoura e o Belas Clube de Campo, enquanto tantos outros desafios se lhe afiguravam ao longo da sua vida.

Eis o homem que transformou o turismo em Portugal. O homem que nasceu na Polónia (em 1933), viveu no Brasil (onde a família procurou refúgio em 1940, após perseguições nazis na Europa) e consagrou grande parte do seu tempo a Portugal (veio para cá em 1970). Morreu em fevereiro último, aos 90 anos.

O empresário dedicou muito do seu tempo ao ramo imobiliário e ao turismo. Grande parte da sua vida foi vivida em Portugal, país onde nasceram dois dos seus quatro filhos (casou quatro vezes) e onde nasceram os netos.

André Jordan, também conhecido como o *Rei do Turismo Português*, sonhou com um *resort* de alta qualidade, que refletisse um estilo de vida único. Sonhou e realizou. Assim surgiu a Quinta do Lago, em 1971, que, em finais dos anos 80, vendeu para abraçar um outro projeto – o Belas Clube de Campo. Pelo caminho, voltou ao Algarve, enquanto empresário, mais precisamente a Vilamoura (em 1995), para desenvolver o projeto Vilamoura XXI, destino onde uma das ruas passou a designar-se Avenida Comendador André Jordan.

Reminiscing about outstanding people and writing about them is not always an easy task. Because words can become scarce, as can pages, when in fact there is so much more to say. In this issue of **V&G**, an issue that is dedicated to the Portuguese Riviera, we want to remember the admirable André Jordan – the man who created Quinta do Lago, Vilamoura and the Belas Clube de Campo, while facing so many other challenges throughout his life.

He is the man who transformed tourism in Portugal. The man who was born in Poland (in 1933), lived in Brazil (where his family sought refuge in 1940, after Nazi persecution in Europe) and spent much of his time in Portugal (he came here in 1970). In February he passed away aged 90.

The businessman devoted much of his life to real estate and tourism. Much of his life was spent in Portugal, where two of his four children were born (he was married four times) and where his grandchildren were born.

André Jordan, also known as the *King of Portuguese Tourism*, dreamed of a top-tier resort that would reflect a unique lifestyle. He dreamt it and brought it to life. This is how Quinta do Lago came into being, in 1971, which he sold at the end of the 1980s to take on another project – Belas Clube de Campo. Along the way, he returned to the Algarve as a businessman, more precisely to Vilamoura (in 1995), to develop the Vilamoura XXI project, a destination where one of the streets was renamed Avenida Comendador André Jordan.

Aos nossos olhos, sempre o vimos como um homem de bom gosto, equilíbrio e elegância.

Marcou presença regular em vários artigos de opinião nos principais jornais portugueses e brasileiros, e mesmo na **V&G**, desde a edição N.º1. Foi autor de sete livros, sendo o mais recente intitulado *Uma Viagem pela Vida*. Foi condecorado em Portugal, no Brasil e no Reino Unido – pelo estado português, com a *Grã-Cruz da Ordem de Mérito*. É, ainda, *Grande Oficial da Ordem do Infante D. Henrique*. Recebeu vários prémios de carreira, muitos ligados ao turismo. Recebeu a *Medalha de Ouro* das cidades de Loulé e de Sintra. Foi-lhe atribuída a chave da cidade de Nova Iorque. Entre tantas outras distinções, em 2023, foi-lhe atribuída a *Grã-Cruz da Ordem do Mérito Comercial*, por Marcelo Rebelo de Sousa.

Jordan escreveu a sua história em livro. Gostava de cantar e de dançar. Talvez lhe tenham ficado por realizar muitos outros sonhos e desejos, mas uma coisa é certa: André Jordan viverá na memória dos que sempre o admirarem. Fecha-se esta história, mas o legado permanecerá por muitas mais páginas, como uma lição de vida, repleta de feitos que marcam o turismo nacional.

ANDRÉ JORDAN, O HOMEM QUE TRANSFORMOU O TURISMO EM PORTUGAL

In our eyes, he was always seen as a man of good taste, balance and elegance.

He was regularly featured in various opinion articles in the leading Portuguese and Brazilian newspapers, and even in **V&G**, since N.º1 edition. He was the author of seven books, the most recent of which being *Uma Viagem pela Vida* (A Journey through Life). He has been honoured in Portugal, Brazil and the United Kingdom – by the Portuguese state, with the *Grand Cross of the Order of Merit*. He is also a *Grand Officer of the Order of Prince Henry the Navigator*. He has received various awards for his career, many linked to tourism. He was awarded the *Gold Medal* of the cities of Loulé and Sintra. He was given the key to the city of New York. Among many other honours, in 2023 he was awarded the *Grand Cross of the Order of Commercial Merit* by Marcelo Rebelo de Sousa.

Jordan wrote down his story in a book. He liked to sing and dance. There may have been many other dreams and desires left unfulfilled, but one thing is for sure: André Jordan will live on in the memories of those who have always admired him. This story comes to a close, but the legacy will remain for many more pages, like a lesson in life, full of achievements that have marked tourism in Portugal.

ANDRÉ JORDAN, THE MAN WHO TRANSFORMED TOURISM IN PORTUGAL





VILA NOVA DE GAIA, VIAJANDO PELA LINHA COSTEIRA TRAVELLING ALONG THE COASTLINE

ONDE O DOURO SE ENCONTRA COM O ATLÂNTICO
WHERE THE DOURO MEETS THE ATLANTIC

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Gaia. Se a procurarmos no dicionário está relacionada com a mitologia grega, sendo considerada a deusa-mãe, personificação do planeta Terra. Aberta ao mundo ela é, tendo por base mecanismos que não funcionam a óleo, mas a inovação. Não é mitológica, mas inspira-se em altos valores e padrões de qualidade. Ei-la, Vila Nova de Gaia, o terceiro município mais populoso do país, pertencente ao distrito do Porto.

Ninguém lhe tira o prestígio de casa do vinho do Porto. Nas últimas décadas tem crescido a olhos vistos e pela indústria automóvel e vidreira continua a ser conhecida. A abrir-lhe as portas culturais tem os seus pintores, músicos e escultores, e é no Jardim do Morro que exhibe um dos melhores «miradouros» para a observação do pôr do sol. Vila Nova de Gaia vive em constante transformação, da indústria ao turismo, da cultura à economia. Com identidade vincada, é o local ideal para viver e investir. Bonita em qualquer estação, reúne dezassete quilómetros de orla ribeirinha e quinze de orla marítima. O potencial da sua costa é reconhecido e as suas praias são afamadas entre os portugueses e os turistas que desejam conhecer o potencial do Norte. E não é por acaso que as águas balneares de Gaia foram distinguidas com o galardão *Praia com Qualidade de Ouro* e que o concelho seja um dos que agrupa mais praias premiadas com *Bandeira Azul* no país. Pela qualidade da água rica em iodo e dos areais limpos, damos-lhe a conhecer a linha costeira de Gaia, abundante em paisagem e dimensão.

Gaia. If you were to look the word up in the dictionary, you would find out that it is related to Greek mythology, and is considered to be the mother goddess, the personification of planet Earth. Open to the world, she is based on mechanisms that don't run on oil, but on innovation. She is not mythological, but is inspired by high values and quality standards. This is Vila Nova de Gaia, the third most populous municipality in the country, belonging to the district of Oporto.

No one can take away its prestige as the home of Port wine. In recent decades it has grown by leaps and bounds and is still known for its automotive and glass industries. Its painters, musicians and sculptors throw open its cultural doors and Jardim do Morro has one of the best viewpoints for watching the sunset. Vila Nova de Gaia is constantly changing, from industry to tourism, from culture to the economy. With its distinct identity, it is the ideal place to live and invest. Beautiful in any season, it has seventeen kilometres of riverfront and fifteen kilometres of seafont. The potential of its coastline is recognised and its beaches are famous among the Portuguese and tourists who want to discover the potential of the north. And it's no coincidence that Gaia's bathing waters have been honoured with the Gold Quality Beach award and that the municipality holds one of the highest number of Blue Flag beaches in the country. For the quality of the iodine-rich water and the clean sands, we'll show you Gaia's coastline, abundant in scenery and size.

Começamos nas duas praias mais concorridas da costa gaiense: Praia de Canide Norte e Praia de Canide Sul. As suas dimensões convidam a longos dias de verão junto da família ou amigos, mas longe das toalhas e guarda-sóis dos demais. A beleza dunar é um ponto a somar, e os restaurantes e bares que a acompanham convidam a um dia prolongado de praia. Na freguesia de Gulpilhares, estende-se a Praia de Miramar, onde dizem estar plantada a única igreja virada de costas para o mar. Que a Capela do Senhor da Pedra existe é verdade, mas não se sabe se é a única que prefere estar voltada para o areal. Aquando da maré alta, o local de culto fica banhado pelo mar e o cenário transforma-se numa contemplação. Pequena, mas monumental, a capela envolve a praia numa aura mística, graças às lendas caricatas. Uma delas conta que D. Sebastião cravou as patas do seu cavalo num dos rochedos que sustenta o edifício, e há quem procure por elas quando visita Miramar. Seguimos para Madalena Norte e Madalena Sul, duas praias vistosas e ideais para a prática de desportos náuticos. O extenso areal é palpável, a acompanhar as zonas rochosas que serpenteiam as

CIDADE TEM QUINZE QUILOMETROS
DE ORLA MARÍTIMA

We start with the two most popular beaches on the Gaia coast: Praia de Canide Norte and Praia de Canide Sul. Their size beckons you to spend long summer days with family or friends, but away from the towels and parasols of others. The beauty of the dunes is a definite plus, and the neighbouring restaurants and bars invite you to enjoy a long day at the beach. The parish of Gulpilhares is home to Praia de Miramar, where they say the only church with its back to the sea is located. It's true that the Chapel of Senhor da Pedra exists, but it's not known whether it's the only one that prefers to face the sand. At high tide, the place of worship is bathed by the sea and the scene becomes one of wonder. Small but monumental, the chapel envelops the beach in a mystical aura, thanks to its fanciful legends. One of them tells us that King Sebastião nailed his horse's feet to one of the rocks supporting the building, and some people look for them when they visit Miramar beach. We move on to Madalena Norte and Madalena Sul, two beautiful beaches ideal for water sports. The long stretches of sand can be admired alongside the rocky areas that meander along the waves. Wooden walkways protect the dunes and there are

THE CITY HAS FIFTEEN KILOMETRES
OF SEAFRONT



PRAIAS EM BEACHES AT VILA NOVA DE GAIA



VINHO DO PORTO | PORTO WINE

PRAIAS DE GAIA RECEBEM GALARDÃO PRAIA COM QUALIDADE DE OURO

ondas. Os passadiços de madeira protegem as dunas e ao redor há restaurantes preparados para complementar a experiência. Se comer peixe, saiba que o mais certo é que provenham da Praia da Aguda, uma praia piscatória pintalgada de pescadores a fazerem as suas próprias redes. A última paragem é na Praia da Granja, sabendo de antemão que Francelos, Francemar, Lavadores, Salgueiros, Sãozinha, Valadares Norte, Valadares Sul e muitas mais ficam por visitar. Consta-se que a Granja foi, em tempos, a praia mais aristocrática do Norte, no final do século XIX e início do século XX. Ramalho de Ortigão e Eça de Queirós não escondiam a preferência que tinham por ela, assim como as altas classes da sociedade. A vegetação e a arquitetura palaciana que acompanham a linha de praia conferem um certo charme à estância balnear e os seus bons acessos garantem ser lugar para todos e cada um.

Com uma taça de vinho do Porto numa mão e o típico doce Velhotes na outra, despedimo-nos de Vila Nova de Gaia, já com intenções de regressar.

GAIA'S BEACHES RECEIVE GOLD QUALITY BEACH AWARD

restaurants around to round off the experience. If you eat fish, know that it most likely comes from Praia da Aguda, a fishing beach dotted with fishermen making their own nets. The last stop is Praia da Granja, knowing in advance that Francelos, Francemar, Lavadores, Salgueiros, Sãozinha, Valadares Norte, Valadares Sul and many more beaches remain to be visited. It is rumoured that Granja was once the most aristocratic beach in the north, at the end of the 19th century and the beginning of the 20th century. Ramalho de Ortigão and Eça de Queirós made no secret of their preference for it, as well as the upper classes of society. The vegetation and palatial architecture that line the beach give the resort a certain charm and its easy access ensures that it's a place for everyone.

With a glass of Port wine in one hand and a typical *Velhotes* sweet pastry in the other, we bid farewell to Vila Nova de Gaia, with intentions of returning.



ANANTARA NEW YORK PALACE BUDAPEST HOTEL

ONDE O LUXO É SOBRE TEMPO E MEMÓRIAS
WHERE LUXURY IS ABOUT TIME AND MEMORIES

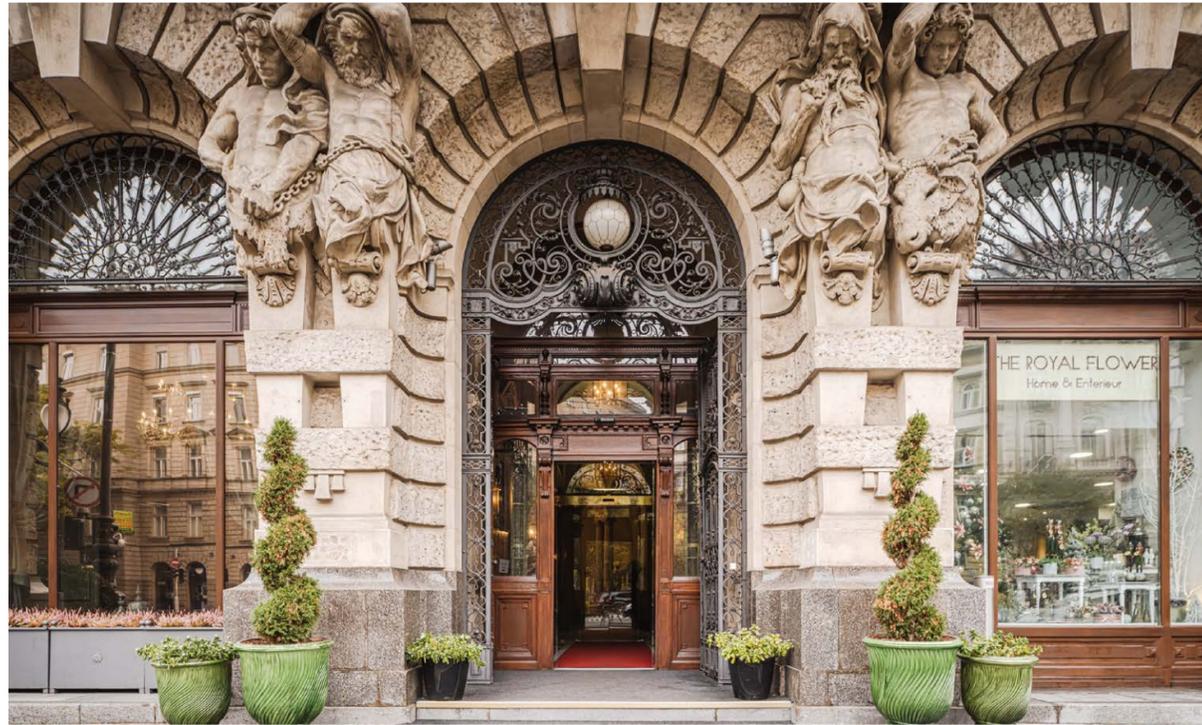
TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

No coração de Budapeste, na elegante avenida Erzsébet Körút, vive um hotel que se alimenta do passado para fomentar presente e futuro. As cinco estrelas foram alcançadas sem pressa, fruto de uma construção exigente e minuciosa que finalizou em 1894, tendo-se tornado uma obra-prima arquitetónica e cultural desde então, conhecida por abrigar um dos cafés mais bonitos do mundo. Perdidos entre detalhes barrocos e antiguidades centenárias, fomos conhecer o Anantara New York Palace Budapest Hotel, o ponto de encontro dos intelectuais e dos amantes da filosofia epicurista.

Inspirada no período *Belle Époque*, a decoração permite-nos fechar os olhos e imaginar como seria o som dos sapatos a deslizar ao ritmo das valsas interpretadas pela orquestra dos bailes palacianos. Idealiza-se o aroma a perfume francês, delicado e feminino, que seduzia os homens de silhueta alta, terno e cartola. Culpe-se o devaneio pela presença das colunas clássicas, os lustres, os arcos de volta perfeita, as cúpulas e os afrescos. Pelas cores nobres e pela predominância do estilo rococó. Sugestiva é também a fachada do Anantara, composta de mármore e adornada por esculturas faustosas. A conferir-lhe altura está a torre do relógio, esta que regista a longevidade do edifício, servindo-se de horas e minutos para contar a história de quem por ali também decide passar.

In the heart of Budapest, on the elegant Erzsébet Körút avenue, stands a hotel that borrows from the past to nurture the present and the future. The five stars were achieved at a leisurely pace, the result of an exacting and meticulous construction process that was finalised in 1894, and has since become an architectural and cultural masterpiece, known for housing one of the most beautiful cafés in the world. Lost amidst Baroque details and centuries-old antiques, we visited the Anantara New York Palace Budapest Hotel, the meeting place for intellectuals and lovers of Epicurean philosophy.

Inspired by the *Belle Époque* period, the *décor* invites us to close our eyes and imagine the sound of shoes gliding to the rhythm of waltzes played by the orchestra at palace balls. You can imagine the scent of French perfume, delicate and feminine, which seduced tall men in suits and top hats. This reverie can be blamed on the presence of classical columns, chandeliers, round arches, domes and frescoes. Or on the lavish colours and the predominance of the Rococo style. The façade of the Anantara is also suggestive, made of marble and adorned with magnificent sculptures. The clock tower adds to its height, recording the building's longevity, using the hours and minutes to tell the story of those who also decide to pass through the hotel.



Ao todo, somam-se 185 quartos e suites sumptuosas. As tipologias variam conforme a vista, o pack de comodidades e os metros quadrados, embora haja algo que as una: o estilo clássico a contrastar com o conforto contemporâneo. Desde terraços com vista para a cidade até quartos interligados, as opções correspondem às expectativas até dos mais exigentes. Para complementar a experiência, o hotel dedica um dos seus espaços ao tratamento do corpo e da mente. Assim, o spa engloba sauna seca e a vapor, duche de sensações e piscina de relaxamento aquecida. Os tratamentos e massagens personalizáveis são vivamente aconselhados, já que consistem nas propriedades curativas das águas termais da Hungria, com vista a repor o equilíbrio e a aliviar a tensão muscular. O mundo da gastronomia também aqui se cruza, especialmente no New York Café, onde poderá explorar as subtilezas da cozinha húngara, enquanto se perde numa arquitetura imbuída de história e imponência. Peça o café de ouro 24 quilates e a delícia de chocolate e, assim que tiver

UM HOTEL QUE SE ALIMENTA DO PASSADO PARA FOMENTAR O PRESENTE

In all, there are 185 sumptuous rooms and suites. The type of accommodation varies according to the view, the amenities package and the square metres, although there is one thing that unites them: classic style contrasting with contemporary comfort. From terraces overlooking the city to interconnecting rooms, the options satisfy the expectations of even the most demanding guests. To complement the experience, the hotel sets aside one of its spaces to treat the body and mind. The spa includes sauna and steam rooms, a sensation shower and a heated relaxation pool. Customisable treatments and massages are highly recommended, as they make use of the healing properties of Hungarian spa waters to restore balance and relieve muscle tension. The world of gastronomy also has its place here, especially at the New York Café, where you can explore the subtleties of Hungarian cuisine while immersed in an architecture steeped in history and grandeur. Order the 24-carat gold coffee and chocolate desserts

A HOTEL THAT BORROWS FROM THE PAST TO NURTURE THE PRESENT





CONHECIDO POR ABRIGAR UM DOS CAFÉS MAIS BONITOS DO MUNDO

oportunidade, mire os cantos da sala – é provável que encontre uma personalidade conhecida a degustar o pequeno-almoço como se fosse um ritual sagrado. Saiba que no perímetro do complexo hoteleiro estão os principais teatros e salas de concerto de Budapeste. Aventure-se e regresse ao Anantara quando o frio levar a melhor. Aconchegue o coração com o *Afternoon Tea Ritual* e arrisque-se numa aulas de culinária em grupo. O átrio convidá-lo-á, ainda, a relaxar e a ler um livro, embalado pelos sons urbanísticos, e o The Poet Bar desafiá-lo-á a escrever poesia com a degustação das bebidas espirituosas. De facto, no Anantara New York Palace Budapest Hotel, cada hóspede é recebido como um elemento da realeza, sendo levado a recuar no tempo com um toque apurado de charme e elegância.

KNOWN FOR HOUSING ONE OF THE MOST BEAUTIFUL CAFÉS IN THE WORLD

and, as soon as you get the chance, take a look around the room - you're likely to find a well-known personality tucking into breakfast as if it were a sacred ritual. Bear in mind that the hotel complex is surrounded by Budapest's main theatres and concert halls. Venture out and return to the Anantara when the cold gets the better of you. Warm your heart with the *Afternoon Tea Ritual* and dare to take part in a group cookery class. The lobby will also invite you to relax and read a book, lulled by the sounds of the city, while The Poet Bar will challenge you to write some verse while sipping spirits. In fact, at the Anantara New York Palace Budapest Hotel, every guest is welcomed like royalty, whisked back in time with a refined touch of charm and elegance.



Pavimentos e revestimentos em pedra natural reconstituída

Sem limites



A nobreza e autenticidade da pedra

Inspirada em autênticos modelos romanos, das alvenarias do século XIX, com aspeto vulcânico ou oriundos diretamente da natureza, as gamas de pavimentos e revestimentos Fabistone recriam fielmente a granulometria, tonalidade e forma da pedra natural.

A gama de produtos em pedra natural reconstituída Fabistone responde às exigências de todos os projetos, dos mais arrojados aos mais simples, dos mais modernos aos mais requintados.

A Fabistone é garantia de qualidade, resistência e fiabilidade.

Consulte toda a gama em
fabistone.com



ONDULI RIDGE

AO ABRIGO DA MÃE NATUREZA
UNDER MOTHER NATURE'S PROTECTION

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY ONDULI RIDGE

Entre descansar a vista ou contemplar o céu estrelado, escolhemos a segunda. O baixo nível de poluição permite que os astros cintilem sem filtros, e o plano é dormir sob um manto de luz que, se tivermos sorte, libertará uma estrela cadente que guardou em cativeiro por milênios. Pedimos um desejo e eternizamo-lo num copo de champagne, cortesia do hotel Onduli Ridge. Se a vigília levar a melhor, adormecemos serenos e confortáveis nas suítes de luxo moldadas pela natureza.

Estamos na Namíbia, no país das paisagens lunares de rochas vermelhas, vida selvagem abundante e desertos que chegam ao mar. Damos por nós no meio da natureza, no alojamento Onduli Ridge, na região de Damaraland, numa instância turística que pelo menos uma vez na vida deveria ser experienciada. Esculpida pelas pedras de granito e envolvido pelo deserto árido, apresenta-se como uma homenagem à girafa da região, contendo todo o tipo de acomodações e inúmeras atividades que ocuparão grande parte dos seus dias. Ao todo, seis suítes com camas *king size*, ar condicionado, áreas de trabalho e casas de banho parcialmente descobertas. Em todas elas Wi-Fi e a sustentabilidade é um fator decisivo no funcionamento de cada uma. Toda a energia é proveniente do sol e combustíveis fósseis não entram na equação.

QUARTOS QUE MAIS PARECEM MIRADOUROS

Between resting our eyes or gazing at the starlit sky, we chose the latter. The low level of pollution means that the stars can twinkle unfiltered, and our plan is to sleep under a blanket of light which, if we're lucky, will unleash a shooting star that has been held captive for millennia. We make a wish and eternalise it with a glass of champagne, courtesy of the Onduli Ridge hotel. If all this stargazing gets the better of us, we fall asleep peacefully and comfortably in the luxury suites moulded by nature.

We're in Namibia, the country of lunar landscapes of red rocks, teeming wildlife and deserts that stretch all the way to the sea. We find ourselves in the middle of nature, at the Onduli Ridge safari lodge in the Damaraland region, in a tourist spot that should be experienced at least once in a lifetime. Hidden amongst the granite boulders, and surrounded by arid desert, the lodge bears homage to the region's giraffe, and offers all kinds of accommodation and numerous activities that will occupy a large part of your days. There are a total of six suites with king size beds, air conditioning, work areas and partially open-air bathrooms. In all of them Wi-Fi and sustainability are a decisive factor in how each one works. All the energy is sourced from the sun and fossil fuels don't come into the equation.

ROOMS THAT ARE MORE LIKE LOOKOUT POINTS



OS PRATOS TRADICIONAIS DO PAÍS JUNTAM-SE AO CARDÁPIO

Aqui, a dificuldade está em perceber a separação entre o interior e o exterior. Não que se constitua como um problema, mas mais como uma ideia genial de quem pensou e criou. Os quartos são verdadeiros miradouros e as áreas comuns espaços de igual contemplação, com biblioteca, salas de jantar, bar, *deck*, piscina e uma fogueira ao ar livre. Padrões referentes à vida animal são encontrados na decoração dos quartos e nas paredes há artefactos que lembram o mistério de Namíbia. Na hora de aguçar o palato são elaboradas noites temáticas, onde Itália chega à mesa africana em formato esparguete. Os pratos tradicionais do país juntam-se ao cardápio, elaborados à base de fruta e vegetais. Mas a magia do Onduli está nas experiências que possibilita. Falamos de caminhadas pelo deserto, observação das dunas de areia a encontrarem-se com as planícies abertas, pinturas rupestres e parques naturais repletos de vida selvagem, onde estão abrigadas manadas majestosas de elefantes, girafas e, quem sabe, rinocerontes negros. Novos começos e novas aventuras começam aqui, no Onduli Ridge.

THE COUNTRY'S TRADITIONAL DISHES ARE ALSO ON THE MENU

Here, the difficulty lies in recognising the separation between indoors and outdoors. Not that it's a problem, but more of a stroke of genius on the part of those who thought it up and created it. The rooms are veritable lookout points and the communal areas are spaces for similar contemplation, with a library, dining rooms, bar, *deck*, swimming pool and an outdoor fire pit. Patterns related to animal life can be found in the décor of the rooms and on the walls there are artefacts recalling the mystery of Namibia. When it comes to whetting the palate, themed evenings are organised, where Italy comes to the African table in the form of spaghetti. The country's traditional dishes are also on the menu, made from fruit and vegetables. But the magic of Onduli lies in the experiences it offers. These include desert hikes, watching the sand dunes meet the open plains, rock paintings and natural parks teeming with wildlife, home to majestic herds of elephants, giraffes and, who knows, black rhinos. New beginnings and new adventures start here, at Onduli Ridge.



CANNES



MÓNACO



SAINT-TROPEZ

O GLAMOUR DA RIVIERA FRANCESA

THE GLAMOUR OF THE FRENCH RIVIERA

EXPERIÊNCIA MEMORÁVEL
MEMORABLE EXPERIENCE

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1,4-7 VALENTIN PACAUT; 2 DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED; 3 GUILLAUME VOITURIER

Sobre rodas, e de cabelos ao vento, percorremos o charme e a elegância da Riviera Francesa, também conhecida por Côte d'Azur. Composta pelas mais belas cidades e lugares, de frente para o Mediterrâneo, é um dos encantos mais exclusivos e luxuosos do mundo. Por estes lugares passaram figuras como Renoir e Picasso, além de ilustres estrelas do cinema.

Hoje, queremos deixar-lhe um roteiro de carro, com alguns dos momentos e lugares que nos inspiraram, dignos de serem vividos, nem que seja pelo menos uma vez na vida. Começamos a nossa aventura cultural e paisagística pelos caminhos do Mónaco, onde o luxo... é luxo a qualquer hora do dia. Carros topo de gama, lojas *premium*, hotéis conceituados, restaurantes exclusivos e edifícios com história. Este é, sem dúvida, um dos destinos mais luxuosos do mundo, famoso pelo Casino de Monte-Carlo, pela *Fórmula 1* e pela imensidão de iates atracados no Port Hercule. Segue-se Èze, a cidade que tem uma das vistas mais bonitas para o mar e onde cada miradouro o fará arrepiar-se de tão deslumbrante que é a paisagem. Mais à frente, entramos em Nice, charmosa por natureza, abriga o famoso Hotel Negresco e caracteriza-se por ser uma cidade antiga com vários restaurantes e um tradicional mercado de flores. É também aqui que se situa o terceiro maior aeroporto da França. A cidade vista a partir da Colline du Château é de cortar o fôlego e, para quem gosta de arte e cultura, tem muito para visitar. Logo mais, damos um salto a Grasse, onde a paragem é obrigatória, nem que seja apenas para sentir o cheiro perfumado da região. É a capital mundial dos perfumes e possui um centro histórico lindíssimo. Seguimos pela orla até pararmos, para descansar, em Antibes, o local que possui o mais famoso mercado provençal da região. É também das cidades mais visitadas do Sul de França. Conta com muralhas, casinhas de pedra, ruelas, e é onde se encontra o Museu de

Hair blowing in the wind, we're driving through the charm and elegance of the French Riviera, also known as the Côte d'Azur. Home to some of the most beautiful cities and sites, looking out over the Mediterranean, this is one of the most exclusive and luxurious destinations in the world. The likes of Renoir and Picasso have passed through these parts, not to mention illustrious stars of the world of cinema.

Today, we want to share with you a road trip itinerary featuring some of the moments and places that have inspired us and that are worthy of being experienced at least once in a lifetime. Let's start our cultural and scenic adventure on the roads of Monaco, where luxury... is luxury no matter what time of day it is. Top-of-the-range cars, premium boutiques, prestigious hotels, exclusive restaurants and historic buildings. This is without doubt one of the most luxurious destinations in the world, famous for the Monte-Carlo Casino, for the *Formula 1* and for the huge number of yachts moored at Port Hercule. Next up is Èze, the city with one of the most beautiful views of the sea and where every viewpoint will give you goosebumps, as dazzling as the landscape is. A little further on, we enter Nice, enchanting by nature, home to the famous Hotel Negresco and known for being an old city with many restaurants and a traditional flower market. It is also home to France's third largest airport. The view of the city from the Colline du Château is breath-taking and, for anyone who likes art and culture, there is much to see. After that, we head to Grasse, where a pit stop is a must, if only to smell the fragrant scent of the region. This is the perfume capital of the world and has a beautiful historic centre. We continue along the seafront until we stop for a break in Antibes, home to the region's most famous Provençal market. This is also one of the most visited towns in the south of France. Antibes boasts ramparts, stone houses and alleyways, and is

Picasso, situado num pequeno castelo. Sem demoras, seguimos para Cannes, local que acolhe o maior festival de cinema do mundo. A cidade transborda *glamour* em cada recanto, essencialmente junto à beira-mar na avenida La Croisette, e as ruas guardam o charme francês dos tempos passados.

Por fim, que dizer de Saint-Tropez? Lá chegamos também. Ao destino que se tornou, na década de 50, num dos maiores destinos de luxo, atraindo a elite mundial. Atualmente, continua a ser um dos inúmeros locais onde iates atracam nas marinas e restaurantes refinados, com vista para o mar, esperam por visitantes. Aqui, fascinamo-nos com tudo. Mesmo depois de passarmos por Port Grimaud, a famosa Veneza Francesa, onde se pode alugar um barco e passear pelos canais, o encanto é maior quando chegamos a Saint-Tropez. O centro mantém um ar histórico, cafés charmosos e ruas estreitas. E a praia Pampelonne é das mais conhecidas e procuradas pelos turistas.

Côte d'Azur é considerada uma das regiões mais luxuosas e caras do mundo. Abrange mais de 120 km da costa do Sul de França e acolhe cidades famosas e deslumbrantes. As suas maiores atrações consistem nas belezas naturais, nas praias e nas lojas de luxo. Uma Riviera digna de ser visitada em qualquer altura do ano.

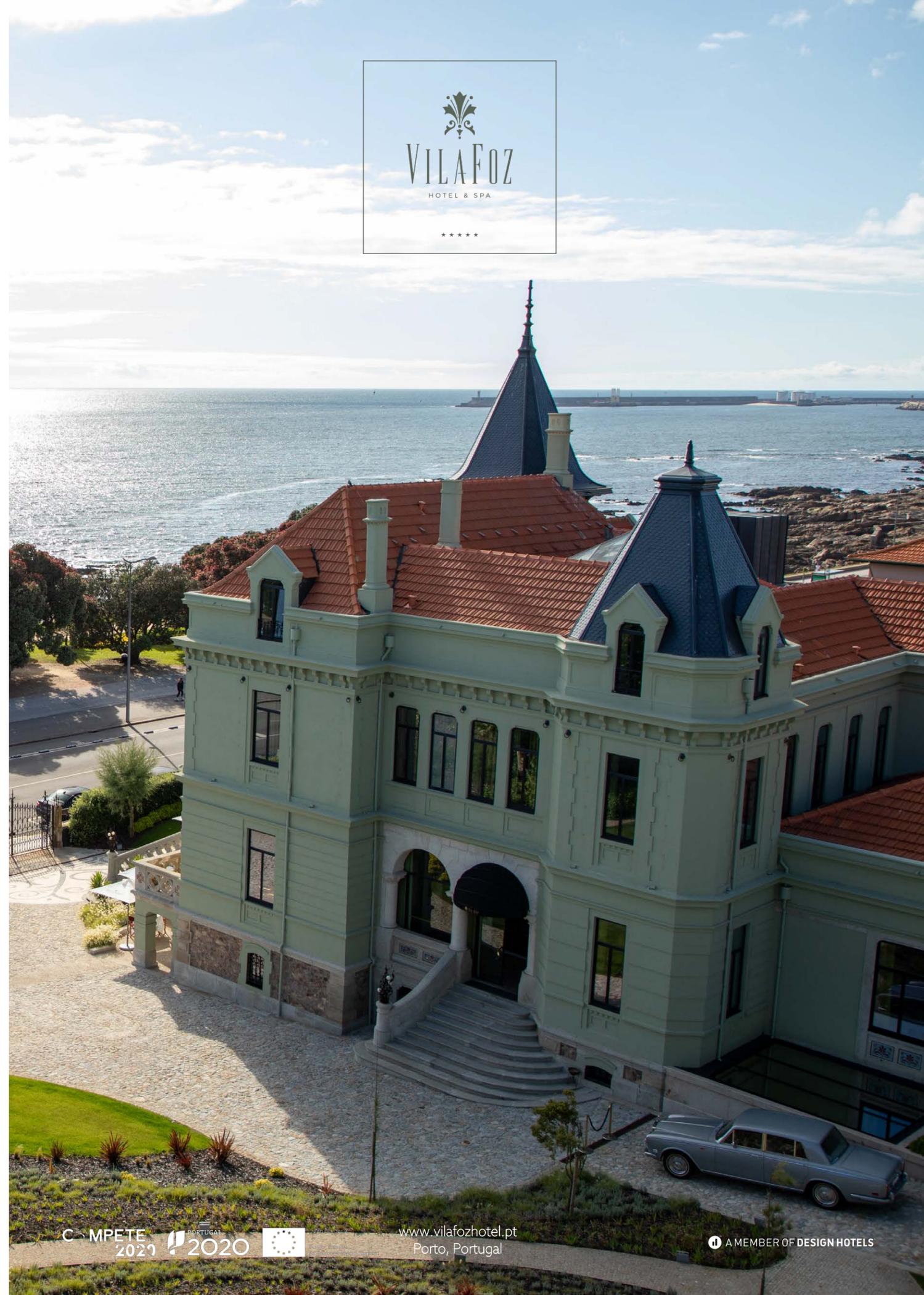
CÔTE D'AZUR É CONSIDERADA
UMA DAS REGIÕES MAIS
LUXUOSAS E CARAS DO MUNDO

home to the Picasso Museum, housed within a small castle. Before long, we headed for Cannes, home to the world's largest film festival. The city oozes glamour in every nook and cranny, particularly along the seafront on the Boulevard de la Croisette, while its streets retain the French charm of times gone by.

And finally, what could we say about Saint-Tropez? We spent some time there too. The destination that became one of the greatest luxury destinations in the 1950s, attracting the world's elite. Today, it remains one of the many places where yachts can be seen moored in marinas and refined restaurants with sea views await visitors. Everything here fascinates us. Even after stopping off in Port Grimaud, the famous Venice of France, where you can hire a boat and cruise along its canals, the enchantment is even greater when we get to Saint-Tropez. The centre retains its historic atmosphere, with charming cafés and narrow streets. And Pampelonne beach is one of the best known and most popular with holiday makers.

The Côte d'Azur is considered one of the most luxurious and expensive regions in the world. It spans more than 120 kilometres of coastline in the South of France and is home to famous and stunning cities. Its greatest attractions are its natural beauty, beaches and luxury shops. A Riviera worth visiting at any time of year.

THE CÔTE D'AZUR IS CONSIDERED ONE
OF THE MOST LUXURIOUS AND
EXPENSIVE REGIONS IN THE WORLD



500 ANOS DE CAMÕES

500 YEARS OF CAMÕES

PORTUGAL QUE O POETA ESCREVEU PRÒ MUNDO
PORTUGAL THAT THE POET WROTE FOR THE WORLD

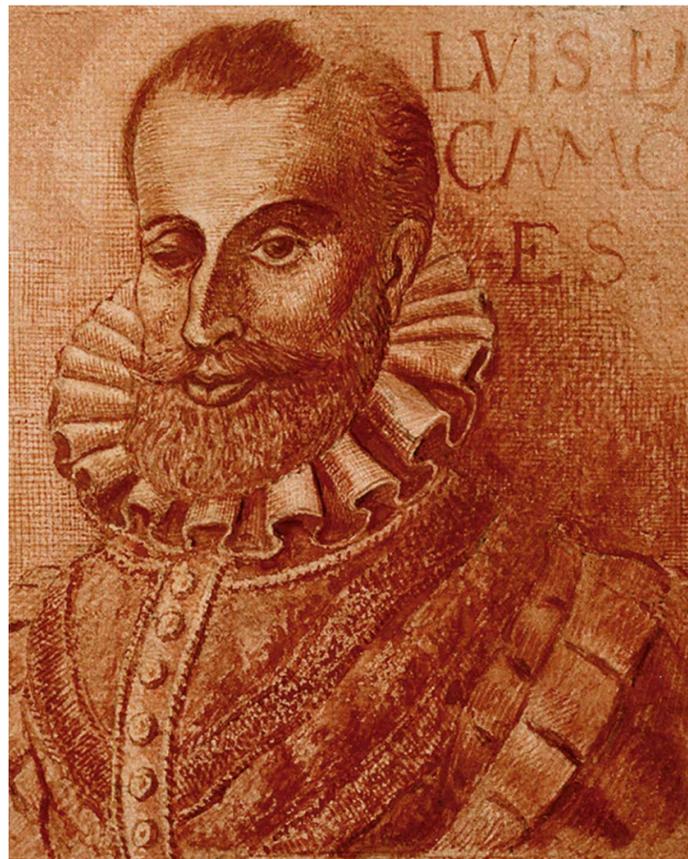
TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

São muitas as nações que se revêm nos seus grandes poetas, veja-se pelos ingleses com Shakespeare, os alemães com Goethe, os italianos com Dante e os franceses com Molière. Mas como Camões está para Portugal, arrisca-se quase a dizer que mais nenhum. Luís Vaz de Camões é o cantor máximo das glórias lusitanas e, ao longo do tempo, a sua obra *Os Lusíadas* passou a ser encarada como o reflexo do povo português. De interesse nacional e universal, a epopeia narra a época que desconstruiu e redefiniu o mundo: os Descobrimentos. Era preciso imortalizá-los, e assim foi feito, a partir das aventuras de Vasco da Gama durante a descoberta do caminho marítimo para a Índia.

Meio milénio após o nascimento do poeta, continuam a celebrar-se os feitos que fez em vida. Os seus sonetos atravessam séculos e as palavras continuam a influenciar autores de diferentes gerações. De olho aberto e o outro fechado pelas lides da guerra, o seu imaginário universal surge-nos de calções tufados, cabelo ruivo, louros na cabeça e golas em renque, disponível para ceder os seus versos ao mundo, aos países lusófonos, ao Portugal ora concertado, ora desconcertado, ora ambicioso, ora desleixado. Pouco se sabe sobre a vida de Luís Vaz de Camões, mas é quase unânime que nasceu no ano de 1524. Não se lhe conhece a cidade onde nasceu, mas cresceu no seio de uma família da pequena nobreza. A escrita e as referências culturais evidenciam a prática de uma educação clássica e formal. Sabe-se da vida boémia, das noites passadas em bordéis e da pensão paupérrima que recebia da Índia. Esteve preso pelo menos duas vezes e foi militar, tendo sido a batalha em Ceuta que lhe custou meia visão. O ano da sua morte é incerto, mas aponta-se para 1579, em consequência da peste. Não teve herdeiros, nem deixou património. Morreu pobre, sem reconhecimento, como um génio

There are many nations that see themselves in their great poets, like the English with Shakespeare, the Germans with Goethe, the Italians with Dante and the French with Molière. But you could almost say that no one sees themselves as much as the Portuguese do, in their great poet Camões. Luís Vaz de Camões is the greatest chronicler of Lusitanian glories and, over time, his work *Os Lusíadas* (The Lusiads) has come to be seen as a reflection of the Portuguese people. Of national and universal interest, the epic describes the era that deconstructed and redefined the world: the Discoveries. It was necessary to immortalise them, and that is what was done, starting with the adventures of Vasco da Gama during the discovery of the sea route to India.

Half a millennium after the poet's birth, the feats he accomplished in his lifetime continue to be celebrated. His sonnets span the centuries and his words continue to influence authors from different generations. With one eye open and the other closed by the trials of war, his universal images appear to us in puffed breeches, red hair, laurels on his head and ruffled collars, ready to give his verses to the world, to the Portuguese-speaking countries, to the Portugal that is sometimes organised, sometimes disorganised, sometimes ambitious, sometimes slovenly. Little is known about the life of Luís Vaz de Camões, but it is almost unanimous that he was born in 1524. The city where he was born is unknown, but he grew up in a family of minor nobility. His writing and cultural references show that he had a classical and formal education. We know about his bohemian life, the nights he spent in brothels and the paltry pension he received from India. He was imprisoned at least twice and served in the military, with the battle at Ceuta costing him half his sight. The year of his death is uncertain, but



OS SEUS SONETOS ATRAVESSAM
SÉCULOS E AS PALAVRAS
INFLUENCIAM GERAÇÕES

incompreendido e esquecido, e só vários anos mais tarde é que lhe foi atribuída notoriedade. Assim que o mundo se deparou com a valentia de um povo que se aventurou *por mares nunca dantes navegados*, resistindo aos testes dos deuses, ninfas, sereias, reis e gigantes, a epopeia tornou-se uma das obras mais traduzidas da literatura portuguesa, considerada também uma das mais brilhantes de sempre. Serviu como fonte de patriotismo em momentos decisivos da História. Por exemplo, no tempo de ocupação espanhola, em horas de cerco, a obra era considerada a leitura «sagrada»; e no regime salazarista foi utilizada como instrumento de propaganda colonialista. A verdade é que a dedicação que o poeta prestou à cultura, à poesia e às letras fizeram-no pertencer aos *que por obras valerosas se vão da lei da morte libertando*. E, por isso, 500 anos depois do corpo quebrar, o espírito continua a viver na memória de uma pátria saudosista, e na de tantas outras que se mostram inspiradas pela força da união.

Preparado para mais um ano de festejos mundanos que carregam o seu nome, entrega o seu legado a mais um 10 de junho. Viva o Dia de Camões, de Portugal e das Comunidades Portuguesas.

HIS SONNETS SPAN CENTURIES
AND HIS WORDS INFLUENCE
GENERATIONS

it is thought to be 1579, as a consequence of the plague. He had no heirs and left no estate. He died poor, unrecognised, as a misunderstood and forgotten genius, and it wasn't until several years later that he was acknowledged. As soon as the world came across the valour of a people who ventured *into seas never sailed before*, withstanding the tests of gods, nymphs, mermaids, kings and giants, the epic became one of the most translated works of Portuguese literature, also considered one of the most remarkable of all time. It has served as a source of patriotism at decisive moments in history. For example, during the Spanish occupation, at times of siege, the work was considered «sacred» reading; and during the Salazar regime it was used as an instrument of colonialist propaganda. But the fact is that the poet's dedication to culture, poetry and literature made him one of those whose *valiant works set them free from the law of death*. And so, 500 years after his body gave out, his spirit lives on in the memory of a nostalgic homeland, and in that of so many others that are inspired by the power of unity.

Ready for another year of worldly celebrations that bear his name, he hands on his legacy to another June 10th. Long live the 'Camões, Portugal and the Portuguese Communities Day'.



M
H N
HERDADE
MALHADINHA
NOVA



MICHELIN
2024
GASTRONOMIA
SUSTENTÁVEL

SUSTENTABILIDADE . CONSERVAÇÃO . LEGADO

ALENTEJO, PORTGAL

RELAIS &
CHATEAUX

malhadinhanova.pt



THE CHEDI ANDERMATT SPA

O CONVERGIR DE SENSações APRAZÍVEIS
WHERE PLEASANT SENSATIONS CONVENE

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Mergulhar em 2400 m² de relaxamento, onde a tradição alpina se une à asiática como uma simbiose rejuvenescedora, é a sugestão da presente edição.

No coração da Suíça encontramos The Chedi Andermatt, o local que emoldura montanhas imponentes e lagos glaciares em janelas panorâmicas. Rodeado de picos cobertos de neve e temperaturas desafiantes, o centro de bem-estar vai além da estética, procurando alcançar, sempre que possível, a cura e a prevenção. Lá, a vida parece distante – nunca no sentido pejorativo, mas numa perspetiva serena e desprendida. O tempo é vagaroso, e para aquilo que o quotidiano normalmente não permite realizar o *spa* cria a

Immerse yourself in 2,400 square metres of relaxation, where Alpine and Asian traditions combine in a rejuvenating symbiosis, this is our suggestion in this issue.

The Chedi Andermatt is located in the heart of Switzerland, a place that frames imposing mountains and glacial lakes in panoramic windows. Surrounded by snow-capped peaks and challenging temperatures, the wellness centre goes beyond aesthetics, seeking to achieve healing and prevention wherever possible. Life seems distant there – not in a negative sense, but from a serene and detached perspective. Time is slow, and the spa creates the opportunity for what everyday life

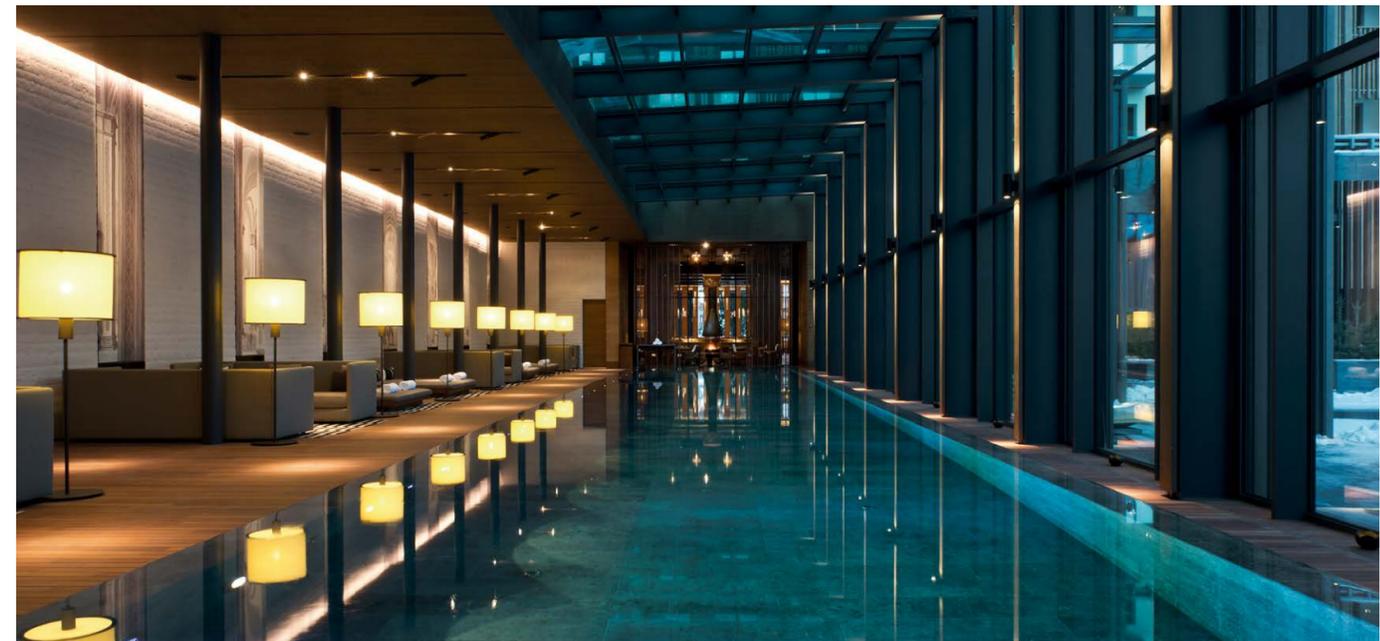


quando a piscina exterior se apresenta como última atividade. De um momento para o outro, quando a porta para o exterior se abre, debruça-se adiante um 'quadro' pintado a óleo. Olha-se a paisagem desafogada dos alpes suíços, sem temer o frio que se faz sentir, porque a água que envolve o corpo é quente o suficiente para equilibrar duas estações – verão e inverno. E assim, naquele misto de sensações térmicas, percebe-se que o que se procura não é a perfeição, mas aquele malabarismo à qual a vida insiste chamar de equilíbrio.

IDEAL PARA DESACELERAR DA
AZÁFAMA DIÁRIA

presents itself as the last of the activities. From one moment to the next, when the door to the outside opens, an oil 'painting' unfolds. Your view is the unobstructed landscape of the Swiss Alps, without fearing the cold, because the water that surrounds your body is warm enough to offset two seasons – summer and winter. And in this way, in that mix of thermal sensations, you realise that what you're looking for is not perfection, but that juggling act that life insists on calling balance.

IDEAL FOR TAKING A BREAK FROM
THE DAILY GRIND

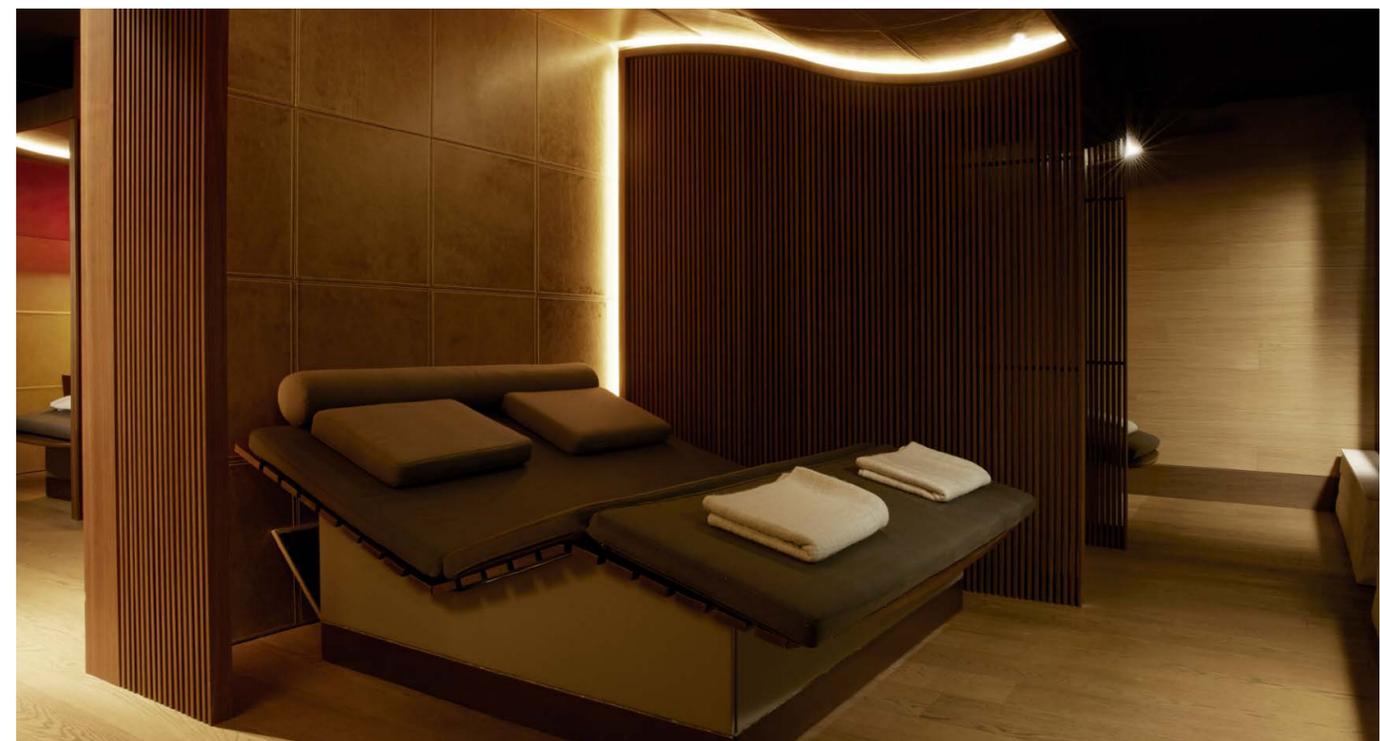


oportunidade, veja-se pela realização de uma simples respiração longa, que está cientificamente comprovada que ajuda no relaxamento muscular, na atenuação da ansiedade e na melhoria da concentração.

Ora, cada canto encanta e em pouco tempo se percebe que energia, corpo e mente não tardam a reunir. A área espaçosa de hidroterapia com saunas e banhos a vapor mimam os poros e suavizam a pele, a sala de relaxamento tibetana fortalece o elo corpo-mente e a piscina interior é a desculpa ideal para desacelerar da azáfama diária. Pelo meio, tratamentos orientais e um estúdio de *fitness* para complementar a caminhada interior. A própria configuração do espaço parece fomentar a autodescoberta, com os constantes jogos de reflexos, a presença de símbolos harmoniosos e as cores que convidam ao descanso. De roupão de banho vestido, chinelos calçados e toalha prendida debaixo do braço, é tempo de usufruir do banho de hidroterapia japonês, de uma massagem numa das doze salas do spa e dos produtos naturais que, quando fundidos, resultam em elixires inesperados. Sabe-se que a experiência não tarda a acabar

doesn't normally allow, such as simply breathing deeply, which has been scientifically proven to help relax muscles, reduce anxiety and improve concentration.

Every corner is enchanting and before long you realise that energy, body and mind come together in no time. The spacious hydrotherapy area with saunas and steam baths will pamper your pores and soften your skin, the Tibetan relaxation room will strengthen your body-mind bond and the indoor pool is the ideal excuse to take a break from the daily grind. Beyond these, there are oriental treatments and a fitness studio to complement your inner journey. The very layout of this space seems to encourage self-discovery, with the constant use of reflections, the presence of harmonious symbols and the colours that invite you to relax. Dressed in a bathrobe, slippers on and a towel tucked under your arm, it is time to enjoy the Japanese hydrotherapy bath, a massage in one of the spa's twelve rooms and the natural products that, when mixed together, result in unexpected elixirs. You know the experience will soon be over when the outdoor pool





ANA RUIVO
CEO da TEAM 24 | CEO of TEAM 24

SAÚDE MENTAL NAS EMPRESAS

A saúde mental é um dos temas mais quentes do momento, e não é por acaso! Estima-se que dois em cada cinco portugueses sejam afetados por alguma questão do foro mental. Este dado é, por si só, alarmante, e mais ainda quando o comparamos com a média europeia, onde nos posicionamos 33% acima (Eurobarómetro, 2022).

A saúde mental e o bem-estar emocional têm um enorme impacto na vida pessoal e, inevitavelmente, na vida profissional. A nossa capacidade de atenção, foco, determinação, motivação e resiliência ficam extremamente afetados quando problemas da vertente emocional e psicológica nos perturbam. Segundo a OMS, só podemos afirmar ter saúde se sentirmos um estado pleno de bem-estar físico, mental e social. E só assim somos capazes de explorar as nossas capacidades, lidar com o stresse normal do dia a dia, trabalhar produtivamente e contribuir para a comunidade.

As empresas têm o dever de cuidar da saúde mental das suas pessoas, proporcionar condições de trabalho que evitem riscos psicossociais e atentar na prevenção e diagnóstico precoce deste tipo de problemas. A promoção da saúde mental e do bem-estar é um dos melhores investimentos para as organizações se manterem sustentáveis, produtivas e competitivas (DGS, 2022).

Em 2021, Portugal ocupou o 1.º lugar do *ranking* dos países da UE com maior risco de *burnout* ou esgotamento profissional. Perante estes dados é urgente que os líderes das empresas tomem medidas para evitar este flagelo humanitário, com consequências diretas nas pessoas e no negócio. É importante consciencializar e sensibilizar a liderança sobre o impacto e o retorno do investimento que as estratégias de promoção de saúde mental têm na produtividade e sustentabilidade da empresa. Partilho alguns números que podem ajudar a clarificar esta questão: as empresas portuguesas perdem cerca de 5,3 mil milhões de euros de produtividade devido ao absentismo e presentismo, causados por problemas de saúde mental; perdem 8 dias de trabalho por absentismo e 16 dias de trabalho por presentismo. Em resumo, podemos afirmar que 1.4% do volume de negócio das empresas portuguesas é perdido devido a perdas de produtividade relacionadas com a saúde mental (Relatório *Prosperidade e Sustentabilidade das Organizações*. OPP, 2023).

Vale a pena investir nas pessoas porque são elas que fazem o negócio crescer!

MENTAL HEALTH IN COMPANIES

Mental health is one of the hottest topics at the moment, and this is no coincidence! It is estimated that two out of every five Portuguese are affected by a mental health issue. This figure is alarming in itself, but even more so when we compare it to the European average, where we rank 33% higher (Eurobarometer, 2022).

Mental health and emotional well-being have a huge impact on personal life and, inevitably, on working life. Our attention span, focus, determination, motivation and resilience are extremely affected when we suffer from emotional and psychological problems. According to the WHO, we can only say we are healthy if we experience a full state of physical, mental and social well-being. And only then are we able to explore our abilities, deal with the normal stresses of everyday life, work productively and contribute to the community.

Companies have a duty to take care of their employees' mental health, to provide working conditions that avoid psychosocial risks and to pay attention to the prevention and early diagnosis of these types of problems. Promoting mental health and well-being is one of the best investments for organisations to remain sustainable, productive and competitive (Portuguese Health Authority, 2022).

In 2021, Portugal ranked 1st among EU countries with the highest risk of burnout. Given this data, it is urgent for company leaders to take measures in order to avoid this humanitarian affliction, which has direct consequences for both people and business. It is important to raise awareness and educate management about the impact and return on investment that mental health promotion strategies have on the company's productivity and sustainability. I will share some figures that may help clarify this issue: Portuguese companies lose around 5.3 billion Euros in productivity due to absence and work presenteeism caused by mental health problems; they lose 8 days of work due to absenteeism and 16 days of work due to work presenteeism. This means that 1.4% of Portuguese companies' turnover is lost due to productivity losses related to mental health (Report on the Prosperity and Sustainability of Organisations. OPP, 2023).

It's worth investing in people because they are the ones who make the business grow!

V&G Artigo na íntegra: www.villasegolfe.com
Full article: www.villasegolfe.com

palatial

fine luxury
experience

A arte e o bem-estar, a gastronomia e o vinho.

Nasce assim o conceito Palatial, onde a arte se transforma mergulhando no imaginário da **arte em todos os sentidos**. Com a garrafeira Amistad Wine, pode usufruir de um local de prova e degustação de vinhos Premium do novo Mundo, Europa e Portugal. O Palatial, composto por um Restaurante Gourmet e um Hotel de charme, pensado para receber clientes exclusivos, proporcionando momentos únicos e um serviço de alta qualidade.

palatial
restaurant

Amistad Wine

palatial
suites

palatial.pt

Avenida da Independência, nº 8 - Arcos - 4705-162 - Braga - Portugal
Tel. +351 253 143 128 | reservas@palatial.pt

CASA DE CHÁ DA BOA NOVA



UMA GASTRONOMIA DE MEMÓRIAS

A CUISINE OF MEMORIES

DOC, DOP AND CASA DE CHÁ DA BOA NOVA (BY RUI PAULA)
DOC, DOP E CASA DE CHÁ DA BOA NOVA (BY RUI PAULA)

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1-3, 7-9 IGOR MARTINS; 4-6 PEDRO KIRILOS

Em nome das raízes e dos sabores, o *chef* Rui Paula serve-se da memória para alimentar os seus três restaurantes de assinatura: DOC, DOP e Casa de Chá da Boa Nova. Tudo começou na casa de lavoura dos avós, em Favaíós, onde os potes de ferro apuravam as sopas e os cozidos. Desde graúdo viveu rodeado de ovos caseiros e daquilo que da terra brotava, pelo que o ambiente e a observação foram impulsionando o seu desejo de execução. Décadas mais tarde são as duas estrelas *Michelin*, as distinções honrosas e a experiência que o tornam referência no país e arredores.

Conhecer a essência de Rui Paula é partir à descoberta dos seus três espaços localizados no Norte do Portugal, como que fragmentos da alma do *chef*. A viagem gustativa começa no DOC, o restaurante debruçado sobre o rio Douro. Funcionando como uma janela para os socacos vinhateiros e para as aldeias ribeirinhas, é conhecido pelo posicionamento *premium* e pelos sabores locais com um *twist* moderno, em que texturas, gostos e aromas são exponents a um nível profundo. Prolongando-se por um *deck* de madeira sobre o rio, o DOC

In the name of origins and flavours, chef Rui Paula uses his memories to sustain his three signature restaurants: DOC, DOP and Casa de Chá da Boa Nova. It all began in his grandparents' farmhouse in Favaíós, where soups and stews would be cooked in iron pots. He lived from an early age surrounded by freshly-laid eggs and by whatever was sprouting from the earth, whereby his environment and what he observed, fuelled his desire to produce. Decades later it is the two Michelin stars, the honourable distinctions and the experience that make him a standout figure in his country and beyond.

To understand the essence of Rui Paula means exploring his three restaurants located in the north of Portugal, which are like fragments of the chef's soul. The flavoursome journey begins at DOC, the restaurant that looks out over the river Douro. Acting like a window looking out onto the vineyard terraces and riverside villages, it is known for its premium positioning and local flavours with a modern twist, in which textures, taste and aromas are heightened to a profound level. Extending over a wooden deck over the river, DOC



integra uma estrutura fluvial com dois cais e uma garrafeira. Desde peixes e mariscos frescos da costa às carnes mais tradicionais, explore a essência do Douro regada com vinhos de referência.

Já descendo o rio no sentido oeste conhece-se o DOP, no centro do Porto. Falamos de uma cozinha de inspiração transmontano-duriense, onde o tradicional e o contemporâneo se unem, mais uma vez, numa simbiose aprazível. «There is no future without memory» [Não existe futuro sem memória] é a frase de abertura do cardápio que causa um certo saudosismo a quem lê. A sugestão do chefe é o cachaço de porco, «um clássico», diz-nos, ainda que a pã de cabrito com batata e esparregado também seja uma excelente opção. É neste ambiente clássico que se aviva o palato de sabores nostálgicos, e ficaríamos mais tempo a saboreá-los se não fosse a próxima paragem.

De olhos lançados ao mar, o último fragmento é construído sobre os rochedos que avançam no oceano, em Leça da Palmeira. Siza Vieira sabia o que estava a fazer quando projetou a arquitetura da Casa de Chá da Boa Nova. No interior é notável a constante preocupação com as aberturas, que emolduram as ondas selvagens do mar nortenho. A marcante presença da madeira nos tetos e paredes conferem aconchego

includes a river structure with two jetties and a wine cellar. From fresh fish and shellfish from the coast to the more traditional meats, explore the essence of the Douro flavoured with renowned wines.

Heading west down the river, you'll find DOP, in the centre of Oporto. Here we're talking about a cuisine inspired by the Trás-os-Montes and the Douro region, where the traditional and the contemporary once again combine in a pleasurable symbiosis. «There is no future without memory» is the opening sentence of the menu, which causes a certain nostalgia for anyone reading it. The chef's recommendation is the pork neck, «a classic», he tells us, although the shoulder of kid with potatoes and creamed spinach is also an excellent option. This classic atmosphere is where nostalgic flavours come alive on the palate, and we would spend more time savouring them if it weren't for our next stop.

Looking out to the sea, the last fragment is built on the cliffs overlooking the ocean in Leça da Palmeira. Siza Vieira knew what he was doing when he designed the architecture of the Casa de Chá da Boa Nova. Within its interior, the constant fascination with openings, framing the wild waves of the northerly sea, is remarkable. The striking presence of wood in the ceilings and walls adds warmth to the building and,

à edificação e, quando nos apercebemos, metade da experiência está na própria observação do espaço. A outra metade está nas mãos da equipa de Rui Paula, mas as expectativas ficam rapidamente elevadas quando sabemos das duas estrelas *Michelin* que compõem o espaço. Aqui é sobre pormenores e viagens à mesa. É sobre prestar homenagem à força do mar e à coragem do pescador enquanto se faz uso da boa arte culinária. Entre menus de grande deleite e vinhos surpreendentes, também opções vegetarianas complementam a carta. Com as tendências em constante mutação, a casa tem-se munido de opções que respondem a diferentes exigências.

Ficam-nos três sugestões aliciantes, que garantem experiências vultuosas sobre o mar, o rio e a Invicta.

before you know it, half the experience lies in observing the space itself. The other half lies in the hands of Rui Paula's team, but expectations are quickly heightened when we learn of the two Michelin stars that the restaurant holds. It is all about the details here, and dining journeys. It's about paying homage to the power of the sea and the courage of the fisherman while practising fine culinary art. Among the delicious dishes and surprising wines, there are also vegetarian options on the menu. With ever-changing trends, the restaurant has equipped itself with options to meet different requirements.

Here are three enticing suggestions sure to bring you great experiences of the sea, the river and the city of Oporto.

EXPERIÊNCIAS VULTUOSAS SOBRE O MAR, O RIO E A INVICTA

GREAT EXPERIENCES OF THE SEA, THE RIVER AND THE CITY OF OPORTO



PRADA CAFFÈ

SABORES E SABERES DA ETIQUETA ITALIANA
FLAVOURS AND EXPERTISE FROM THE ITALIAN LABEL

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

Quem atravessa os famosos armazéns Harrods fica a conhecer a joia que tem adornado a cidade londrina há mais de um ano. Em homenagem ao estilo de vida milanês surge o Prada Caffè, o edifício neobarroco com funções gustativas. Cada um é convidado a entrar num universo refletido de pormenores e aliciado a saborear um vinho italiano de reserva, enquanto vê a vida a passar no exterior.

O impacto começa do lado de fora, com o gigante frontão e a cúpula a assegurar a imponência do imóvel. Visto pela fachada mostra-se contemporâneo, mas quando se conhece o interior a configuração parece mudar, graças à mente do realizador Wes Anderson, autor do projeto. Diferentes tempos vivem no Prada Caffè. A conjugação da *Art Nouveau* com *Art Déco* dá lugar a uma decoração de interiores excêntrica, onde a densidade de detalhes é estarrecedora. À entrada, estende-se o piso xadrez, que se prolonga por toda a área. As paredes e os tetos são forrados em veludo, o mármore é o material predominante, e as prateleiras parecem lembrar a disposição das joias e bolsas de uma loja típica da Prada. Os padrões geométricos e as mobílias ecléticas revelam a extravagância dos anos 50, e a pintura das paredes a verde-água parece equilibrar a aura posante. A louça é exclusiva, escolhida a dedo para se coadunar com o ambiente envolvente. Vê-se porcelana japonesa e copos de cristal com o afamado triângulo da grife. A própria confeitaria é temática, a combinar com a *personalità italiana*. Para quem tem o guarda-roupa munido de Prada, porque não explorar uma outra vertente da *maison*? Até porque já não é apenas sobre tecidos e ajustes, mas sobre convergir mundos aprazíveis, de modo a estimular

Anyone walking around the famed Harrods department store will have come across the jewel that has adorned the Knightsbridge borough of London for over a year now. The Prada Caffè, adds yet another gastronomic function to this vast and stunning neo-baroque building, in a clear tribute to Milanese lifestyle. Everyone is invited to enter this vibrant universe of details and encouraged to savour a fine Italian wine while watching life go by on the outside.

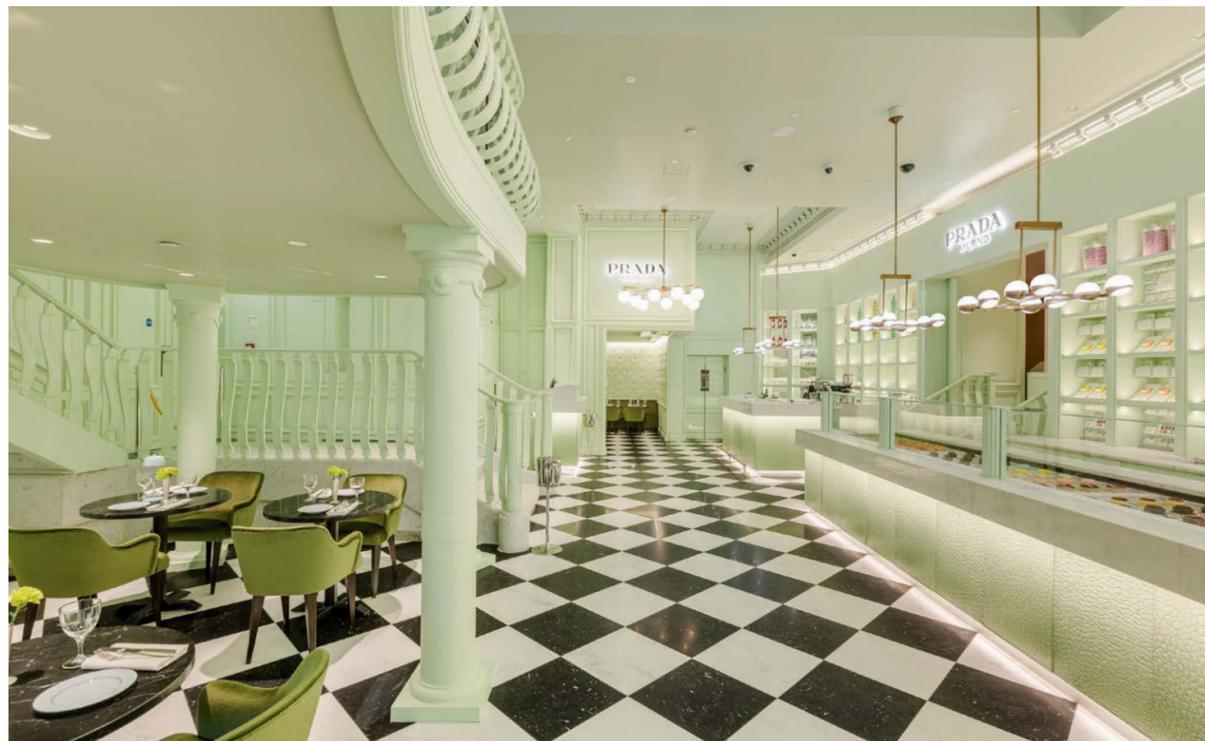
The impact can be felt from the outside, with the giant pediment and dome ensuring impressive grandeur to this part of the building. From the front, it has a contemporary feel, but once you get to see the inside, the configuration seems to change, thanks to the mastermind behind the project, film director Wes Anderson. The Prada Caffè is home to different eras. The combination of *Art Nouveau* and *Art Deco* gives way to an eccentric interior *décor*, in which the density of detail is truly astounding. A chequered floor extends from the entrance throughout the entire area, paving the way to elegant pale green velvet sofas, while floral bas-reliefs decorate the walls. Marble is a predominant presence, and the shelves seem to resemble the layout of jewellery and handbags in a typical Prada store. The geometric patterns and eclectic furnishings reflect the extravagance of the 1950s, and the aqua green paintwork on the walls seems to balance out the powerful aura. The exclusive, hand-picked tableware fits in with the surroundings. There is Japanese porcelain and crystal glasses bearing the brand's famous triangle. The café itself is themed to match its *personalità italiana*. For anyone who has a wardrobe packed full of Prada, why not explore another aspect of the fashion house? Not least because it's no longer

experiências diferenciadoras. Então, dedique uma manhã à vida, com uma xícara de chá na mão e um bolo de creme exclusivo na outra. No cardápio encontrará ainda fragmentos da identidade milanesa, desde *panini* a massas e *cocktails* de assinatura a aperitivos, mas, na hora de procurar uma referência, bastará olhar para o lado e mirar a presença de produtos icônicos de edições limitadas. Lembrar-se-á do motivo que o levou ali e das fases que viveu lado a lado com a família Prada.

UM UNIVERSO REFLETIDO DE
PORMENORES

just about fabrics and tailoring, but about bringing pleasant worlds together in order to stimulate differentiating experiences. So, take a morning to enjoy life, with a cup of tea in one hand and an exclusive cream cake in the other. You will also find fragments of the Milanese identity on the menu, from panini to pasta and signature cocktails to aperitifs, but when it comes to looking for a reference, all you have to do is glance to your side and see the iconic limited edition products. You'll remember why you came there and the times you lived side by side with the Prada family.

A VIBRANT UNIVERSE OF
DETAILS



LOJA DAS MEIAS

AMOREIRAS

CASCAIS

PORTO



BALMAIN

LISBOA Amoreiras Shopping Center Lj. 2001/2002
CASCAIS Av. Valbom, 4 | PORTO NorteShopping – Espaço Galleria

www.lojadasmeias.pt



ACUSHLA

O «BATER DO CORAÇÃO» EM TERRAS TRANSMONTANAS THE «HEARTBEAT» IN THE TRÁS-OS-MONTES

TEXTO TEXT MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1-5, 7, 8 DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED; 6 HELSINGIN SANOMAT

Há 20 anos, Joaquim Moreira deixou-se levar pelo chamado interior e apostou no campo e na natureza, em Trás-os-Montes. No «Reino Maravilhoso», assim se refere ele a esta terra, lembrando as palavras de Miguel Torga. Ali, desenvolveu o projeto *Acushla*, na Quinta do Prado, onde reina a tranquilidade. E onde impera também o azeite biológico de excelência que produzem.

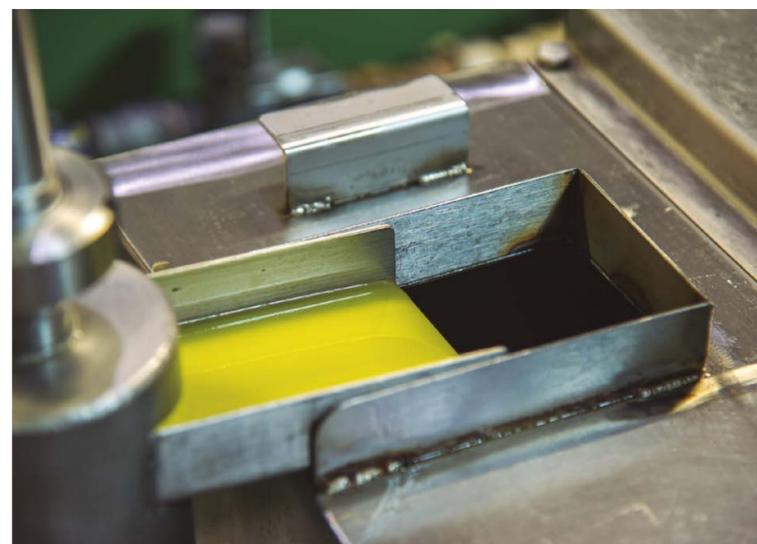
Fomos conhecer as raízes deste projeto. Chegámos à Quinta do Prado, a poucos quilómetros de Vila Flor, percorrendo o estradão de terra batida. Passámos o portão da quinta e continuamos pelo caminho, deparando-nos com a magnífica paisagem – um vasto olival, inserido num espaço isolado com cerca de trezentos hectares –, e escutámos o silêncio. Chegámos ao cimo de um monte, onde encontrámos a casa de turismo e pernoitámos. No dia seguinte, fomos à descoberta. Ali é possível «caminhar e perder-se nos 215 hectares de olivais; nos 17 hectares de romãzeiras; nos dois hectares de vinhedos e na zona de sobreiros, onde pode encontrar três pontos de apicultura; bem como é possível avistar o rebanho com cerca de trezentas ovelhas; as ruínas de antigas casas; o lagar de extração de azeite; as casas de turismo; e, claro, gozar de vistas soberbas sobre o vale da Vilarça até Alfândega da Fé», assim nos apresenta Joaquim a propriedade.

O mentor deste projeto iniciou a sua carreira no setor têxtil, atividade que mantém até aos dias de hoje, tendo a Tetrica SA há mais de 30 anos e ocupando o cargo de gestão noutras empresas do setor têxtil, agrícola e turístico. É pai de quatro filhos e amante de desportos de natureza como a corrida, bicicleta de montanha e ioga. Quando questionado sobre o porquê desta aposta em olivais, a resposta fez-se pronta: «Hoje, a humanidade encontra-se com diversos problemas de saúde, fruto da alimentação contaminada que absorve.

Twenty years ago, Joaquim Moreira allowed himself to be carried away by his inner calling and set his sights on the countryside and nature in Trás-os-Montes. In the «Wonderful Kingdom», as he calls this area, in the words of Miguel Torga. Here he has developed the *Acushla* project, on the Quinta do Prado, where tranquillity is king. And where the excellent organic olive oil they produce also reigns supreme.

We set out to discover the roots of this project. We arrived at the Quinta do Prado estate, a few kilometres from Vila Flor, driving down the broad dirt track. We passed the estate's gate and continued along the track, taking in the magnificent landscape – a vast olive grove set in an isolated area of around 300 hectares – and listened to the silence. Eventually we reached the top of a hill, where we found the tourist accommodation and stayed the night. The next day, we went exploring. You can «walk around and lose yourself in the 215 hectares of olive groves; in the 17 hectares of pomegranate trees; in the two hectares of vineyards and in the cork oak area, where you can find three beekeeping points; you can also see the flock of around 300 sheep; the ruins of old houses; the olive oil mill; the tourism properties; and, of course, enjoy the superb views over the Vilarça valley as far as Alfândega da Fé,» Joaquim tells us about the property.

The mentor of this project began his working life in the textile sector, an activity he has maintained to this day, running Tetrica SA for more than 30 years and holding management positions in other companies in the textile, agricultural and tourism sectors. He is a father of four and a keen lover of nature sports, such as running, mountain biking and yoga. When asked why he had decided to invest in olive groves, he was quick to reply: «Today, humanity is suffering from various health problems as a result of the contaminated food it consumes.



A produção de um azeite como o *Acushla*, em modo de produção biológico, sem químicos na agricultura, garante uma qualidade excepcional e, principalmente, a ausência de contaminantes para o organismo, além de proporcionar um elevado nível de antioxidantes – imprescindíveis aliados da nossa saúde – e, por último, de garantir a prática de uma agricultura biológica e regenerativa que não contamina os solos e as águas subterrâneas».

O *Acushla* é um azeite de elevada qualidade, virgem extra, equilibrado, frutado, com um amargo e picante ligeiros. É extraído de variedades de oliveiras típicas da zona de Trás-os-Montes – *cobrançosa*, *madural*, *verdeal* e *cordovil* – e é indicado para servir à mesa, numa confeção de pratos *gourmet*. A produção do azeite *Acushla*, para atingir o excelente nível de qualidade, começa com as atividades de campo, em modo biológico, com total respeito pela natureza e pelos seus ciclos. «Somos a primeira empresa a iniciar a campanha de extração do sumo de azeitona em Trás-os-Montes logo no início de outubro, de forma a colher o fruto são e verde, que, de imediato, é transportado para o lagar, a fim de se efetuar a extração do sumo de azeitona a frio, para manter toda a qualidade organoléptica, aromas e sabores e um elevado teor de polifenóis, imprescindíveis para a nossa saúde. Filtramos o azeite, que fica inertizado em cubas de aço inox, para uma completa preservação dos seus atributos qualitativos, e num espaço climatizado a uma temperatura constante entre os 18° e 22°», explica.

Apesar de Trás-os-Montes ser uma zona inóspita, desafiante para a agricultura, «pelos seus terrenos pedregosos,

The production of an olive oil such as *Acushla*, in an organic way, without the use of chemicals in agriculture, guarantees exceptional quality and, above all, ensures that it is free of contaminants for the body, that it provides a high level of antioxidants – essential allies for our health – and, finally, that it guarantees the practice of organic and regenerative agriculture that does not contaminate the soil and groundwater.»

Acushla is a high quality, well balanced, fruity extra virgin olive oil with a slightly bitter and spicy flavour. It is extracted from the typical varieties of olive trees of the Trás-os-Montes area – *cobrançosa*, *madural*, *verdeal* and *cordovil* – and is perfect for serving at the table in *gourmet* dishes. In order to achieve this excellent level of quality, the production of *Acushla* olive oil begins with the organic practices, in the field, with total respect for nature and its cycles. «We are the first company to start the olive oil extraction season in Trás-os-Montes at the beginning of October, in order to harvest the healthy, green fruit, which is then immediately transported to the mill for cold extraction of the olive oil, in order to maintain all of its organoleptic quality, aromas and flavours and a high content of polyphenols, which are essential for our health. We filter the olive oil, which is aerated in stainless steel vats to completely preserve its exceptional properties, and in an acclimatised environment at a constant temperature of between 18° and 22°,» he explains.

Although Trás-os-Montes is an inhospitable and challenging region for agriculture, «due to its stony terrain, steep slopes and harsh climate, on the other hand, it enables the



pendentes inclinadas e clima agreste, em contrapartida, permite o desenvolvimento de produtos maravilhosos como o azeite, vinho e frutas». Na Quinta do Prado, além de azeite, também se produzem uvas para vinho do Porto, romãs e mel.

Para conceber mais atratividade, Joaquim apostou no oliveturismo. Na quinta, existem duas casas de AL, uma com um quarto e outra com cinco quartos e piscina. Ambas foram pensadas como espaços sustentáveis, sendo a *Goldenhouse* toda revestida a cortiça, um material autóctone da quinta. No terraço, junto à piscina, pode observar o céu admirável, já que «esta zona está incluída na área dedicada ao astroturismo, face à pouca luminosidade existente». Aqui, vive-se uma experiência de envolvimento com a natureza e com o oliveturismo. Num futuro próximo, o objetivo é o de «construir um espaço multifunções para atividades como *mindfulness*, ioga e outras terapias ligadas ao bem-estar, bem como construir mais três casas AL».

Curiosos sobre a origem do nome *Acushla*? Ora, após 13 propostas apresentadas ao mentor do projeto, *Acushla* foi a selecionada, pelo significado, que tem origem celta, como a história de Portugal; por ter uma fonética fácil em vários idiomas; por ter um coração a envolver uma oliveira e por significar «bater do coração», o que simboliza a paixão pelo projeto. E facto é que, ano após ano, o azeite *Acushla* é um dos mais premiados a nível mundial, o que o faz estar no *ranking* dos cem melhores azeites do mundo. Quem chega, apaixona-se pelo singular pôr do sol e pelo deslumbrante céu estrelado. E nós, aquando da nossa visita, tivemos a sorte de avistar a passagem do asteroide, a cruzar os céus e a iluminar o olival em tons de azul. Extasiante momento, vivenciado em solos *Acushla*.

development of wonderful products, such as olive oil, wine and fruit». In addition to olive oil, Quinta do Prado also produces grapes for Port wine, pomegranates and honey.

In order to increase its attractiveness, Joaquim has invested in 'olive tourism'. There are two AL (Local Accommodation) houses on the estate, one of which has one bedroom and the other one boasting five bedrooms and a swimming pool. Both were designed to be sustainable spaces, with the *Goldenhouse* clad entirely in cork, a material native to the estate. From the terrace, next to the pool, you can observe the breathtaking sky, as «this area is part of the astrotourism zone, due to its low light levels». Here you get to the know th experience of being immersed in nature and olive tourism. In the near future, the plan is to «build a multifunctional space for activities, such as *mindfulness*, yoga and other wellness therapies, as well as building three more AL houses».

Are you curious about the origin of the name *Acushla*? After 13 suggestions submitted to the mentor of the project, *Acushla* was the one chosen, because of its meaning, which is of Celtic origin, just like the history of Portugal; because it has easy phonetics in several languages; because it has a heart surrounding an olive tree and because it means «heartbeat», which symbolises the passion for the project. And year after year, *Acushla* olive oil is one of the most awarded oils in the world, ranking among the world's top 100 olive oils. Anyone who comes here falls in love with the sunsets like no others and the dazzling starry skies. During our visit, we were lucky enough to see the asteroid crossing the sky and illuminating the olive grove in shades of blue. An ecstatic moment, experienced on *Acushla* soil.





LUÍS ROCHA



LUÍS ROCHA, JOSÉ ROCHA (PAI / FATHER), DIOGO ROCHA (IRMÃO / BROTHER)

LUÍS ROCHA

“VISÃO CONTEMPORÂNEA SEM COMPROMETER A ESSÊNCIA CLÁSSICA
CONTEMPORARY VISION WITHOUT COMPROMISING THE CLASSIC ESSENCE”

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

Há já 77 anos que se partilha mestria e sucesso entre as gerações de um grupo que revolucionou o setor. Percorrendo a quarta linhagem, liderada por Luís Rocha, a organização EPOCA, sediada em Paços de Ferreira, dedica o seu quotidiano à arte de bem proporcionar. Nas próximas linhas, segue-se uma entrevista sobre tradição e contemporaneidade, sobre a paixão de um grupo atento à evolução diária do mundo e sobre um empreendedor comprometido com a sustentabilidade, a internacionalização e a tecnologia. A Luís não lhe falta as palavras, apenas prefere escolher como e com quem as utilizar. Pragmático e assertivo, deixa-nos com a frase que mais gosta de utilizar com a sua equipa: «Juntos transformamos desafios em oportunidades e sonhos em realidade».

O grupo EPOCA tem expandido a sua atividade para outras áreas de negócio para além do mobiliário. Quais os principais setores que têm sido alvo desse investimento?

Com um histórico sólido na indústria do mobiliário de luxo para hotelaria e residencial, alicerçado nas marcas EPOCA, Home, Palace & Hotel Concept e Alfaiate D'Interiores, quisemos diversificar a nossa atividade através da entrada em setores emergentes como o imobiliário, com a fundação da EPOCA Properties, e o enoturismo sustentável, com a aquisição da Quinta d'Ervedosa, no Douro, cuja produção de vinhos e azeite já iniciámos. Um projeto que futuramente irá também incluir um *eco-resort*. Ao expandir as suas operações, o grupo não só amplia as suas fontes de receita, mas também fortalece o seu posicionamento, oferecendo soluções que vão além do mobiliário de luxo.

Fale-nos da abordagem de luxo de cada marca do grupo EPOCA.

No setor do mobiliário, tanto as marcas EPOCA, Home, Palace & Hotel Concept, como Alfaiate D'Interiores destacam-se pela combinação de produção de alta qualidade, inovação e design sofisticado. O luxo nestas marcas está profundamente enraizado na qualidade de produção, através da utilização de materiais de excelência, como madeiras nobres, metais de alta qualidade ou tecidos exclusivos. O processo de produção envolve técnicas tradicionais de marcenaria, executadas por artesãos altamente qualificados, garantindo que cada peça seja única e de elevado padrão. Soma-se a capacidade de oferecer soluções hiperpersonalizadas e investimento contínuo em inovação, com o objetivo de garantir uma experiência de exclusividade, mais do que de compra.

Relativamente à EPOCA Properties, o objetivo foi criar um conceito de luxo imobiliário distinto com diretrizes assentes na exclusividade, personalização, qualidade, sustentabilidade e serviços de alto nível. Desenvolver este conceito envolveu a compra de propriedades de elevado padrão e excelente localização, que promovem um estilo de vida único, repleto de sofisticação e qualidade.

For 77 years now, expertise and success have been shared between the generations of a group that has revolutionised the sector. Now in its fourth generation, led by Luís Rocha, EPOCA is an organisation based in Paços de Ferreira that dedicates its day-to-day life to the art of providing good service. In the following lines, you'll find an interview about tradition and contemporaneity, about the passion of a group attentive to the daily evolution of the world and about an entrepreneur committed to sustainability, internationalisation and technology. Luís isn't short of words, he just prefers to choose how and with whom to use them. Pragmatic and assertive, he leaves us with the phrase he most likes to use with his team: «Together we turn challenges into opportunities and dreams into reality.»

The EPOCA group has expanded its business into areas other than furniture. What are the main sectors that have been the target of this investment?

With a solid track record in the luxury hotel and residential furniture industry, based on the EPOCA, Home, Palace & Hotel Concept and Alfaiate D'Interiores brands, we wanted to diversify our business by entering emerging sectors such as real estate, with the foundation of EPOCA Properties, and sustainable wine tourism, with the acquisition of Quinta d'Ervedosa, in the Douro, where we have already started producing wines and olive oil. A project that in the future will also include an *eco-resort*. By expanding its operations, the group is not only growing its sources of revenue, but also strengthening its positioning by offering solutions that go beyond luxury furniture.

Tell us about the luxury approach of each brand.

In the furniture sector, both the EPOCA, Home, Palace & Hotel Concept brands and the Alfaiate D'Interiores brand excel at combining high-quality production, innovation and sophisticated design. Luxury in these brands is deeply rooted in the quality of production, through the use of premium materials such as fine woods, high-quality metals or exclusive fabrics. The production process involves traditional joinery techniques carried out by highly qualified craftspeople, ensuring that each piece is unique and of a high standard. In addition, there is the ability to offer highly customised solutions and continuous investment in innovation, with the aim of guaranteeing an experience of exclusivity beyond that of buying.

With regard to EPOCA Properties, the aim was to create a distinctive luxury real estate concept with guiding principles based on exclusivity, customisation, quality, sustainability and high-level services. Developing its luxury concept involved the purchase of properties of a high standard, a unique lifestyle brimming with sophistication and quality.

Focando-nos na EPOCA Properties quais os requisitos que evocam a excelência de que fala?

O conceito de exclusividade e personalização associado à EPOCA Properties assenta em características que não podem ser encontradas em nenhum outro lugar. Falo de *designs* arquitetónicos diferenciadores, de localização privilegiada e acabamentos personalizados. O empreendimento – Molhe 479 – localizado na Foz do Douro, no Porto, composto por quatro casas de luxo tipologia T4, com áreas superiores a 500 m² e piscina suspensa com vista-mar, é a referência máxima desse conceito. Este projeto imobiliário, realizado em parceria com o gabinete de arquitetura Mutant, apresenta materiais de excelência, tanto na construção, como nos acabamentos, incluindo domótica. A construção iniciou-se recentemente, tendo registado uma elevada procura não só devido à sua localização, uma vez que as casas serão construídas junto à nova artéria da cidade que irá ligar a Praça do Império à Avenida da Boavista, mas também pelo facto de incorporar tecnologia *smart home* para melhorar a conveniência e a eficiência.

Já o projeto imobiliário Flow Living, que irá nascer no centro de Paços de Ferreira, composto por 86 frações de tipologias T1, T1 + 1 e T2, apresenta aquilo que as propriedades de luxo mais valorizam – eficiência energética, sistemas de gestão avançada e outras tecnologias verdes, aliadas a práticas de construção sustentável e uso de materiais ecológicos. O novo empreendimento vai oferecer serviços e equipamentos premium, onde destacamos os campos de padel, ginásio, circuitos de exterior e espaço infantil.

Por sua vez, a propriedade adquirida no Douro – a Quinta d'Ervedosa – irá permitir ao grupo desenvolver um conceito de luxo onde impera a herança cultural e a qualidade excepcional dos produtos, ovacionando aquela que é uma experiência de enoturismo única. Com este novo projeto pretendemos enfatizar a riqueza histórica da região, com a garantia de que tanto os vinhos da marca Nativo e Quinta d'Ervedosa, como o azeite sejam de qualidade excepcional.

Turning our attention to EPOCA Properties, what are the requirements that illustrate the excellence you're talking about?

The concept of exclusivity and customisation associated with EPOCA Properties is based on characteristics that cannot be found anywhere else. By this I mean distinctive architectural designs, a prime location and bespoke finishes.

The Molhe 479 building, located in Foz do Douro, Oporto, made up of four 4-bedroom luxury homes with areas of more than 500 sqm and a suspended swimming pool with sea views, is the pinnacle of exclusivity and customisation. This project, undertaken in partnership with the Mutant architecture firm, features outstanding materials in both construction and finishes, including home automation. Construction began recently and there has been high demand not only because of the location, since the houses will be built next to the city's new thoroughfare that will connect Praça do Império to Avenida da Boavista, but also because they will incorporate smart home technology to improve convenience and efficiency.

The Flow Living real estate project, which will be built in the centre of Paços de Ferreira and is made up of 86 one-bedroom, one-bedroom (+1) and two-bedroom apartments, features what luxury properties value most – energy efficiency, advanced management systems and other green technologies, combined with sustainable construction practices and the use of ecological materials. The new development will offer premium services and facilities, including padel courts, a gym, outdoor circuits and a children's play area.

For its part, the property acquired in the Douro – Quinta d'Ervedosa – will allow the group to develop a concept of luxury where cultural heritage and the exceptional quality of the products prevail, honouring what is a unique experience of wine tourism. With this new project we intend to emphasise the historical riches of the region, ensuring that both the Nativo and Quinta d'Ervedosa wines and the olive oil are of exceptional quality.

A marca tem alcançado prestígio além-fronteiras. Como é que se conquista o sucesso em mercados já tão explorados?

A conquista de novos mercados requer uma abordagem estratégica que combina inovação, excelência e conhecimento. Com projetos em mais de 41 países, a EPOCA tem adotado várias medidas para alcançar o prestígio internacional de que goza. Das principais diretrizes internas gostamos de enfatizar seis – inovação, excelência, personalização, conhecimento de mercado, expansão estratégica e sustentabilidade. Esses elementos, juntos, criam uma proposta de valor irresistível, mesmo nos mercados mais competitivos.

Manter um padrão de qualidade imbatível e um serviço chave na mão é fundamental. Na EPOCA, garantimos que cada detalhe dos móveis reflita o mais alto nível de qualidade, e é esse compromisso com a excelência que atrai clientes exigentes em qualquer mercado. Paralelamente, oferecemos uma experiência ao cliente altamente personalizada, atendendo às necessidades específicas.

Já a marca Alfaiate D'Interiores surge sob o mote «vestir por medida». Desde o mobiliário mais simples ao projeto de interiores mais complexo, a marca dá resposta?

A marca Alfaiate D'Interiores nasce com uma visão clara: transformar espaços em ambientes únicos e personalizados. A missão é proporcionar soluções de design de interiores que atendam às necessidades e desejos específicos de cada cliente, garantindo que cada detalhe seja pensado e executado com a máxima precisão e qualidade. Cada projeto é único, assim como cada cliente. Trabalhamos em estreita colaboração com o cliente, de forma a entender preferências, estilos de vida e necessidades específicas. Desde a escolha de materiais até aos acabamentos finais, cada pormenor é ajustado, de modo a criar um espaço personalizado. Utilizamos técnicas artesanais e tecnologia de ponta para criar móveis que se encaixam perfeitamente nos espaços, tanto em termos de funcionalidade, como de estética.

The brand has garnered prestige abroad. How do you achieve success in markets that have already been so extensively tapped?

Capturing new markets requires a strategic approach that combines innovation, excellence and knowledge. With projects in more than 41 countries, EPOCA has adopted various measures to attain the international prestige it enjoys. Of the main internal principles, we like to emphasise six – innovation, excellence, customisation, market knowledge, strategic expansion and sustainability. Together, these elements create a compelling argument in terms of value, even in the most competitive markets.

Upholding an unbeatable standard of quality and a turnkey service is essential. At EPOCA, we ensure that every detail of the furniture reflects the highest level of quality, and it is this commitment to excellence that attracts discerning customers in any market. At the same time, we offer a highly personalised customer experience, catering to specific needs.

As for the Alfaiate D'Interiores brand, it came about under the motto «tailor-made dressing». From the simplest piece of furniture to the most complex interior design project, can the brand deliver?

The Alfaiate D'Interiores brand was created with a clear vision: to transform spaces into unique and customised environments. Our mission is to provide interior design solutions that meet the specific requirements and desires of every client, ensuring that every detail is thought out and executed with the utmost precision and quality. Each project is unique, as is each client. We work closely with our clients to understand their preferences, lifestyles and specific requirements. From the choice of materials to the final finishes, every detail is adjusted to create a personalised space. We use craftsmanship and cutting-edge technology to create furniture that fits perfectly into spaces, both in terms of functionality and aesthetics.

“ GARANTIMOS QUE CADA DETALHE DOS MÓVEIS REFLITA O MAIS ALTO NÍVEL DE QUALIDADE ”

Centrando-nos especificamente na marca EPOCA, Home, Palace & Hotel Concept, como se alia a inovação à tradição?

A empresa sempre assumiu o seu compromisso com a excelência, mantendo técnicas tradicionais de produção de mobiliário que garantem a qualidade e autenticidade dos projetos. Assumimos uma visão contemporânea sem comprometer a essência clássica. É esse equilíbrio que nos diferencia e nos permite continuar a ser líderes no mercado de mobiliário, o nosso *core business*.

WE ENSURE THAT EVERY DETAIL OF THE FURNITURE REFLECTS THE HIGHEST LEVEL OF QUALITY ”

Looking specifically at the EPOCA, Home, Palace & Hotel Concept brand, how innovation has been combined with tradition?

The company has always been committed to excellence, maintaining traditional production techniques quality assurance and protection of projects. We assume a contemporary vision without compromise the classic essence. It is this balance that sets us apart and allows us to continue to be leaders in the furniture, our *core business*.



EDIFÍCIO 479 MOLHE | MOLHE 479 BUILDING



SOLTROIA: UMA INTRIGA ESPACIAL

A SPATIAL INTRIGUE

PROJETO COM ASSINATURA TRAÇADO REGULADOR
PROJECT DESIGNED BY TRAÇADO REGULADOR

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

«O imaginário do arquiteto é feito de memórias espaciais», diz-nos João de Sousa Rodolfo, fundador do *atelier* Traçado Regulador, ciente de que inicia conversa prolongada. Da casa onde nasceu, no Algarve, guarda o pátio, a relação dos espaços interiores e a açoteia. E, de facto, a sua biblioteca de memórias – como lhe chama – é o *local* a que recorre para recriar, acrescentar ou combinar de forma original, a par com as vivências e o olhar crítico que detém.

João dá-nos liberdade para a primeira pergunta: «Afinal, uma casa é criada de dentro para fora ou de fora para dentro?», à qual nos responde «em ambos os sentidos». A conversa segue inevitavelmente o rumo sustentável, na perspetiva da natureza sob o abrigo da arquitetura. O tema é dominado por João de Sousa Rodolfo, que defende que a arquitetura tende a evoluir quando caminha lado a lado com a natureza, ainda que possa significar maior exigência no procedimento do projeto. Levantámos a questão de projetar uma habitação à beira-mar, a qual nos assegura ser um processo exigente. «A proteção das orlas costeiras torna cada vez mais

«The architect's imaginings are made up of spatial memories.» João de Sousa Rodolfo, founder of the Traçado Regulador studio, tells us, aware that this is the beginning of a lengthy conversation. From the house in the Algarve in which he was born, he has hung on to the courtyard, the relationship between the interior spaces and the roof terrace. And, in fact, his memory library – as he calls it – is the resource he uses to recreate, add to or combine in an original way, along with his experiences and critical eye.

João encourages us to ask the first question. «Is a house, in the end, created from the inside out or from the outside in?», to which he replies: «in both directions.» The conversation inevitably moves towards sustainability, from the perspective of nature within the framework of architecture. The topic is dominated by João de Sousa Rodolfo, who argues that architecture tends to evolve when it goes hand in hand with nature, even though it can lead to greater requirements in the design procedure. We raised the question of designing a house by the sea, which he assures us is a challenging process. «The protection of coastlines makes it increasingly difficult to find a site of

difícil encontrar um local desse tipo», refere. De facto, o gabinete Traçado Regulador é, nos seus 25 anos de existência, experiente na construção de sonhos à beira-mar. São processos difíceis, mas compensatórios no resultado, garante. E é então que surge o nome Soltroia, a recente moradia unifamiliar do atelier, que João faz questão de apresentar. Localizada em Troia, destaca-se pela arquitetura contemporânea, volumes simples, amplos envidraçados e múltiplas sombras e transparências que a tornam membro integrante da paisagem. «Diluição visual», resume, ao encará-la sóbria e branca, sem aparentes imperfeições. A horizontalidade que liga a casa ao terreno é harmoniosa e o olhar parece sempre esgueirar-se para o exterior. A intriga espacial é autêntica, veja-se pelos vazios por onde a mente parece entrar na procura por mais. Não é preciso perceber de arquitetura para contemplá-la, já que se apresenta com cenários propensos à vida.

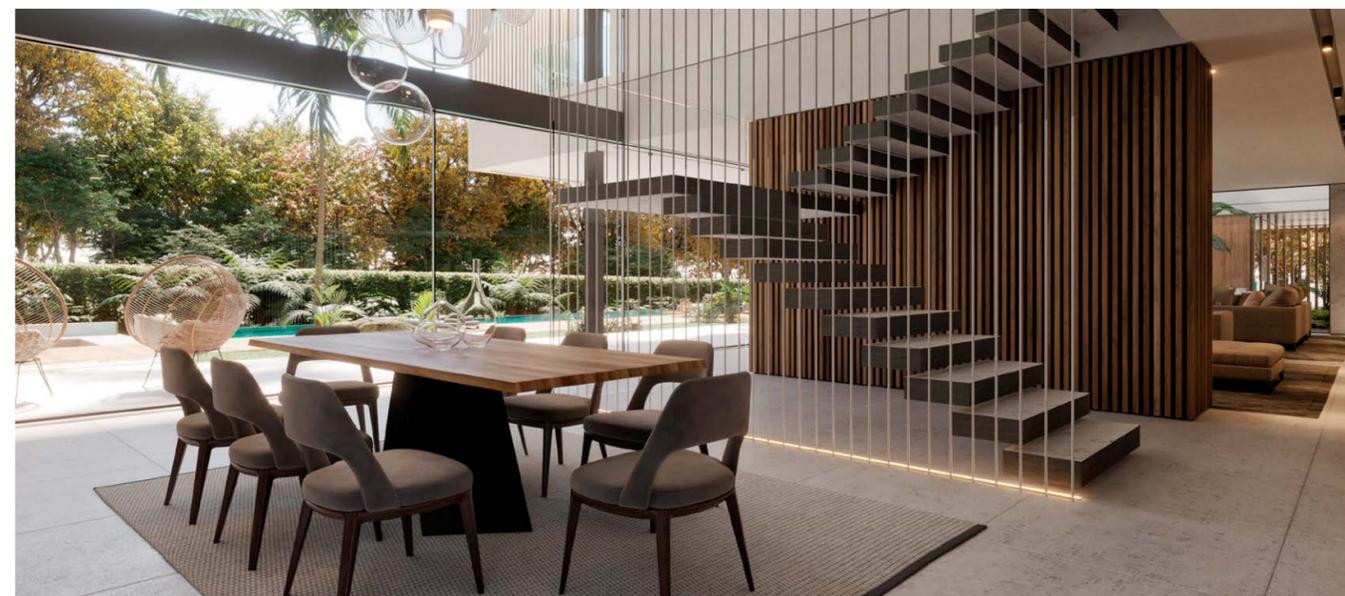
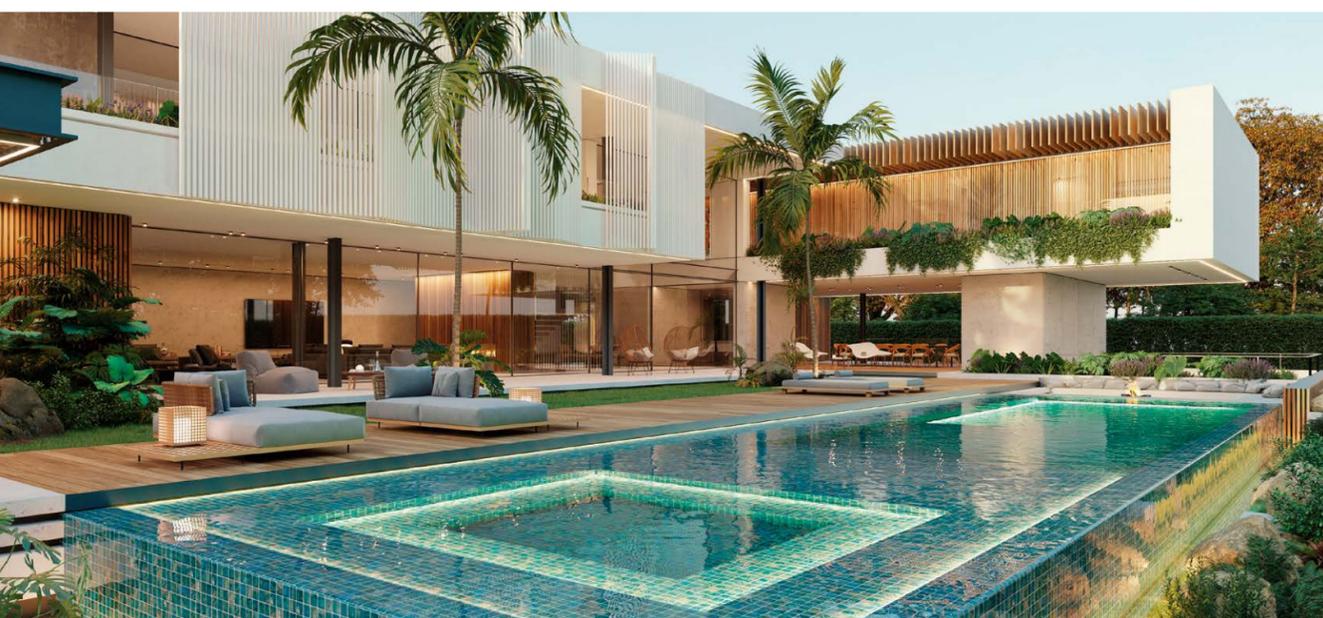
Em jeito de divagação, diz-nos o arquiteto: «Há fatores estéticos que faço inconscientemente». O que é certo é que as funções práticas parecem camuflar-se nas

CENÁRIOS PROPENSOS À VIDA

this kind,» he explains. In fact, the Traçado Regulador studio has had a great deal of experience in building seafront dreams over its 25 years in existence. These are difficult processes, but they pay off in the end, he says. And that's when the name Soltroia comes up, the recent detached residential property developed by the atelier, which João is keen to show us. Located in Troia, it impressed with its contemporary architecture, simple volumes, ample glazing and multiple shading and transparencies that make it an integral part of the landscape. «Visual dilution», he summarises, looking at it in its simplicity and white palette, with no apparent imperfections. The horizontality connecting the house to the land is harmonious, while the eye always seems to stray to the outside. There is a genuine spatial intrigue to be found in the voids into which the mind seems to enter in search of more. You don't need to know anything about architecture to contemplate it, as it presents itself with scenarios that are conducive to life.

By way of an aside, the architect tells us: «There are aesthetic factors that I do unconsciously.» What is certain

SCENARIOS CONDUCIVE TO LIVING



funções contemplativas e que a psicologia do espaço foi explorada com rigor, confirme-se pelas fugas perceptíveis, importantes para evitar espaços de conflito – problemas que a pandemia veio evidenciar no funcionamento de uma habitação. Com sala de cinema, ginásio, adega, sala multiusos, sauna e banho turco, diversão não faltará na moradia de dimensões pouco comuns para uma casa de férias. São três pisos repartidos por 1406 m², em que a espacialidade interna joga com o conforto. Os tons neutros do edifício subentendem uma vida sem dificuldade e, a somar às potencialidades da moradia, apresenta-se a sustentabilidade.

A madeira é um dos materiais eleitos para a construção do projeto, devidamente tratada para eliminar humidade latente e evitar empeno. A eficiência energética é outro facto de realce, já que através do sistema de climatização recorre a recuperação energética. A gestão da iluminação com luz natural, circuitos pensados para produção fotovoltaica de autoconsumo e isolamento térmico A ou A+ são outras valências. Entre geometrias e apontamentos de verde que a fazem enquadrar-se na paisagem, Soltroia resultou numa contemplação de horas, e que imponente e celestial que é.

is that the practical functions seem to be camouflaged within the visual functions and that the psychology of the space has been explored in detail, confirmed by the noticeable openings, important for avoiding spaces of conflict – problems that the pandemic has brought to light in the functioning of a home. Equipped with a cinema room, gym, wine cellar, multipurpose room, sauna and steam room, there's plenty of fun to be had in this villa of uncommon dimensions for a holiday home. There are three floors spread over 1406 sqm, in which the internal spatiality interacts with comfort. The building's neutral colours imply easy living and, in addition to the potential inherent to the villa, we find sustainability.

Wood is one of the chosen materials for the construction of this project, duly treated to eliminate latent humidity and prevent warping. Energy efficiency is another important factor, as the air conditioning system uses energy recycling. Lighting management with natural light, circuits designed for photovoltaic production for self-consumption and A or A+ thermal insulation are other features. Between its geometries and green elements that ensure it fits into the landscape, Soltroia has resulted in a moment of contemplation that will last for hours, and an impressive and heavenly one at that.

SIXTHSENSE



VACHERON CONSTANTIN

Uma criação *One of Not Many*. Uma experiência sensorial. Um vestido que inspira. Uma colaboração com a criativa Yiqing Yin. Uma edição limitada a cem peças. Sim, tudo isto na serie *Égérie* da Vacheron Constantin. Existe o *Égérie – The Pleats of Time*, um *concept watch*, que combina alta-relojoaria, alta-costura e alta-perfumaria. Este modelo, mecânico e de corda automática, conta com 40 horas de reserva de marcha e é apresentado numa caixa em ouro rosa, cravejada de diamantes. Possui um mostrador em madreperla lilás e uma bracelete original de alta-costura, tecida com bordados requintados. Este *concept watch* contou ainda com a mestria do perfumista Dominique Ropion, que criou uma fragrância que está encapsulada na bracelete e é libertada aleatoriamente ao ritmo dos movimentos do pulso. Existe o *Égérie – Fase da Lua*, limitado a cem peças, com assinatura Yiqing Yin, que dispõe de três braceletes intercambiáveis, com diferentes cores, desenvolvidas pela *designer* de alta-costura. Esta edição conta com uma caixa de 37 milímetros em ouro rosa e 92 diamantes. Dois relógios, dois talentos. É caso para dizer que estas obras-primas fazem o tempo parar.

A creation of which there are few of its kind. A sensory experience. A dress that inspires. A collaboration with haute couture designer Yiqing Yin. An edition limited to one hundred pieces. Yes, all this in Vacheron Constantin's *Égérie* line. Exist the *Égérie – The Pleats of Time*, a *concept watch* that combines haute horlogerie, *haute couture* and *haute parfumerie*. This mechanical, self-winding model has a 40-hour power reserve and is presented in a rose gold case set with diamonds. It was a lilac mother-of-pearl dial and an original haute couture strap woven with exquisite embroidery. This *concept watch* has also benefited from the expertise of master perfumer Dominique Ropion, who has created a fragrance that is encapsulated within the strap and released randomly to the rhythm of the wrist's movements. And exist the *Égérie – Moon Phase*, limited to one hundred pieces, with design care of of Yiqing Yin, featuring three interchangeable straps in different colours developed by the haute couture designer. This edition features a 37 millimetre rose gold case, and 92 diamonds. Two watches, two talents. It's safe to say that these masterpieces make time stand still.

CHOPARD

As joias e acessórios da Chopard embelezam os dias quentes. E, claro, dias quentes convidam a momentos perfeitos para se celebrar a vida. Deslumbrantes por natureza, os colares e os brincos da coleção *Precious Lace* são de uma elegância apreciável. Esta coleção é uma ode à natureza e à sofisticação, detém um espírito radiante e vibrante e ecoa os padrões florais. Diamantes e bordas recortadas personificam a elegância, seja dos brincos, seja dos colares. Cada peça é uma obra de arte que combina luxo e estilo.

Chopard's jewellery and accessories are the perfect way to embellish warm days. And, of course, warm days are perfect occasions for celebrating life. Dazzling by nature, the necklaces and earrings within the *Precious Lace* collection are of a notable elegance. This collection is an ode to nature and sophistication, embracing a radiant and vibrant spirit and echoing floral patterns. Diamonds and cut edges embody elegance, both in the earrings and necklaces. Each piece is a work of art that combines luxury and style.



GIVENCHY

L'Interdit Mascara é a nova máscara de volume da Givenchy. Um produto 4 em 1, que causa impressão duradoura. Alonga, curva e define as pestanas, oferecendo um efeito de volume mais sofisticado, graças à sua fórmula com 90% de ingredientes de origem natural. Na verdade, aumenta o volume, o comprimento, a densidade, a força e o brilho. E apresenta-se num luxuoso estojo de vidro, altamente apelativo e sustentável, com uma escova composta por materiais de base biológica. *L'Interdit Mascara* presta homenagem ao estilo *couture* original dos simbólicos batons *Le Rouge Interdit*.

L'Interdit Mascara is the new volume mascara from Givenchy. A 4 in 1 product that makes a lasting impression. It lengthens, curls and defines the lashes, offering a more sophisticated volume effect, thanks to its formula with 90% natural ingredients. In fact, it increases the volume, length, density, strength and shine. And it comes in a luxurious, highly appealing and sustainable glass case with a brush made from organic-based materials. *L'Interdit Mascara* pays homage to the original *couture* style of the symbolic *Le Rouge Interdit* lipsticks.



DIOR

Foram apresentados como parte da coleção *Dior Fall 2024*, imaginada por Maria Grazia Chiuri. Os tênis *Dior Chrono* são um misto entre o conceito de *running* e a classe da *Maison*. Garantem uma silhueta arrojada e confiante, uma sola flexível e ultraleve e revelam um jogo de texturas, realçando, em alguns dos modelos, toques *nude*, branco, preto, prata ou ouro. As iniciais CD estampam cada lado, enquanto uma estrela se fixa na língua. Os tênis celebram a arte do detalhe, tão presente na Dior.

Designed by Maria Grazia Chiuri, these trainers were presented as part of the *Dior Fall 2024* collection. The *Dior Chrono* trainers are a combination of the concept of running and the class of the *maison*. They ensure a bold and confident silhouette, a flexible and ultra-light sole and reveal a series of textures, with some models emphasising dashes of nude, white, black, silver or gold. The initials CD are embossed on each side, while a star is attached to the tongue. These trainers celebrate the art of detail, ever so present at Dior.

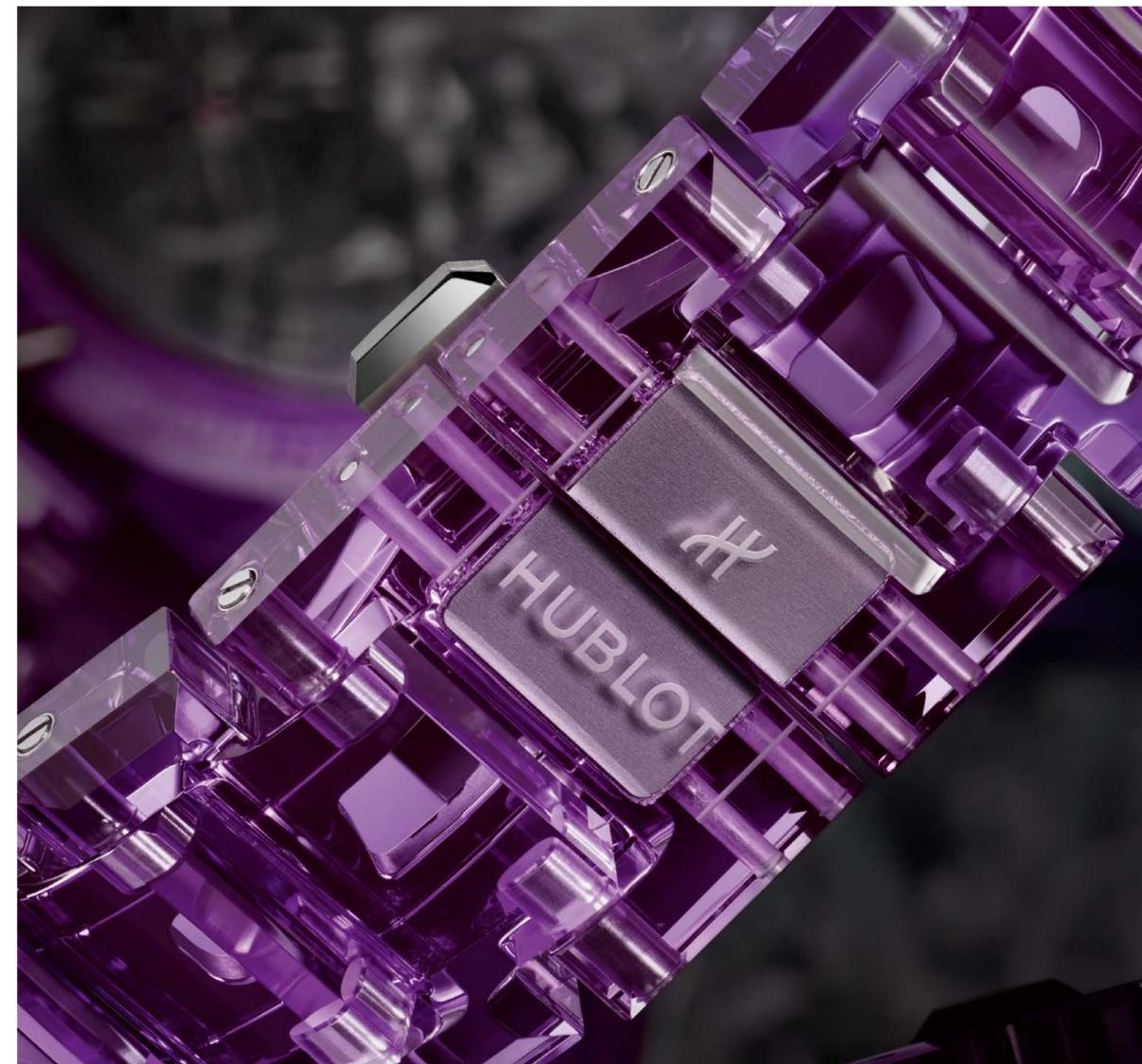
VALENTINO

Uma ode vibrante à extravagância ousada de Roma. Apresentamos a *Eau de Parfum Born in Roma Green Stravaganza*, uma fragrância que desafia os limites olfativos. É incomparável. O perfume, floral-amadeirado, promete abrir portas para um mundo de singularidade, onde a noite transcende e o novo dia surge cheio de energia. A campanha foi filmada na emblemática Piazza di Spagna, onde se exploraram os jardins e as paisagens urbanas de Roma. Tudo se revelou numa sinfonia olfativa, que provoca os sentidos, com a fragrância a convidar para entrar num jardim de sensualidade, onde cada nota nos remonta a Roma.

A vibrant ode to Rome's daring extravagance. We present *Born in Roma Green Stravaganza Eau de Parfum*, a fragrance that defies olfactory limits. Nothing can be compared to it. The floral-woody fragrance promises to open doors onto a world of uniqueness, where the night transcends and the new day emerges full of energy. The campaign was filmed on the iconic Piazza di Spagna, exploring Rome's gardens and urban landscapes. Everything is revealed in an olfactory symphony that provokes the senses, with the fragrance inviting us to enter a garden of sensuality, where every note whisks us back to Rome.



QUINTESSENCE



HUBLLOT

O *Big Bang*, um dos modelos míticos da Hublot, revolucionou o universo relojoeiro com o seu *design* fora da caixa. Contemporâneo, alia técnica com estética. A caixa de cristal de safira roxa polida e a pulseira em safira tornam-no irresistível. É resistente à água, até 30 metros de profundidade. É de edição limitada a dez preciosidades. A busca pela perfeição entre o movimento e a caixa levou os engenheiros e químicos a desenvolverem um material transparente antracite rutênio de ouro branco, que realça o coração do relógio, cuja safira sintética transforma a peça numa obra de arte, mantendo a sua robustez. O sistema de corda automático oferece uma reserva de marcha de três dias. É inovador. E continua na vanguarda da criação.

The *Big Bang*, one of Hublot's mythical models, revolutionised the watchmaking world with its outside-of-the-box design. It combines technique with aesthetics in a contemporary way. Its polished purple sapphire crystal case and sapphire strap make it irresistible. It is water resistant to a depth of 30 metres. And it is an edition limited to just ten precious pieces. The search for perfection between the movement and the case led the engineers and chemists to develop a transparent white gold anthracite ruthenium material, which showcases the heart of the watch, the synthetic sapphire of which transforms the piece into a work of art, while maintaining its robustness. The automatic winding system provides a three-day power reserve. It's innovative. And it remains at the forefront of creation.



SAMSONITE

Perfeitas para todos os viajantes, a Samsonite dispõe de malas de cabine ideais. Rígidas ou em tecido, a escolha é grande. E já que a política de bagagem é cada vez mais restrita, pelas companhias aéreas, tornou-se essencial escolher a mala certa. Sendo cada viajante único, o catálogo da marca apresenta inúmeras soluções de cabine, por forma a dar resposta aos aventureiros mais exigentes. As malas rígidas são mais resistentes à água, é certo, mas, por outro lado, as de tecido são mais flexíveis e leves, para o caso de se querer maximizar o espaço disponível. Portanto, há para todos os gostos e cores.

Perfect for all travellers, Samsonite offers ideal cabin cases. Whether hard shell or made of fabric, there are plenty to choose from. And since airlines are increasingly tightening their baggage policies, it has become essential that you opt for the right suitcase. As each traveller is unique, the brand's catalogue offers a wide range of cabin luggage solutions to meet the needs of the most discerning adventurers. Hard shell cases are more water-resistant, of course, but on the other hand, fabric suitcases are more flexible and lighter, in case you want to maximise the available space. As a result, there is something for all tastes and in all colours.

HACKETT

Saída do coração de Londres para o mundo, a *No.14 Savile Row* é a nova coleção da Hackett e assenta numa linha *premium*, que combina a tradição da alfaiataria britânica com a estética contemporânea. David Gandy foi o modelo escolhido para protagonizar as imagens da coleção. Esta coleção é um exemplo do homem moderno com um gosto sofisticado. De cortes perfeitos, um *blazer* ou um polo de alta qualidade, a coleção *No.14 Savile Row* veio para fascinar o homem contemporâneo. Disponível em todo o mundo, inclusive em Portugal, na Avenida da Liberdade. É caso para dizer: boas compras!

From the heart of London to the world, *No.14 Savile Row* is Hackett's new collection, based on a premium range that combines British tailoring tradition with contemporary aesthetics. David Gandy was the model chosen to star in the collection's images. This collection is an example of the modern man who has a sophisticated taste. From perfect cuts to a blazer or high-quality polo shirt, the *No.14 Savile Row* collection has come to fascinate contemporary men. Available all over the world, including in Portugal on Avenida da Liberdade. The perfect occasion to wish you: happy shopping!



MONTBLANC

Em homenagem a Gustav Klimt, um dos mais importantes artistas da *Art Nouveau*, a *maison* de luxo apresenta a segunda coleção da linha *Masters of Art*, que destaca as proporções da tampa e do corpo dos instrumentos de escrita como um princípio estético intemporal. A coleção é inspirada nas influências artísticas e na visão de Klimt. O cone é inspirado na cúpula do edifício do movimento Secessão de Viena; o verde lembra a cor da revista do grupo *Ver Sacrum*; o clipe refere-se à pintura *Pallas Athene* de Klimt; a ornamentação em espiral refere-se à terra natal grega de Atena; o aparo é em ouro amarelo Au 750 maciço produzido à mão; e o «GK» é o monograma de Gustav Klimt, publicado no catálogo XIV da Secessão de Viena, em 1902. É limitado a 4810 peças, esta beleza de escrita.

In honour of Gustav Klimt, one of the most important Art Nouveau artists, the luxury *maison* presents its second *Masters of Art* collection, which highlights the proportions of the cap and the barrel of writing instruments as a timeless aesthetic principle. The collection takes its inspiration from Klimt's artistic influences and vision. The cone is inspired by the dome of the building of the Vienna Secession movement; the green evokes the colour of the group's magazine *Ver Sacrum*; the clip refers to Klimt's painting *Pallas Athene*; the spiral ornamentation refers to Athena's Greek birthplace; the handmade nib is in solid Au 750 yellow gold; and the «GK» is Gustav Klimt's monogram, published in the Vienna Secession's XIV catalogue in 1902. This writing beauty is limited to 4810 pieces.

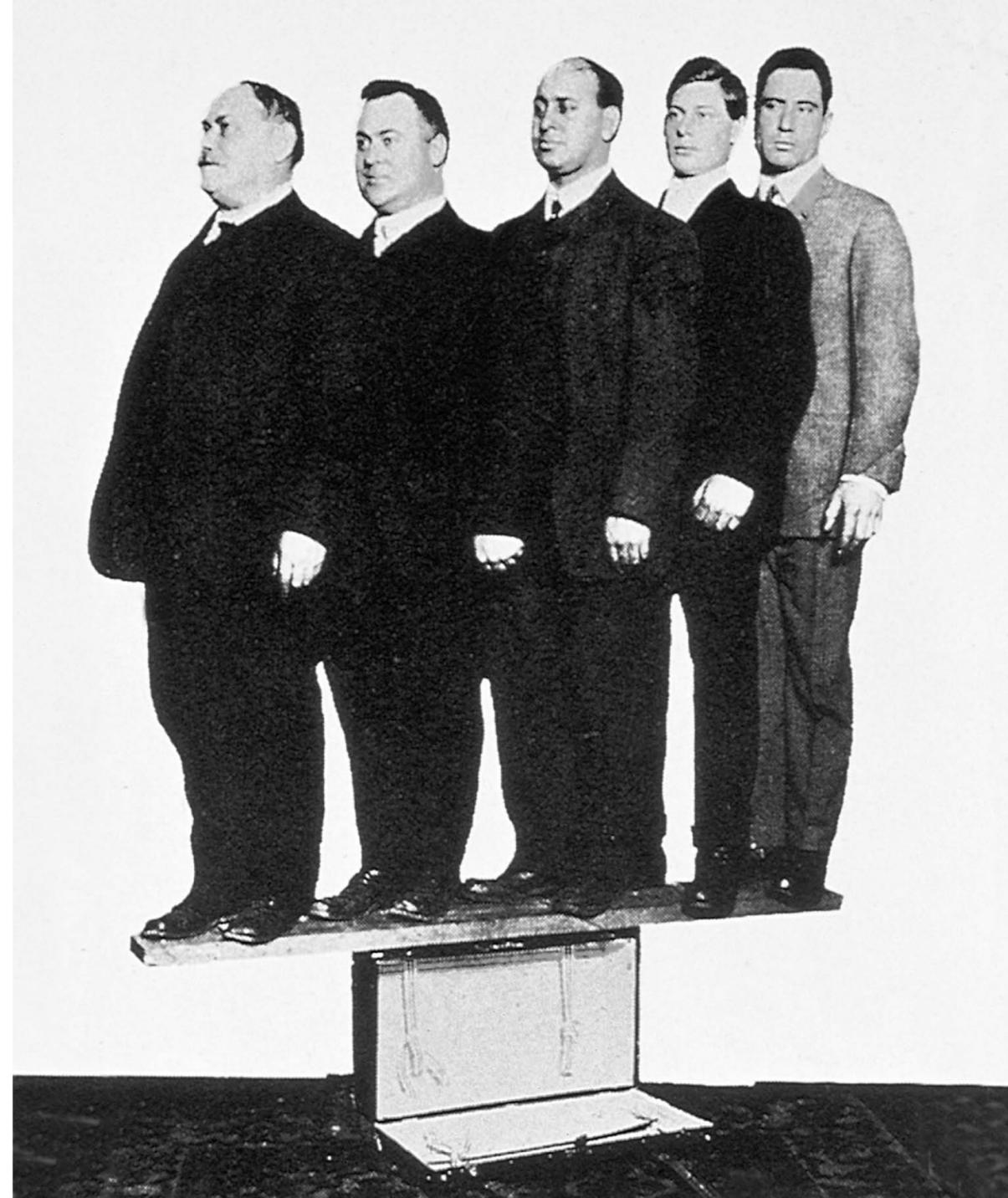


MANUEL DUARTE À DIREITA | ON THE RIGHT COM OS FILHOS | WITH HIS CHILDREN : ADRIANA DUARTE; MIGUEL DUARTE; MÁRIO DUARTE

MODARTE

QUANTAS MEMÓRIAS CABEM NUMA MALA?
HOW MANY MEMORIES CAN YOU FIT IN A SUITCASE?

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY 1,2,4 DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED; 3, 5, 6 ANDRÉ ROLO



FUNDADORES DA SAMSONITE | FOUNDERS OF SAMSONITE

A história da Modarte começou com o fundador Manuel Duarte, mas hoje é a segunda geração que dá continuidade ao império. São as malas de viagem que compõe o ADN da empresa, paixão que se tem vindo a multiplicar pela família Duarte.

Entre electricista e maleiro, desejava ser um deles. Mas aos 12 anos surgiu a oportunidade de trabalhar numa fábrica de malas, e aí o destino apressou-lhe a escolha. Foi lá que Manuel teve o primeiro contacto com o mundo das malas. Os anos foram passando e o trabalho retribuiu-lhe experiência e sabedoria no setor, até que o dever militar se impôs no caminho durante três anos. Acabou por ir para a Guerra do Ultramar, adquirindo outro tipo de vivências,

The story of Modarte began with founder Manuel Duarte, but today it is the second generation that now ensures the continuity of the empire. Luggage is part of the company's DNA, a passion that has proliferated throughout the Duarte family.

He was torn between being an electrician and a bag-maker. But when he was 12, he had the opportunity to work for a luggage manufacturer, and that was when fate hastened his choice. It was there that Manuel had his first contact with the world of suitcases. The years went by and the work rewarded him with experience and wisdom in the sector, until military service got in the way for three years. He ended being called up for the Portuguese

talvez as que o fizeram o homem de pulso que conhecemos hoje. Quando regressa a Portugal, as prioridades são outras, nomeadamente a de construir algo que pudesse chamar de seu. Conta que certo dia, na Apúlia, estava deitado a contemplar as estrelas quando lhe ocorreu, como uma eureka iluminada, «Modarte». «Modarte surge do meu nome, Manuel Duarte, e da fusão entre moda e arte», explica. Com o nome já decidido e o produto bem estudado, o empreendedor parte para um novo capítulo da sua vida, num espaço de 200 m², em Braga, focado no fabrico de malas com a ajuda dos seus 12 colaboradores iniciais. O negócio foi crescendo no espaço de pouco tempo e a Samsonite® entra na vida da Modarte como cliente. Eis que, na altura, o mercado da produção de malas já começava a revelar indícios de saturação, e Manuel decidiu que já não era rentável continuar com o processo de fabrico. A verdade é que, na altura, a marca americana andava à procura de distribuidora em Portugal e nenhuma outra empresa tinha correspondido às expectativas. É então que a Modarte se apresenta como uma boa aposta, já conhecida por liderar o mercado português no setor.

«Se havia marca no mundo que me entusiasmasse e que superava todas as minhas expectativas era a Samsonite®», admite o fundador. No fundo, os filhos de Manuel cresceram no meio das malas e a acompanhar o pai nos eventos da

MEIO SÉCULO DE IMPÉRIO MODARTE

Colonial War, where he acquired a different kind of experience, perhaps the kind that made him the man of character we know today. When he returned to Portugal, his priorities had changed, in particular to build something he could call his own. He recounts that one day, in Apúlia, he was lying down, gazing at the stars, when it occurred to him, like an eureka moment of illumination, «Modarte». «Modarte comes from my name, Manuel Duarte, and from the fusion of fashion and art,» he explains. With the name now decided and the product well thought out, the entrepreneur embarked on a new chapter in his life, in a 200 square metre space in Braga, focused on making suitcases with the help of his initial 12 employees. The business grew in a short space of time and Samsonite® entered into the life of Modarte, as a client. At the time, the luggage manufacturing market was beginning to show signs of saturation and Manuel decided that it no longer made sense economically to continue with the manufacturing process. In actual fact, at the time, the American brand was looking for a distributor in Portugal and no other company had met its expectations. It was then that Modarte presented itself as a good match, as it was already known for leading the Portuguese market in the sector.

«If there was one brand in the world that made me excited and exceeded all my expectations, it was Samsonite®,» admits the founder. As it turns out, Manuel's children

HALF A CENTURY OF THE MODARTE EMPIRE



Samsonite® pelo mundo. Agora, são eles quem dão continuidade ao legado.

«Como definiria este meio século de trabalho que acompanhou o país?», questionámos Manuel. «Ao longo destes 50 anos passámos por muitas coisas difíceis, principalmente pela transformação do 25 de Abril», revela. Antes da Revolução dos Cravos, a conjuntura social de Portugal era favorável à venda do produto. Os militares iam para África carregados de malas, «aquelas malas de lona aos quadrados que tinham costura», e a Modarte vivia tempos dourados. Mas, com a democracia em vigor, o país abriu-se ao mundo e, com ele, também a empresa de Manuel teve de se adaptar. Veio, então, a publicidade, a era da tecnologia e os ciclos de modas e tendências. A todas e cada uma deu resposta e hoje conhecemos uma empresa renovada, com Miguel Duarte a ocupar o cargo de diretor-geral, Mário Duarte na vertente do retalho e Adriana Duarte como responsável pelo *marketing* e pela formação dos colaboradores de loja. Atualmente, a Modarte não está apenas com a representação da Samsonite®, mas também com a American Tourister e a Tumi, duas marcas pertencentes ao grupo americano. O que muitos desconhecem são os serviços de personalização das malas, a par com o rigoroso serviço pós-venda, onde centenas e centenas de malas são reparadas nos fundos da empresa. Mas não é pela estrutura

grew up surrounded by suitcases and accompanying their father to Samsonite® events around the world. Now, they are the ones carrying on the legacy.

«How would you define this half-century of work that has gone hand in hand the country's?» asked Manuel. «Over these past 50 years we've been through a lot of difficult things, especially the transformation brought about by the events of April 25th,» he reveals. Prior to the Carnation Revolution, Portugal's social situation was propitious for selling products. The military went to Africa loaded down with suitcases, «those chequered canvas suitcases with stitching» and Modarte was experiencing golden times. But when democracy came into force, the country opened up to the world and, with it, Manuel's company also had to adapt. Then came advertising, the age of technology and the cycles of fashions and trends. He was able to respond to each and every one and today we see a renewed company, with Miguel Duarte as managing director, Mário Duarte heading up retail and Adriana Duarte responsible for marketing and training shop staff. At the moment, Modarte not only represents Samsonite®, but also American Tourister and Tumi, two brands that belong to the American group. What many people are unaware of are the suitcase customisation services, along with the meticulous after-sales service, where



e posição sólida da empresa familiar que os desafios findam. «Penso que o mais complicado é conseguirmos imaginar como será o consumidor de amanhã», afirma o diretor-geral. A par da dificuldade em acompanhar tendências, a falta de mão de obra também afeta o negócio. Já os valores de faturação parecem animadores, principalmente no ano passado, que foi o mais próspero de sempre – a rondar os 21 milhões de euros. Ao todo, reúnem-se 180 colaboradores, vendem-se, em média, 87.000 artigos de viagem por ano e encontram-se abertas 29 lojas pelo país, com mais três em fase de abertura. Um verdadeiro império Modarte, que dita as tendências das malas em território luso, com a sustentabilidade a servir de mote. Após uma visita às instalações da Modarte, percebe-se que uma mala não é só uma mala, mas uma personalidade, um modo de vida, um conforto, um retrato sociocultural. Nela, guarda um valor afetivo, um tempo, um lugar. Com ela, percorre-se meio mundo e o mundo todo. Junto dela, é-se seguro. Manuel Duarte sempre o sentiu, mas preferiu materializar o sentimento por tempo indefinido. Até ao momento, são cinquenta anos, mas quiçá venha mais meio século de sucesso com novas gerações a caminho.

hundreds and hundreds of suitcases are repaired in-house. But it's not thanks to the structure and solid position of the family business that the challenges end. «I think the trickiest part is being able to imagine what tomorrow's consumer will be like,» explains the managing director. In addition to the difficulty of keeping up with trends, the lack of manpower also affects the business. Turnover figures, on the other hand, look encouraging, particularly last year, which was the most prosperous ever – totalling around 21 million Euros. In all, the company has 180 employees, sells an average of 87,000 travel items a year and has 29 shops across the country, with three more in the pipeline. This truly is a Modarte empire, which is setting luggage trends in Portugal, with sustainability serving as its motto. After visiting Modarte's facilities, you can see that a suitcase is not just a suitcase, but rather a personality, a way of life, a comfort, a socio-cultural portrait. It has an emotional value, a time, a place. With it, you can travel all over the world and back again. You feel safe with it. Manuel Duarte has always felt this way, but it has preferred to materialise the feeling for an indefinite period of time. So far, it's been fifty years, but there may be another half-century of success to come, with new generations on the way.

soleo[®]

piscinas

A sua piscina sem limites

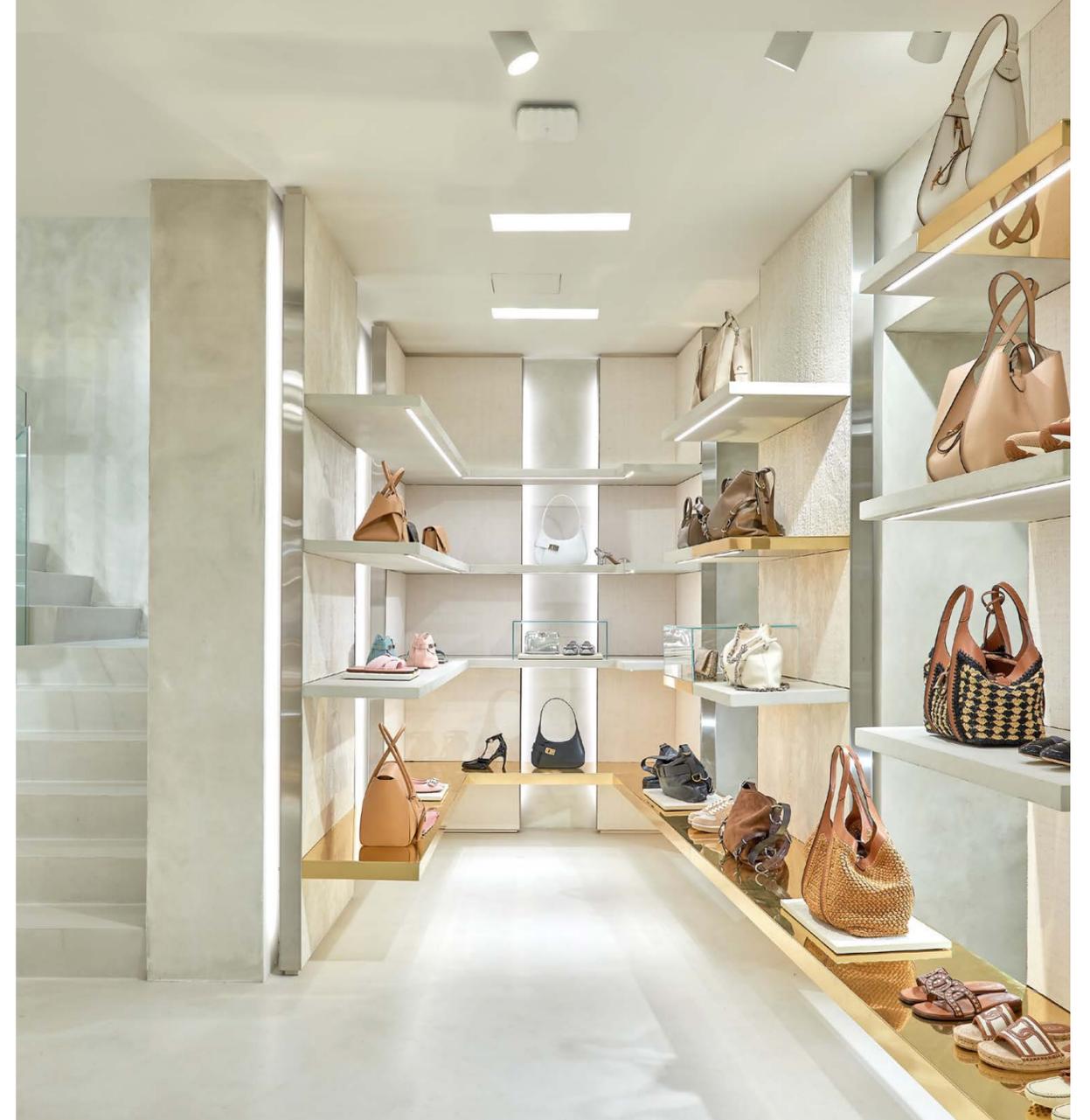
3 décadas a liderar o mercado de piscinas

Criámos e fabricamos soluções à sua medida. Qualquer que seja a configuração do seu projeto, na Soleo irá encontrar uma equipa que saberá usar com rigor e qualidade toda a experiência de uma marca com 30 anos no mercado global.

Envie-nos o seu projeto. Nós saberemos dar-lhe forma!

soleorp.com





LOJA DAS MEIAS REABRE EM CASCAIS REOPENS IN CASCAIS

O LUXO EM CADA METRO QUADRADO
LUXURY ON EVERY SQUARE METRE

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

A loja de marcas de luxo internacionais reabre portas em Cascais, depois de ter estado encerrada por alguns meses para obras de remodelação. A aposta surge numa altura em que a vila cosmopolita ganha ainda mais projeção enquanto destino de luxo. Há a promessa de um conceito sofisticado, com novas marcas a juntarem-se ao catálogo.

Nasceu no Rossio, em Lisboa, em 1905. Hoje, a história é centenária, onde memórias se vestem de tecidos e acessórios refinados. Há mais de 120 anos que a Loja das Meias faz parte do universo da moda de luxo, pelo que o projeto de Cascais se apresenta como um bom começo para quem deseja aprofundar o conceito.

Quem o projetou foi o *atelier* de arquitetura Cardinali & Gazzabin Architects, que aproveitou a luminosidade para dar destaque ao espaço. Segundo os arquitetos, a Loja das Meias é um diálogo entre a terra e o mar. As linhas e cores mostram-se suaves por toda a decoração, os tecidos são de algodão e as tapeçarias artesanais compostas por fibra natural.

The international luxury brand shop has reopened its doors in Cascais, after being closed for several months for refurbishment works. The move comes at a time when the cosmopolitan town is gaining even more prominence as a luxury destination. There is the promise of a sophisticated concept, with new brands being added to the catalogue.

Loja das Meias was founded on Rossio Square in Lisbon in 1905. Today, it can look back over a century-old history, where memories are dressed in fine fabrics and accessories. Loja das Meias has been part of the luxury fashion world for more than 120 years, so the Cascais project is a good place to start if you want to delve deeper into the concept.

The renovation project was designed by Cardinali & Gazzabin Architects, who took advantage of the light to bring the space to life. According to the architects, Loja das Meias is a dialogue between the land and the sea. The lines and colours are soft throughout the interior, the fabrics are made of cotton and the rugs are handmade from natural fibres.



NOVAS MARCAS JUNTAM-SE AO CATÁLOGO DA LOJA

O aroma das velas Baobab acompanha toda a visita, assim como o serviço personalizado, que agracia quem chega com champanhe Moët&Chandon. Conheça-se a área do *lounge*, também ela novidade, com funções de provador. Na área central estão em destaque as peças da Celine, Loewe, Balmain, Givenchy, Dolce&Gabbana e Ferragamo, mas o contexto rapidamente se transforma quando se entra na varanda, onde o ambiente mais jovem é justificado pelas peças da Jacquemus e JW Anderson em realce. Subindo até ao segundo piso, dá-se conta de uma aura alternativa, com Zadig&Voltaire e AMI Paris em destaque para homem e mulher.

Entre uma diversidade de peças de vestuário, conheça o último grito da moda junto do renovado espaço cascalense.

NEW BRANDS ARE ADDED TO THE SHOP'S CATALOGUE

The scent of Baobab candles accompanies the entire visit, as does the personalised service, which greets anyone visiting with Moët&Chandon champagne. There is also a new lounge area, which doubles as a fitting room. The central area features pieces by Celine, Loewe, Balmain, Givenchy, Dolce&Gabbana and Ferragamo, but the context quickly changes when you step out onto the veranda, where a younger vibe is underlined by pieces from Jacquemus and JW Anderson. Going up to the second floor, there is an alternative aura, with Zadig&Voltaire and AMI Paris in the spotlight for men and women.

Discover the very latest fashions among a variety of garments at the renovated store in Cascais.



Instituto
KARINA LEITE
DENTAL CLINIC



Telefone: +351 926 230 000
Rua Actor António Sacramento
Nº 2A 1º Piso, nº 4 e 5 2770 – 183 Oeiras



MERCEDES-AMG GT 63 4MATIC+ COUPÉ

ALTO DESEMPENHO ESTRADA AFORA
HIGH PERFORMANCE ON THE ROAD

TEXTO TEXT | MARIA CRUZ | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED

De estilo inconfundível, o novo Mercedes-AMG GT 63 4MATIC+ Coupé apresenta-se com características singulares. É um carro desportivo, com um interior irresistível, cujas funcionalidades digitais e gráficas no *display* tridimensional dominam, e proporciona ainda uma condução dinâmica, que infunde à aceleração. O seu exterior é expressivo. Caracteriza-se por superfícies fluidas, sem rebordos ou ares-tas, com puxadores das portas embutidos; as jantes em liga leve realçam a potência e o dinamismo do modelo; os faróis com *digital light* de série destacam o seu carácter e a porta da bagageira larga cria uma traseira baixa e arredondada. O seu desempenho eletrificado oferece uma maior acele-ração. Este modelo fascina pela combinação de estilo e pelo *design* elegante, em sintonia com a tecnologia híbrida da *Fórmula 1*. Quem o conduz tem tudo sob controlo, na ques-tão tátil e ergonómica, graças ao seu interior irresistível e luxuoso, que detém um sistema de bancos e volante AMG Performance. Destacam-se os pormenores: os encostos do banco traseiro são rebatíveis; o sistema de informação e entretenimento MBUX (Mercedes-Benz User Experience) é

With its unmistakable style, the new Mercedes-AMG GT 63 4MATIC+ Coupé features some unique characteristics. It is a sports car, with an irresistible interior, where digi-tal and graphic functions on the three-dimensional display dominate, whilst also providing a dynamic driving experi-ence that impresses on acceleration. Its exterior is expres-sive, showcasing streamlined surfaces, without any edges or ridges, with recessed door handle. Alloy wheels emphasise the power and dynamism of the model, while the standard digital headlights underscore its character and the wide tailgate creates a low, rounded rear. Its electric performance offers increased acceleration. The model fascinates onlook-ers with its style combination and with its elegant design, in harmony with Formula 1 hybrid technology. Anyone at its wheel has everything under control, when it comes to tactile and ergonomic matters, thanks to its irresistible and luxu-rious interior, which boasts an AMG Performance seat and steering wheel system. There are many details that stand out: the folding rear seat backrests; the intuitive MBUX (Mercedes-Benz User Experience) infotainment system; the



ESTE MODELO FASCINA PELA COMBINAÇÃO DE ESTILO E PELO DESIGN ELEGANTE

intuitivo; os bancos desportivos têm uma vasta seleção de revestimentos possíveis e o *pack ENERGIZING Plus* combina funções dos bancos, como massagem e diferentes ambientes de iluminação, por forma a proporcionar um maior conforto ao condutor e aos passageiros.

Preparado para o uso diário, o novo modelo topo de gama *Mercedes-AMG GT* impressiona com os seus 430 kW (585 cv) de potência do sistema e oferece um binário máximo de 800 Nm numa ampla gama de rotação, desde as 2.500 até às 4.500 rpm. Com suspensão *AMG Active Ride Control* e motor *AMG 4,0 litros V8 biturbo*, vai dos 0 aos 100 km/h em 3,2 segundos e atinge a velocidade máxima de 315 km/h. Os materiais selecionados, a personalização das pinturas exclusivas e a perícia artesanal compõem o estilo deste modelo, sempre ao gosto do cliente. A viatura pode ser configurada como modelo de 2+2 lugares, tendo à disposição um interior extremamente generoso e amplo.

Tão emocionante, quanto desafiante, eis aqui o carro que lhe oferece uma atmosfera de conforto, desempenho e luxo. Potência na estrada!

THE MODEL FASCINATES WITH ITS STYLE COMBINATION AND WITH ITS ELEGANT DESIGN

sports seats with a wide selection of possible upholstery; and the *ENERGIZING Plus* package combining seat functions, such as massage and different lighting settings so as to provide greater comfort for both driver and passengers.

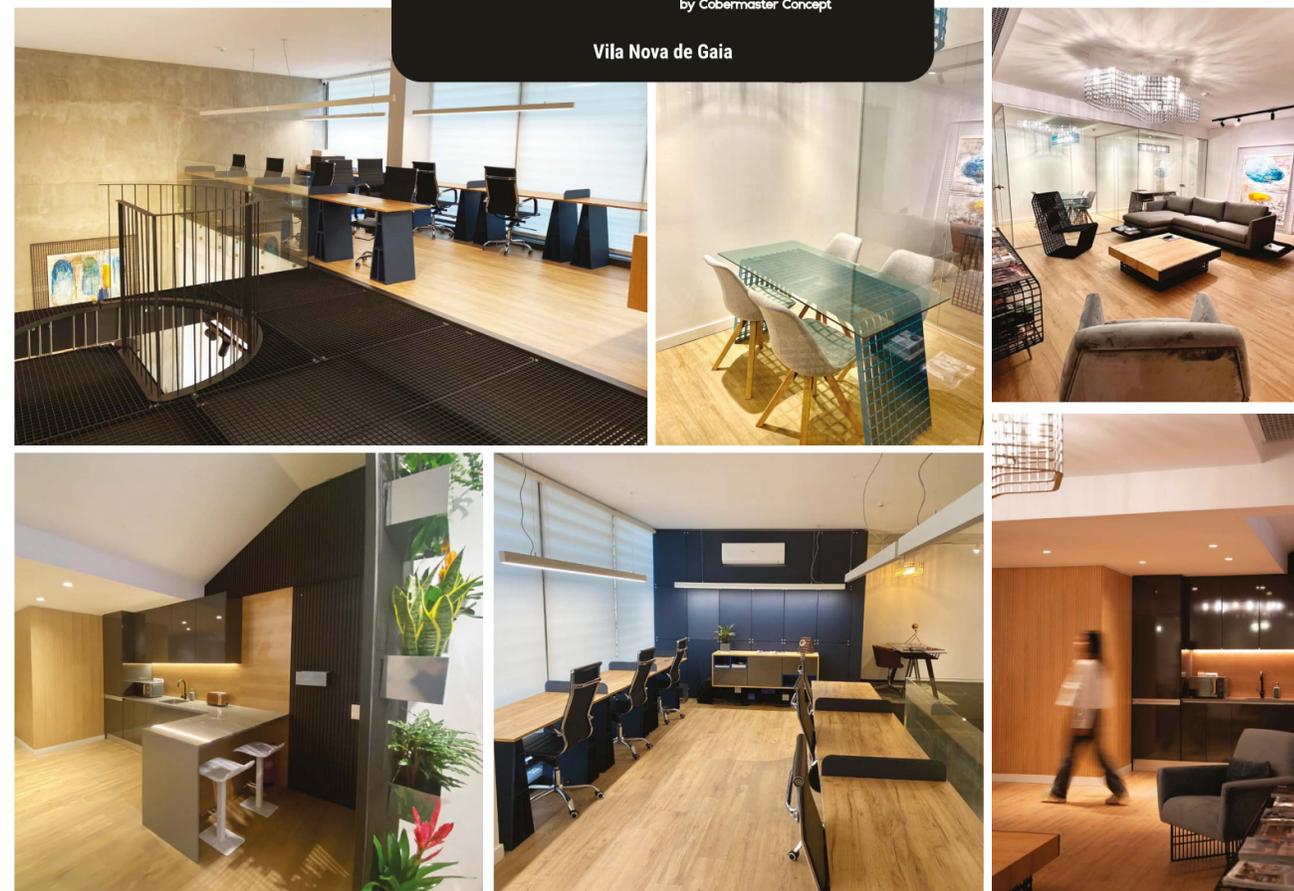
Designed equally for everyday use, the new top of the range *Mercedes-AMG GT* impresses with its 430 kW (585 hp) of system power and offers a maximum torque of 800 Nm over a wide rev range, from 2,500 to 4,500 rpm. With its *AMG Active Ride Control* suspension and *AMG 4.0-litre V8 twin turbo engine*, it races from 0 to 100 km/h in 3.2 seconds and can reach a top speed of 315 km/h. The materials selected, the customisable exclusive paintwork and the expert craftsmanship make up the style of this model, always to the customer's taste. The car can be configured as a 2+2-seater model, with an extremely generous and spacious interior.

As exciting as it is challenging, this is a car that offers an ambience of comfort, performance and luxury. Power on the road!

COWORK
studio

by Cobermaster Concept

Vila Nova de Gaia



Espaço de Coworking.

Cowork Studio by Cobermaster Concept, um espaço de conceito inovador e criativo para que possas desenvolver sinergias e partilhar ideias, recursos e conhecimentos.

Numa área de 240m² distribuídos por 2 andares, criámos um espaço de coworking premium com mesas de trabalho dedicadas e salas privadas. Agenda a tua visita!



COWORK
studio
by Cobermaster Concept



NX 50 INVICTUS

DESIGN MODERNO PREPARADO PARA ONDAS GIGANTES
MODERN DESIGN READY FOR HUGE WAVES

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

Sofisticação, *design* futurista e linhas clássicas distinguem a lancha *NX 50 Invictus*. Preparado para uma experiência náutica diferente? Embarque e fique atento à alta *performance* e inovação deste modelo. Uns olham para ele como um novo barco, outros como uma nova era. Os detalhes sofisticados e os acabamentos *premium* estão presentes nos estofos; no piso e na mesa de teca natural; no mármore e nos materiais em inox da cozinha e dos chuveiros, desenhados exclusivamente para este barco. Até as cores proporcionam aconchego. O *NX 50 Invictus* mede 14,98 metros de comprimento por 4,05 metros de largura; possui 2,90 metros de altura de cabine; tem capacidade de combustível para 1250 litros e conta com capacidade para receber 24 passageiros.

Este modelo proporciona uma ótima sensação de conforto e navegabilidade. O sistema de fabrico da embarcação beneficia de casco, convés e longarina laminados, que se tornam

Sophistication, futuristic design and classic lines set the *NX 50 Invictus* speedboat apart. Are you ready for a different kind of ocean-going experience? Get on board and discover the high level of performance and innovation of this model. There are some who see this as a new boat, while others see it as a new era. The sophisticated details and premium finishes are to be found in the upholstery; the natural teak flooring and table; the marble and stainless steel fittings in the galley and showers, which have been designed exclusively for this boat. Even the colours produce a cosy feel. The *NX 50 Invictus* measures 14.98 metres in length by 4.05 metres in width; it has a cabin height of 2.90 metres; it can hold 1250 litres of fuel and can comfortably accommodate 24 passengers.

This model offers a great feeling of comfort and navigability. The boat's manufacturing system benefits from a laminated hull, deck and spar, which form a single piece:



O NX 50 INVICTUS MEDE 14,98 METROS DE COMPRIMENTO POR 4,05 METROS DE LARGURA

numa peça única: monocasco. Dispõe ainda de um sistema de ativação à distância dos extintores de incêndio localizados no porão, permitindo uma maior segurança aos navegantes. Se é amante do mar, fique a saber que pode selecionar a cor, o acabamento e a motorização para que tudo fique ao seu gosto.

O modelo NX 50 é perfeito para passeios com a família e amigos, pois permite o acesso à água, enquanto os restantes convidados confraternizam entre si. Em todo o barco é visível o amplo uso de vidro, que dá origem a um maior contacto entre o interior e o exterior, originando um aproveitamento da luminosidade natural. Este modelo dispõe também de um camarote, ideal para um casal que queira pernoitar, e um outro com capacidade para acomodar duas pessoas, em beliche.

De dentro para fora, ou vice-versa, a vontade é só uma: navegar maré adentro, sem dar pelo tempo passar.

THE NX 50 INVICTUS MEASURES 14.98 METRES IN LENGTH BY 4.05 METRES IN WIDTH

a monohull. The boat also has a remote activation system for the fire extinguishers located in the hold, making it safer for those on board. As a sea lover, you will be able to choose the colour, finish and engine spec to ensure everything matches your taste.

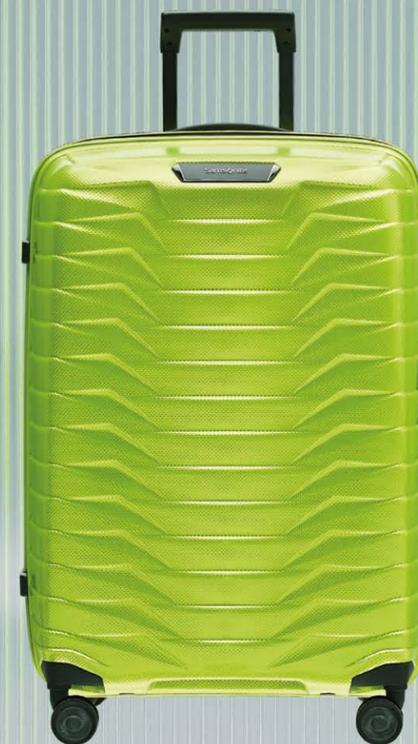
The NX 50 model is perfect for outings with family and friends, as it provides you with access to the water while the rest of your guests are socialising. There is ample use of glass throughout the boat, resulting in greater contact between indoors and outdoors, making the most of the natural light. It also has a cabin, ideal for a couple who want to stay overnight, and another with the capacity to accommodate two people in a bunk bed.

Whether you are inside looking out, or vice versa, there is only one thing you will want to do: set off out to sea without paying heed to the passing of time.



Samsonite

O AMANHÃ
É AQUI



PROXIS

FABRICADA COM A TECNOLOGIA ROXKIN

www.samsonite.pt





WINDY W34 ALIZÉ

O CAÇA-SONHOS
THE DREAMCATCHER

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY DIREITOS RESERVADOS RIGHTS RESERVED



Junto dele, o mundo torna-se pequeno. Aos lugares mais recônditos tem acesso e na hora de seguir o instinto é fiel ao seu destino. O vento embala-o sem o derrubar e os restantes elementos da natureza mantêm-se harmoniosos quando o veem traçar marés. *Windy W34 Alizé* é o seu nome, pertencente à família Windy Boats e ao concessionário Skyboat. De personalidade *sport cruiser*, o barco *Windy* é um compromisso entre tamanho, velocidade e conforto, garantindo a intemporalidade no *design* que patenteia. Elevando-se a 2,70 metros acima do mar por 10,30 metros de comprimento, o modelo serve-se de material de alta qualidade para criar valor. Através dele, poderá surfar a crista da onda ao sabor de uma piña colada, contando que entretenimento a bordo nunca findará.

On it, the world becomes small. It can access the most hidden places and when it comes to following its instinct it is faithful to its destination. The wind carries it along without toppling it over and the other elements of nature remain harmonious as they watch it chase the tides. *Windy W34 Alizé* is its name, a member of the Windy Boats family and the Skyboat dealership. With its sport cruiser personality, the Windy is a balance between size, speed and comfort, guaranteeing timelessness in its design. Rising 2.70 metres above the sea and measuring 10.30 metres in length, the model uses high-quality materials to add value. On board, you'll be able to ride the crest of the wave while indulging in a piña colada, and the entertainment on deck will never end.



UM COMPROMISSO ENTRE TAMANHO, VELOCIDADE E CONFORTO

A assinatura da Windy Boats não se fica pelo logótipo gravado na lateral, já que inclui um elemento que permite identificar a sua natureza em qualquer canto do mundo: o casco em V, projetado para enfrentar as condições marítimas adversas. De referir que, tal como o casco, também outros elementos do W34 são personalizáveis. Há uma vasta gama de opções de motores a *diesel* ou gasolina, podendo sempre contar com uma velocidade superior a 50 nós. No interior, exhibe um estilo exótico, com a predominância das madeiras e das amplas divisões com janelas para a imensidão. Os espaços são desafogados, ainda que não deixem de deter funções específicas. As cabines dianteiras e traseiras acomodam até quatro pessoas e a cozinha oferece um sistema prático, ideal para refeições diárias.

Dizem que nenhum vento sopra a desfavor de onde se é suposto estar, e talvez o W34 seja onde deva estar agora.

A BALANCE BETWEEN SIZE, SPEED AND COMFORT

Windy Boats' signature doesn't stop at the logo engraved on the side, as it includes an element that allows you to identify its distinctive nature anywhere in the world: the V-shaped hull, designed to withstand adverse sea conditions. Just like the hull, other elements of the W34 are also customisable. There is a wide range of diesel or petrol engine options, and you can always be sure of a speed of more than 50 knots. Inside, it boasts an exotic style, with wood predominating and large rooms with windows overlooking the vastness of the ocean. The spaces are uncluttered, although they do have their own specific functions. The front and rear cabins accommodate up to four people and the galley has a practical system, ideal for daily meals.

They say you must know for which harbour you are headed if you are to catch the right wind to get you there and perhaps the W34 is where you should be right now.

HOTEL CASCAIS MIRAGEM

HEALTH & SPA



RESPIRE E RELAXE NUM ESPAÇO CHEIO DE EMOÇÕES!

Queremos que venha inspirar-se num local de sonho!

O Hotel Cascais Miragem Health & Spa, abraça o oceano Atlântico com vistas majestosas, perfeito para recarregar energias, naquele que foi o retiro preferido de muitos Reis e Aristocratas, quer pela sua exclusividade e beleza, quer por possuir um clima e um charme únicos.

VENHA VIVER, UM LUGAR DE INSPIRAÇÃO



VILLAS&GOLFE INTERNATIONAL CUP 2024 BY BANCO BIC, ANGOLA

ONDE SE VIVE A ESSÊNCIA DO GOLFE
WHERE YOU CAN FEEL THE ESSENCE OF GOLF

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY EDSON AZEVEDO

O evento de golfe mais esperado do ano esteve de volta ao Mangais Golf Resort, a 27 de abril, desta vez com a edição especial by Banco BIC. Angola, o país de riquezas mil, acolheu por mais um ano consecutivo o *Villas&Golfe International Cup*, com a garantia de muita animação e temperaturas quentes. A partida começou às oito em ponto, com o sol a raiar e os golfistas vestidos à altura do desafio: na cabeça, o boné **V&G**, no peito, o polo branco com detalhes verdes e, na mão, o protagonista do jogo: o taco.

Pelo campo iam-se revelando parceiros que ajudaram a assegurar momentos de sofisticação, desde logo pela ação de charme de carros da União Comercial, com a Land Rover e a Jaguar a desviar a atenção dos jogadores. Com a ânsia de recordar rostos familiares e descobrir novos talentos, a **V&G** caminhou de olhar atento pelo campo que detém características próximas de um *championship course*. Impossível é ficar indiferente à natureza exótica que rodeia o espaço. Os embondeiros, o canto das cigarras, os coqueiros, os jacarés camuflados pelos nenúfares dos lagos e os macacos irrequietos que saltam de árvore em árvore são aspetos que acompanham a jornada do golfista ao longo do percurso e atribuem uma experiência impar ao momento da tacada. Todos se mostravam entusiasmados, sob um clima de

The most anticipated golf event of the year was back at Mangais Golf Resort on April 27, this time with a special by Banco BIC edition. Angola, the country of a thousand treasures, hosted the *Villas&Golfe International Cup* for another year running, with the promise of plenty of fun and warm temperatures. The round started at eight o'clock sharp, with the sun rising and the golfers dressed for the occasion: on their heads, a **V&G** cap, on their chests, a white polo shirt with green detailing and, in their hands, the star of the game: a club.

Around the course, partners popped up to help ensure moments of sophistication, starting with the charming display of cars from União Comercial, with Land Rover and Jaguar distracting the players from their game. Eager to recognise familiar faces and discover new talents, **V&G** wandered attentively around the course, which has characteristics close to those of a championship course. It's by no means easy to remain unmoved by the exotic nature that surrounds the area. The baobab trees, the chirping of the cicadas, the coconut palms, the alligators camouflaged by the lily pads of the lakes and the cheeky monkeys jumping from tree to tree are all aspects that accompany golfers on their journey around the course and add a unique experience to the moment

competição consequente de um campo desafiante. Quando começavam a quebrar de cansaço, reabasteciam a energia nos bares de campo, local onde decorreu a ativação de marca do Banco BIC, o *showcooking* do chefe Helt Araújo e a degustação de espumante da Chandon. No caminho até lá passavam pela clínica do golfe, conduzida pelo renomeado professor António Sobrinho. É com ele que se aprende de raiz a essência do golfe. Tudo é sobre postura, braços e pés. Sobre o momento certo, a respiração e o silêncio. «Dança com vontade», asseverava António aos aprendizes que se iam juntando para testar a apetência para a modalidade. Com tanto movimento, em todo o lado, a todo o minuto, as horas pareciam passar a voar.

No final da partida, todos seguiram para a zona do parapente do Mangais, local onde se realizou o almoço e a entrega de prémios. O Banco BIC aproveitou também a ocasião para divertir os convidados com um minigolfe interativo. Gostos saciados, ficou-se a conhecer o vencedor do 1.º *Net* da presente edição: Francisco Santos, com 41 pontos. António Marçal foi quem conquistou o 2.º *Net*, com 38 pontos, e António Luife o 3.º, com 38 pontos também. O 1.º *Gross* pertenceu a Victor Marçal, com 36 pontos, pelo que Caleb Mtabvuri alcançou o 2.º com 26 pontos

FRANCISCO SANTOS É QUEM VENCE
O 1.º NET

they take their shot. Everyone seemed excited, in the competitive atmosphere of a challenging course. When they started to feel tired, they replenished their batteries at the bars on the course, where Banco BIC's brand activation took place, as well as chef Helt Araújo's showcooking and a Chandon sparkling wine tasting. Along the way they passed through the golf clinic, conducted by renowned coach António Sobrinho. With him, you learn the essence of golf from the ground up. It is all about posture, arms and feet. About timing, breathing and silence. «Dance with desire,» António would say to the participants who gathered to test their appetite for the sport. With so much movement, all around, all the time, the hours seemed to fly by.

At the end of the event, everyone made their way to the Mangais paragliding area, where lunch and the prize-giving ceremony were held. Banco BIC also took the opportunity to keep guests entertained with an interactive mini-golf course. Having satiated their appetites, the winner of the *Net* competition of this year's edition was announced: Francisco Santos, with 41 points. António Marçal took 2nd place, with 38 points, and António Luife 3rd, also with 38 points. Victory in the *Gross*

FRANCISCO SANTOS TAKES THE NET
EVENT



e Jilson Francisco o 3.º, com 25 pontos. Nas categoriais especiais, Julia Watson ganhou o *Nearest to The Pin Senhoras* e Jefferi Hill o *Nearest to The Pin Homens*. Já o *Longest Drive Senhoras* destinou-se a Carla Ribas e o *Longest Drive Homens* a Caleb Metabvuri.

Como não poderia deixar de ser, este ano a **V&G** organizou mais uma ação de cariz social, desta vez para ajudar a associação Abadá-Capoeira Projecto 5 R, um grupo que resgata as raízes angolanas a partir da capoeira. No total, angariou-se um milhão e 650 mil kwanzas com a obra *Macubal*, oferecida pelo artista Etona. Como forma de contribuir também para a associação Francisco Faisca, cuja missão é apoiar o ensino, as artes e o desporto, foi leiloadada a obra *As mulheres que trabalham*, de Maria Otilia Santos, que resultou no valor de um milhão de kwanzas.

E assim se passou mais um evento especial, na companhia do golfe e, claro, de parceiros como Cobermaster, Olhar de Prata, Espiral, Vista Alegre, By-AE e muitos mais. Vemo-nos em breve, mas até lá não desanime, porque o esperam grandes novidades.

event went to the aptly named Victor Marçal with 36 points, while Caleb Mtabvuri came 2nd with 26 points and Jilson Francisco 3rd with 25 points. In the special categories, Julia Watson won the Ladies' Nearest to The Pin and Jefferi Hill the Men's Nearest to The Pin. The Ladies' Longest Drive went to Carla Ribas and the Men's Longest Drive to Caleb Metabvuri.

Naturally, this year **V&G** organised another charity drive, this time to help the Abadá-Capoeira Projecto 5 R association, a group that revives Angolan roots through capoeira. A total of 1.65 million Kwanzas was raised with the piece *Macubal*, donated by the artist Etona. As a way of also contributing to the Francisco Faisca association, whose mission is to support education, the arts and sport, the work *As mulheres que trabalham*, by Maria Otilia Santos, was auctioned off, raising one million Kwanzas.

And thus, another special event took place, in the company of golf and, of course, partners such as Cobermaster, Olhar de Prata, Espiral, Vista Alegre, By-AE and many more. We'll see you soon, but until then don't be discouraged, because there's some great news in store for you.



VILA GALE
PORTO RIBEIRA

SE VAI PARA O NORTE, ESCOLHA UM DOS HOTÉIS VILA GALÉ



PREMIUM SPORTS

BOTTEGA VENETA

Um quarteto de amigos e um baralho de cartas da Bottega Veneta. De princípio já se imagina como irá acabar: um par vencedor a rir e outro, derrotado, a rezingar, com a certeza de que, dali a uns minutos, foi tudo posto para trás das costas. Inegável é o poder que as cartas têm em salientar a natureza de cada jogador, desde o que tem maior sentido de humor ao mais desenvolvido intelectualmente. Em qualquer dos perfis, saiba que este baralho nunca o impedirá de sair em glória, projetado para conferir brilho e sofisticação a qualquer tipo de jogada. Já tem planos para sábado à noite? Certamente não faltará animação.

A quartet of friends and a deck of Bottega Veneta cards. At first you can already imagine how it will end: a winning pair laughing and a losing pair grumbling, sure that in a few minutes it will all be behind them. There's no denying the power that cards have in highlighting the nature of each player, from those with a greater sense of humour to those who are more intellectually developed. Whatever your profile, this deck will never stop you from going out in a blaze of glory, designed to add sparkle and sophistication to any type of game. Do you already have any plans for Saturday night? There'll certainly be no shortage of entertainment.



LOUIS VUITTON

Luxo é para quem realmente o vê. Leu bem. O segredo subtil que o sustenta é o detalhe, e a Louis Vuitton conhece-o melhor do que ninguém. Através de uma linha dedicada à modalidade do golfe, a grife lança as novas capas para a cabeça de ferro do taco. Agrupados num conjunto de três peças que combinam com os artigos de couro da estação, os invólucros apresentam-se com funções de proteção, mas também de apreciação, graças ao *design* verde capaz de transpor telepaticamente o golfista para campo. Em segundos, está de frente para o desafio, a posicionar corpo e taco, seguro de que detém equipamento digno de um vencedor.

Luxury is for people who can really see it. You read that right. The subtle secret that underpins this is detail, and Louis Vuitton knows this better than anyone. Through a range dedicated to the sport of golf, the brand is launching its new iron club head covers. Grouped together in a three-piece set that goes well with the leather goods of the season, the covers have a protective function, but also an appreciative one, thanks to the green design capable of telepathically transporting any golfer to the course. In seconds, you're facing the challenge, getting your body and club into position, safe in the knowledge that you have equipment worthy of a winner.

PRADA

Incerta é a sua origem, mas diz-se que foi encontrado durante escavações em rochas egípcias, há milhares de anos. Hoje, o seu nome varia entre *tic-tac-toe*, jogo do galo ou jogo da velha, este último originado em Inglaterra, quando ficou popular entre a faixa etária idosa. Simples, rápido, mas não menos divertido, o conjunto estimula a atenção e o raciocínio lógico, mas com a Prada só a diversão não chega. À natureza do *tic-tac-toe* uniu-se o luxo, a sofisticação das peças decoradas em couro, com a assinatura da marca em destaque. Com 13 cm de comprimento, o entretenimento clássico é transladável, preparado para fazer a diferença em qualquer momento entediante que possa surgir ao longo do dia.

The origin of this game is uncertain, but it is said to have been found during excavations in Egyptian rocks and dating back thousands of years ago. Known today as *jogo do galo*, in Portugal, it goes by *tic-tac-toe*, in the US, and *noughts and crosses*, in the UK, where it became popular among the elderly. Simple, fast, but entertaining nonetheless, the game stimulates your attention and logical thinking, but with Prada, fun alone is not enough. The nature of *noughts and crosses* has been combined with the luxury and sophistication of decorated leather pieces, with the brand's signature highlighted. Measuring 13 cm by 13 cm, this classic entertainer is portable and ready to make a difference to any dull moment that may arise during the day.






 @villasegolfe  Villas&Golfe

villasegolfe@villasegolfe.com

www.villasegolfe.com

#123



ASSINE A **VILLAS&GOLFE** | SUBSCRIBE TO **VILLAS&GOLFE**

VALOR ANUAL | ANNUAL COST 80€ (20€ X 4 EDIÇÕES/EDITIONS)



De um lado, mar azul-turquesa, do outro, o verde denso das florestas tropicais. É no melhor dos dois mundos que está plantado o *Championship Course* de 18 buracos, numa ilha de 14 000 hectares onde a arquitetura cede superioridade à mãe natureza. Inserido no COMO Laucala Island, um resort composto por 25 residências independentes, o campo de golfe é ornamentado pela fauna e flora envolventes. Os coqueiros nascem ao lado de orquídeas exóticas e a selva expande-se até à orla da praia, facto que o golfista poderá constatar ao longo do percurso idealizado pelo escocês David McLay Kidd. Trata-se de um desafiador par 72, que aguarda por espíritos ambiciosos e exigentes.

Por momentos, deixemos o nível de dificuldade do campo de parte e concentremo-nos nas montanhas vulcânicas que cercam o Laucala Island. O cenário é onírico, com buracos ondulantes e arborizados, que serpenteiam a plantação de coqueiros que ali germina. Pequenos riachos atravessam *fairways* e as zonas húmidas margeiam múltiplos buracos. É na costa arenosa que encontrará o buraco de assinatura número 12, onde o *green* se estende até à praia que abriga o Pacífico. Há quem chegue a comparar a

A sea of turquoise waters on one side, the dense green of tropical forests on the other. This 18-hole Championship Course sits between the best of both worlds on a 14,000-hectare island, where architecture bows down to Mother Nature. Developing within COMO Laucala Island, a resort made up of 25 independent residences, the golf course is embellished by the surrounding flora and fauna. Coconut palms grow alongside exotic orchids and the jungle stretches right down to the edge of the beach, a spectacle that golfers can appreciate along the course designed by Scotsman David McLay Kidd. This is a challenging par 72 awaiting those with ambitious and discerning spirits.

Let's leave the course's level of difficulty aside for a moment and concentrate on the volcanic mountains that surround Laucala Island. The setting is dreamlike, with undulating, tree-lined holes that wind through the coconut groves proliferating there. Small streams cross the fairways and wetland areas border many of the holes. On the sandy shoreline we discover the course's signature hole, the 12th, with its green stretching right down to the beach that abuts the Pacific. There are some people that have

COMO LAUCALA ISLAND

TACADAS EM PARAÍSO INSULAR
TEEING OFF ON AN ISLAND PARADISE

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





A VERDADEIRA ESSÊNCIA DO GOLFE

estética do campo ao cenário dos filmes *Jurassic Park*, o que não é de todo descabido, dado o contraste da selva húmida com a costa pitoresca. Consta que é aqui o teste de golfe mais difícil do Pacífico Sul, mas para os que ainda se veem como amadores recomenda-se uma caixa gigante de bolas e resiliência acrescida – ainda que também possam ser agendadas aulas com profissionais da modalidade. O que é certo é que o campo é para todos e cada um e, durante os jogos, poderá usufruir do acesso ao *driving range* e ao *putting green*, assim como utilizar tacos de golfe e servir-se dos *buggies*.

O campo de COMO Laucala é uma experiência exclusiva que certamente guardará na memória, até porque é aqui que a verdadeira essência do golfe reside.

THE TRUE ESSENCE OF GOLF

even compared the looks of the course to the setting of the *Jurassic Park* films, which is a thought that is not entirely unfounded, given the contrast between the humid jungle and the picturesque coastline. Rumour has it that this is the toughest golf challenge in the South Pacific, and for anyone who still sees themselves as an amateur, we would recommend you come armed with a huge box of balls and an extra helping of resourcefulness – although lessons with golfing professionals can easily be arranged. What is certain is that this course is for everyone and anyone, and while you play you can enjoy access to the driving range and putting green, as well as use the golf clubs and *buggies*.

COMO Laucala course is an exclusive experience that will surely remain engraved in your memory, not least because this is where the true essence of golf lies.

VISPRING

Luxury Beds - London 1901



VISPRING STUDIO LISBOA - Avenida de Berna 56A • 1050-043 Lisboa - tel. 910 834 004 • lisboa@vispring-studio.pt
VISPRING STUDIO PORTO - Rua Pedro Homem de Melo 153 • 4150-599 Porto - tel. 912 028 107 • porto@vispring-studio.pt

www.vispring.com



EXPERIENCE THE ULTIMATE LIFESTYLE IN A TIMELESS DESTINATION

Set in 2000 acres of pine woodlands, inserted in the stunning Ria Formosa Natural Park with a pristine golden beach, Quinta do Lago is without a doubt the most prestigious area of the Algarve.

Surrounded by three immaculate golf courses, world class sports and fitness hub The Campus, sublime gastronomic experiences, Quinta do Lago is world-renowned for providing the ultimate luxurious lifestyle set in one of the most sought-after locations in Europe, conveniently situated only 15 minutes from Faro's International Airport.

For the most recent exclusive and spectacular properties available on the market, look no further, contact Quinta do Lago Real Estate, the official experts of the resort.



+351 289 392 754
realestate@quintadolago.com
www.quintadolago.com

