HALL

ABIMAD

ALTA DECORAÇÃO EM REVISTA

ED 35
Jul 2013

Diva

by Rossini

provocando desejos...

...de conforto em Você!

feeling
design&conforto
47 3376•9300 | www.feelingestofados.com.br

ÚNICOS, BELOS E FANTÁSTICOS.

OU SEJA, PERFEITOS PARA SU

JA LOJA.

Parma

www.parmamoveis.com.br

HALL ABIMAD

EXPEDIENTE
DIRECTORIO

CONSELHO EDITORIAL:
Diretoria ABIMAD

EDITOR / JORNALISTA RESPONSÁVEL
Ricardo Mangold (MTB 72.038 / SP)
imprensa@abimad.com.br

PROJETO GRÁFICO:
GGeDESIGN Estúdio Gráfico
www.ggedesign.com.br

FOTOGRAFIA:
Beto Speeden, Rodrigo Niemeyer, Divulgação, Arquivo ABIMAD

VERSÃO EM ESPANHOL: Traduzca

IMPRESSÃO: Pancrom
(*As matérias assinadas não expressam necessariamente a opinião da Revista ABIMAD Hall.)

PARA ANUNCIAR
NA ABIMAD HALL
LIGUE - 11 5505-1214
JLA@ABIMAD.COM.BR

Envie comentários, sugestões, críticas e dúvidas para: **imprensa@abimad.com.br**
Rua Geraldo Flausino Gomes, 42 cj. 61
Cidade Monções - São Paulo / SP
CEP: 04575-901

Consejo editorial
Dirección ABIMAD

Editor / Periodista Responsable:
***Ricardo Mangold** (MTB 72.038 / SP)*
imprensa@abimad.com.br

Proyecto gráfico:
GGeDESIGN Graphic Studio
www.ggedesign.com.br

Fotografía:
Beto Speeden, Rodrigo Niemeyer, Divulgación, ABIMAD Archivo

Versión en Español: ***Traduzca***

Impresión: ***Pancrom***
*(*Las materias firmadas no expresan necesariamente la opinión de la Revista ABIMAD Hall.)*

PARA ANUNCIAR
EN LA ABIMAD HALL
LLAME AL + 55 11 5505-1214
JLA@ABIMAD.COM.BR

Envíenos comentarios, sugerencias, críticas y dudas al: imprensa@abimad.com.br
Rua Geraldo Flausino Gomes, 42 cj. 61
Cidade Monções - São Paulo / SP
CEP: 04575-901

www.abimad.com.br

DIRETOR-PRESIDENTE
Director ejecutivo
Michel Otte

VICE-PRESIDENTE
Vicepresidente
Paulo Mourão

DIRETOR-TESOUREIRO
Director tesorero
Paulo Allemand

CONSELHO FISCAL
Consejo Fiscal
Marcelo Felmanas
Jaime Pfutezenreuter
Marcos Martins

GERÊNCIA EXECUTIVA
Gerencia Ejecutiva
Patrícia Linhares de Souza
patricia@abimad.com.br

COORDENAÇÃO FEIRAS ABIMAD
Coordinación Ferias ABIMAD
José Lúcio Aragão
jla@abimad.com.br

DEPARTAMENTO DE MARKETING
Departamento de Marketing
Rafael Magno
rafael@abimad.com.br

DEPARTAMENTO INTERNACIONAL
Departamento Internacional
Erik Fiuza
erik@abimad.com.br

ASSESSORIA DE IMPRENSA
Asesoría de Prensa
Ricardo Mangold (MTB 72.038 / SP)
imprensa@abimad.com.br

DEPARTAMENTO DE COMPRAS
Departamento de Compras
Marco Túlio Ferreira
tulio@abimad.com.br

ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO
Administrativo/Financiero
Amanda Savoia
amanda@abimad.com.br
Bruno Cotrim
bruno@abimad.com.br
Marília Santana
marilia@abimad.com.br
Luci Souza
luci@abimad.com.br

CAPA:
FOTO: TONY GENERICO
CRIAÇÃO: RAFAEL MAGNO
CAMPANHA 16ª ABIMAD

UM SHOW A PARTE, DIGO, EM TRÊS PARTES.

A Carppem continua inovando e surpreendendo o mercado com móveis que são uma atração extra nas salas mais concorridas.

carppem

Rod. PR-444, km 03 | Arapongas - PR | 43 3274.5500 | www.carppem.com.br

CARTA DO PRESIDENTE
Carta del Presidente

10

HALL DE ENTRADA
Recibidor

12 Cássio Veiga: hobby virou profissão na capital do poder
Cássio Veiga: hobby se convirtió en profesión en la capital del poder

DE ESTILO E OLHAR
De Estilo y Mirada

20 O presidente que brincou com design e arquitetura
O presidente que jugó con diseño y arquitectura
por Maria Ignez Barbosa

HALL DESIGN

28 Capitonê: tendência na decoração
Capitoné: tendencia en la decoración
37 Design Canino *Design Canino*

RECÉM-CHEGADOS
Recién Llegados

40

PERFIL

52 Alma Brasil. Grande entusiasta do país, Angela Hirata é especialista em transformar marcas nacionais em objeto de desejo no exterior.
Alma Brasil. Gran entusiasta del país, Angela Hirata es especialista en convertir marcas nacionales en objeto de deseo en el exterior.

VITRINE DE LUXO
Vitrina de Lujo

58

ROTEIRO DE VIAGEM
Itinerario de Viaje

66 Alemanha: cerveja, cultura e muita arquitetura
Alemania: cerveza, cultura y mucha arquitectura

FEIRAS E MOSTRAS
Ferias y Muestras

78 16ª ABIMAD: cores e formas
16ª ABIMAD: colores y formas
82 Casa Cor SP / SC / RS *Casa Cor SP / SC / RS*
86 Mostra Black *Muestra Black*
87 Avant Gabriel Chandon *Avant Gabriel Chandon*

ARTIGO
Artículo

90 Ética *Ética*
por Péricles Guerra

MATÉRIA-PRIMA
Materia Prima

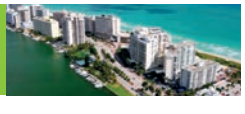
98 Gilberto Elkis: homem e natureza
Gilberto Elkis: hombre y naturaleza

GASTRONOMIA
Gastronomía

104

EM AÇÃO
Em Acción

108

PANORAMA
Panorama

112

LISTA DE ASSOCIADOS
Lista de Asociados
ABIMAD
116

ROCCA
Tironi
www.estofadostironi.com.br 47 3370-4077

No Brasil, 40% das residências já têm acesso à internet. A mobilidade digital (notebooks, celulares) também cresceu e com isso os consumidores estão cada vez mais conectados ao que acontece no país em todas as áreas e, logicamente, ao que o mundo virtual pode oferecer em termos de produtos e serviços. As redes sociais são responsáveis significativamente pela disseminação destas informações e, acima de tudo, pela influência que provocam nos internautas. A internet é uma nova ferramenta de marketing que impacta diretamente o comportamento de compra do consumidor e analisar este fenômeno, é um dever de todo o empresário.

Como não poderia deixar de ser, a ABIMAD tem investido em comunicação, especialmente nos meios digitais, para fortalecer sua imagem perante os lojistas de todo o país, que são os nossos "consumidores". Adotamos uma postura participativa e assumimos o marketing digital, que é uma realidade com alcance imensurável. Hoje também é a forma mais rápida e eficaz de nos comunicarmos com nossos associados. Além do site da ABIMAD (www.abimad.com.br), utilizamos o Facebook, mantendo uma fan page da Revista HALL (www.facebook.com/RevistaHall) com conteúdo exclusivo e diferenciado, atualizado diariamente. É através desta rede social que abordamos as novidades em produtos, design, tendências mundiais e do mercado em geral.

Além dos anúncios em veículos impressos, a ABIMAD está presente em sites e blogs, através de banners, anúncios e notícias geradas espontaneamente. O retorno é instantâneo e conseguimos mensurar os resultados de forma imediata.

Por isso, é fundamental a presença da ABIMAD e dos nossos associados nos meios digitais, independente do porte da empresa. É preciso interagir, gerar conteúdo relevante, adotar uma postura proativa, agregar valor e, acima de tudo, criar o desejo.

Acesse, curta, compartilhe e divulgue.

MICHEL OTTE
Presidente da ABIMAD

En Brasil, el 40% de las residencias ya tienen acceso a Internet. La movilidad digital (notebooks, teléfonos móviles) también ha crecido y, con eso, los consumidores están cada vez más conectados a lo que pasa en el país en todas las áreas y, obviamente, a lo que el mundo virtual puede ofrecer en términos de productos y servicios. Las redes sociales son responsables, significativamente, por la diseminación de estas informaciones y, sobre todo, por la influencia que ejercen en los internautas. La Internet es una nueva herramienta de marketing que provoca un impacto directo en el comportamiento de compra del consumidor, por lo que evaluar este fenómeno es un deber de todos los empresarios.

Como no podría ser diferente, ABIMAD ha invertido en comunicación, especialmente en los medios digitales, para fortalecer su imagen ante los comerciantes de todo el país, que son nuestros "consumidores". Adoptamos una postura participativa y asumimos el marketing digital, que es una realidad con alcance inmensurable. Hoy día también es el modo más rápido y eficaz de comunicarnos con nuestros asociados. Además de la página web de ABIMAD (www.abimad.com.br), mantenemos una fan page de la Revista HALL en el Facebook (www.facebook.com/RevistaHall) con contenido exclusivo y diferenciado, actualizado diariamente. Es a través de esta red social que abordamos las novedades en productos, diseño, tendencias mundiales y del mercado en general.

Además de los anuncios en vehículos impresos, ABIMAD está presente en páginas web y blogs, a través de banners, anuncios y noticias generadas espontáneamente. El retorno es instantáneo y logramos medir los resultados de modo inmediato.

Por eso, es fundamental la presencia de ABIMAD y de nuestros asociados en los medios digitales, independiente del tamaño de la empresa. Es necesario interactuar, generar contenido relevante, adoptar una postura proactiva, añadir valor y, principalmente, crear el deseo.

Accede, dale un me gusta, comparte y divúlgala.

MICHEL OTTE
Presidente de la ABIMAD

www.anjos.ind.br/dangelis
Desejo
Coloque mais D Angelis na sua Casa.
D Angelis
(45) 3286 1177 - Rua Xanxerê, 393 - Capitão L. Marques - Paraná
E-mail: vendas@anjos.ind.br

MÓVEIS E OBJETOS DE QUALIDADE SÃO A MATÉRIA-PRIMA QUE O EMPRESÁRIO CÁSSIO VEIGA UTILIZA PARA DECORAR AS RESIDÊNCIAS DE BRASÍLIA COM MUITO BOM GOSTO E REQUINTE.

MUEBLES Y OBJETOS DE CALIDAD SON LA MATERIA PRIMA QUE EL EMPRESARIO CÁSSIO VEIGA UTILIZA PARA DECORAR LAS RESIDENCIAS DE BRASÍLIA CON MUCHO BUEN GUSTO Y REQUINTE.

CÁSSIO VEIGA (DE ÓCULOS) E SUA EQUIPE

CÁSSIO VEIGA: HOBBY VIROU PROFISSÃO NA CAPITAL DO PODER

CÁSSIO VEIGA: HOBBY SE CONVIRTIÓ EN PROFESIÓN EN LA CAPITAL DEL PODER

Cássio Veiga sempre pautou sua carreira para o mundo acadêmico. Professor de inglês e português, formou-se em Administração nos Estados Unidos e se especializou em línguas na Escócia, onde cursou English for Specific Purposes. Seu propósito? Aulas de inglês para os médicos do Hospital Sarah Kubitschek, em Brasília. Mas sua carreira, que se iniciou em Goiânia, tomou outro rumo quando deixou a casa dos pais para morar sozinho no Lago Sul, hoje bairro nobre da capital. "Era um terreno muito grande, não tinha nada. Era uma casa de retrovenda em um bairro pouco habitado na época. Eu mesmo fiz o jardim. Foi uma coisa empírica. Fazia do jeito que eu gostava, em paralelo às minhas atividades no mundo acadêmico", explica. Eram 400 m² de jardim e Cássio usava suas horas vagas para fazer cursos rápidos, que começaram em São Paulo e se estenderam para Miami e até na Holanda, tradicional pelo seu mercado de flores ornamentais. Mas a estética e o bom gosto apurados chamaram a atenção de vizinhos e transeuntes. "As pessoas passavam na rua e até paravam o carro, tocavam a campainha para perguntar quem havia feito o meu jardim. Eu achava que era uma brincadeira, já que temos tantos jardins bacanas e profissionais especializados. Isso aconteceu algumas vezes e então eu comecei a acreditar que estava bom mesmo e que as pessoas se identificavam com o meu jardim". E a certeza Cássio teve quando uma amiga arquiteta o convidou para fazer o jardim de dois projetos. Ele até tentou argumentar, mas a amiga disse: "eu estou te chamando porque eu senti algo. Você pode não ter o conhecimento técnico, mas a sua alma está pronta". E o até então hobby, virou uma profissão.

Cássio Veiga siempre ha pautado su carrera para el mundo académico. Profesor de inglés y portugués, se graduó en Administración en Estados Unidos y se ha especializado en idiomas en Escocia, donde ha cursado English for Specific Purposes. ¿Su propósito? Ofrecer clases de inglés a los médicos del Hospital Sarah Kubitschek, en Brasilia. Pero, su carrera, que inició en Goiânia, siguió por otro camino cuando dejó la casa de los padres para vivir solo en Lago Sul, actual barrio noble de la capital. "Era un terreno muy grande, no había nada. Era una casa de retroventa en un barrio poco habitado en la época. Yo mismo hice el jardín. Fue algo empírico. Lo hacía como me gustaba, en paralelo con mis actividades en el mundo académico", explica. Eran 400 m² de jardín y Cássio usaba sus horas libres para hacer cursos rápidos, que comenzaron en São Paulo y se extendieron a Miami y hasta en Holanda, tradicional por su mercado de flores ornamentales. Pero, la estética y el buen gusto afilados llamaron la atención de vecinos y caminantes. "Las personas pasaban por la calle e incluso paraban el coche y tocaban el timbre para preguntar quién había hecho mi jardín. Yo creía que era una broma, ya que tenemos tantos jardines lindos y profesionales especializados. Eso pasó algunas veces y entonces yo comencé a creer que de hecho estaba lindo y que las personas se identificaban con mi jardín". Y Cássio se lo comprobó cuando una amiga arquitecta lo invitó para hacer el jardín de dos proyectos. Él hasta intentó argumentar, pero la amiga se lo dijo: "estoy llamándote porque sentí algo. Puedes no tener el conocimiento técnico, pero tu alma está lista". Y el entonces hobby se convirtió en una profesión.

E os projetos começaram a aparecer, por indicações de amigos e de clientes satisfeitos. Cássio fez mais alguns cursos, agora técnicos, e formou uma parceria com uma amiga engenheira agrônoma. "Estes cursos não me habilitam a assinar um projeto paisagístico. Fazemos juntos, mas ela assina como responsável técnica, pois possui o CREA, e eu fico com a criatividade", explica. Atuando por oito anos nesta área, as solicitações aumentaram e Cássio teve que deixar de atender em sua casa para montar um escritório de paisagismo. Pelo menos era a ideia inicial. Mas foi então que o paisagista deu uma nova guinada em sua vida e se tornou empresário. Ao procurar imóveis, Cássio encontrou um prédio decadente no Lago Sul. "Ninguém queria abrir lojas aqui. Eu fui mudando, plantando árvores, formando um jardim. Hoje é um dos espaços mais valorizados do bairro, com as melhores lojas". E foi neste espaço que Cássio Veiga inaugurou sua loja homônima, oferecendo móveis e objetos de decoração diferenciados.

CONSUMO

Cidade em formação, com apenas 53 anos, Brasília ainda possui muitas áreas para construção. Bairros novos estão surgindo e com isso inúmeros apartamentos e condomínios. Para Cássio Veiga, a ascensão de classes também favoreceu o mercado moveleiro, inclusive no design dos móveis. "As fábricas também estão se adaptando, fazendo móveis para varandas, por exemplo, com dimensões reduzidas, justamente para atender este público, que tem uma varanda pequena e quer decorá-la". Referência no mercado de alta decoração em Brasília, Cássio Veiga afirma que às vezes sofre certa discriminação às avessas, pois a localização da loja em um bairro nobre e suas aparições na mídia acabam afastando um público que poderia consumir em sua loja. "Apesar de trabalhar com móveis elitizados eu tenho uma variedade de objetos e adornos para todos os públicos", exemplifica.

Los proyectos comenzaron a surgir por indicaciones de amigos y de clientes satisfechos. Cássio hizo algunos otros cursos, ahora técnicos, y formalizó una alianza con una amiga ingeniera agrónoma. "Estos cursos me han habilitado a firmar un proyecto paisajístico. Lo hacemos juntos, pero ella firma como responsable técnica, pues tiene el CREA, y a mí me toca la creatividad", aclara. Actuando por ocho años en esta área, las solicitudes aumentaron y Cássio tuvo que dejar de atender en su casa para montar una oficina de paisajismo. Por lo menos era la idea inicial. Pero, fue entonces que el paisajista dio un nuevo giro en su vida y se hizo empresario. Al busca inmuebles, Cássio encontró un edificio decadente en Lago Sul. "Nadie quería abrir tiendas aquí. Yo lo fui cambiando, plantando árboles, formando un jardín. Hoy es uno de los espacios más valorados del barrio, con las mejores tiendas". Y fue en este espacio que Cássio Veiga inauguró su tienda homónima, ofreciendo muebles y objetos de decoración diferenciados.

CONSUMO

Ciudad en formación, con sólo 53 años, Brasília aún tiene muchas áreas para construcción. Aún surgen barrios nuevos y, con eso, innúmeros apartamentos y conjuntos residenciales. Para Cássio Veiga, la ascensión de clases también ha favorecido el mercado de muebles, incluso en el diseño de los muebles. "Las fábricas también están adaptándose, produciendo muebles para balcones, por ejemplo, con dimensiones reducidas, justamente para atender a este público que tiene un balcón pequeño y quiere decorarlo". Referencia en el mercado de alta decoración en Brasília, Cássio Veiga afirma que, a veces, sufre alguna discriminación al revés, pues la ubicación de la tienda en un barrio noble y sus apariciones en los medios acaban alejando a un público que podría consumir en su tienda. "A pesar de trabajar con muebles para élite, tengo una variedad de objetos y adornos para todos los públicos", ejemplifica.

estofado

KO

ANDRÉ CRUZ DESIGN DE IDEIAS

abimad

São Lourenço - Santa Catarina | 49 3344.8999

www.enele.com.br

ENELE

Celebre o Bem-estar.

REALEZA

Além de empresário e, eventualmente paisagista, Cássio Veiga também atua na área de eventos. Microsoft, Embraer, IBM, CNI, FAAP, TSE, STF, Alcoa, ANPT são alguns dos clientes que Cássio atende com frequência, desde a locação do mobiliário até os arranjos florais. "Faço apenas os eventos mais personalizados e sofisticados, o petit comitê. Deixei de fazer as festas particulares porque uma quer concorrer com a outra e isso acaba tomando uma proporção diferente, tornando as coisas over". Este diferencial lhe rendeu um convite para trabalhar no Palácio, atendendo a presidente Dilma Roussef. "Eles gostaram do meu trabalho quando fiz um evento em que o Barack Obama estava presente. Acabei recusando porque teria que ficar à disposição para fazer arranjos em todos os eventos. Daria status, mas não pagaria a minha equipe. Eu não quero a cereja do bolo, eu quero o bolo inteiro", brinca. E no seu currículo estão os presidentes da Alemanha, da França, da África do Sul e o Príncipe Charles e a Duquesa Camilla, além das inúmeras Embaixadas e Federações presentes em Brasília.

REALEZA

Además de empresario y, eventualmente, paisajista, Cássio Veiga también actúa en el área de eventos. Microsoft, Embraer, IBM, CNI, FAAP, TSE, STF, Alcoa, ANPT son algunos clientes que Cássio atiende con frecuencia, desde el alquiler del mobiliario hasta los arreglos florales. "Hago solamente los eventos más personalizados y sofisticados, el petit comitè. Dejé de hacer las fiestas particulares porque una quiere competir con la otra, y eso termina tomando una proporción diferente, se pone over". Este diferencial le rindió una invitación para trabajar en el Palacio, atendiendo a la presidente Dilma Roussef. "Les gustó a ellos mi trabajo cuando hice un evento en el que Barack Obama estaba presente. A final, lo rechacé porque tendría que estar a la disposición para hacer arreglos en todos los eventos. Me daría status, pero no pagaría a mi equipo. Yo no quiero la cereza del pastel, quiero el pastel entero", bromea. Y en su currículo están los presidentes de Alemania, de Francia, de Sudáfrica y el Príncipe Charles y la Duquesa Camilla, además de innúmeras Embajadas y Federaciones presentes en Brasília.

estobel.com

Estobel Estofados

ESTObEL

ABIMAD

Logo que começou a visitar as feiras da ABIMAD, Cássio comprava móveis e objetos para decorar seus eventos. Os clientes gostavam tanto que acabavam comprando parte do mobiliário utilizado nas festas. Hoje, o foco principal é a sua loja, mas o empresário continua abastecendo seu galpão. “Para mim é sempre um prazer ir a feira da ABIMAD. Eu tenho um tratamento Vip e tento replicar este cuidado na minha loja, com os meus clientes. Eu prefiro ir para a ABIMAD do que qualquer outra feira, não só pelo atendimento, mas por ser uma feira específica. Lá eu deixo de ser um vendedor para ser um comprador e sou tratado de uma maneira extremamente profissional e elegante. Outro diferencial é que a feira acontece primeiro, então eu compro e recebo os produtos antes”, explica. O cliente da Cássio Veiga encontra móveis e objetos de decoração de inúmeros associados da ABIMAD como 6F, Ethnix, Liberal Marini, Ribeiro e Pavani, Butzke, Green House, Fibras Artes, Cia. das Fibras, GS Móveis, Studio Casa, Sandra Fuganti, Artes & Ofícios, Art Image, entre outros.

ABIMAD

Luego que comenzó a visitar las ferias de ABIMAD, Cássio compraba muebles y objetos para decorar sus eventos. A los clientes les gustaba tanto que terminaban comprándose parte del mobiliario utilizado en las fiestas. Actualmente, el enfoque principal es su tienda, pero el empresario sigue abasteciendo su galpón. “Para mí es siempre un placer ir a la feria de ABIMAD. Tengo un tratamiento Vip e intento replicar este cuidado en mi tienda, con mis clientes. Yo prefiero ir a ABIMAD que ir a cualquier otra feria, no sólo por la atención, sino también porque es una feria específica. Allá dejo de ser un vendedor para ser un comprador y me tratan de una manera extremadamente personal y elegante. Otro diferencial e que se realiza la feria primero, entonces yo compro y recibo los productos antes”, explica. El cliente de la tienda Cássio Veiga encuentra muebles y objetos de decoración de inúmeros asociados de ABIMAD como 6F, Ethnix, Liberal Marini, Ribeiro e Pavani, Butzke, Green House, Fibras Artes, Cia. das Fibras, GS Móveis, Studio Casa, Sandra Fuganti, Artes & Ofícios, Art Image, entre otros.

WWW.CASSIOVEIGA.COM.BR
FOTOS: DIVULGAÇÃO / DUO FOTOGRAFIA / RICARDO MANGOLD

EMBARQUE NO MAIOR EVENTO INTERNACIONAL DE DESIGN DE MÓVEIS DO MUNDO! DESTINO: MILÃO, ITÁLIA - 2014

A ABIMAD formará novamente um grupo de associados e clientes para visitar a feira de Milão 2014.

Na compra de um pacote você concorre a outro. Serão sorteados dois pacotes durante a 17ª Abimad - 12 a 15 de fevereiro de 2014.

Participa do sorteio quem adquirir pacotes com a NIC Turismo até 31 de janeiro 2014.

Inscreva-se!

I Saloni 2014 - 8 a 13 de abril

Salone Internazionale del Mobile
Salone Internazionale del Complemento d'Arredo
EuroCucina
Salone Internazionale del Bagno
SaloneSatellite

NIC Turismo
R Aurélia, 1668 - 05046 001, São Paulo, SP
Edgard Zanella
Cel 11 99957 0524
ed.zanella@victus.com.br

O PRESIDENTE QUE BRINCOU COM DESIGN E ARQUITETURA

O PRESIDENTE QUE JUGÓ CON DISEÑO Y ARQUITECTURA

POR MARIA IGNEZ BARBOSA

O DEMOCRATA THOMAS JEFFERSON, QUE EM 1780 TORNOU-SE O TERCEIRO PRESIDENTE DOS EUA, FOI UM GRANDE ADMIRADOR DA OBRA DO ARQUITETO RENASCENTISTA ANDREA PALLADIO. ALÉM DE TER FICADO NA HISTÓRIA COMO O CONGRESSISTA QUE REDIGIU, EM 1776, A FAMOSA DECLARAÇÃO DE INDEPENDÊNCIA DOS ESTADOS UNIDOS E POR TER SIDO EMBAIXADOR DE SEU PAÍS NA FRANÇA E TAMBÉM SECRETÁRIO DE ESTADO DO PRESIDENTE GEORGE WASHINGTON, O POLÍTICO AMERICANO FOI TAMBÉM UM ARQUITETO AUTODIDATA QUE DEIXOU UM GRANDE LEGADO EM MATÉRIA DE DESIGN E UM FORTE REGISTRO NA PAISAGEM ARQUITETÔNICA DOS EUA.

EL DEMÓCRATA THOMAS JEFFERSON, QUE EN 1780 SE CONVIRTIÓ EN EL TERCER PRESIDENTE DE EEUU, FUE UN GRAN ADMIRADOR DE LA OBRA DEL ARQUITECTO RENACENTISTA ANDREA PALLADIO. ADEMÁS DE QUEDAR CONOCIDO EN LA HISTORIA COMO EL CON CONGRESISTA QUE ESCRIBIÓ, EN 1776, LA FAMOSA DECLARACIÓN DE INDEPENDENCIA DE ESTADOS UNIDOS Y, POR HABER SIDO EL EMBAJADOR DE SU PAÍS EN FRANCIA Y TAMBIÉN SECRETARIO DE ESTADO DEL PRESIDENTE GEORGE WASHINGTON EL POLÍTICO AMERICANO TAMBIÉN FUE UN ARQUITECTO AUTODIDACTA QUE DEJÓ UN GRAN LEGADO EN MATERIA DE DISEÑO Y UN FUERTE REGISTRO EN EL PAISAJE ARQUITECTÓNICO DE EEUU.

MONTICELLO- FOTO: SHUTTERSTOCK.COM

Embora autor de um documento que proclama que todos os homens têm direitos iguais independentemente de sua origem, e que o Governo deve ser o servidor e não o patrão do povo, Thomas Jefferson, nascido em uma fazenda, herdou de seu pai, logo cedo, aos 21 anos, grandes plantações e muitos escravos. Foram cerca de 200 homens distribuídos entre Monticello e em outras plantações, sendo que quase metade deles com menos de 16 anos. Foi então que teve início a construção da famosa casa Monticello e sua história de amor com essa morada a qual retornava sempre, reformando e expandindo e onde viveu os últimos 17 anos de sua vida. Foi ali que, jovem, viveu com a mulher Marta Skelton que, aos 10 anos de casada, faleceu depois de dar à luz a seis filhos, dentre os quais, somente dois alcançaram a vida adulta.

Só a plantação de Monticello abrigava uns oitenta desses escravos. E consta que Jefferson, em vida, libertou apenas dois deles, teria deixado em testamento a liberdade de mais cinco e que teria decidido não perseguir os únicos dois escravos que fugiram. Todos seriam exímios comerciantes e membros da família Hemings, sobrenome da escrava com quem teve uma filha em Paris e cujos descendentes vivem assumidos até hoje dessa origem.

Aunque el autor de un documento que proclama que todos los hombres tienen derechos iguales independiente de su origen, y que el Gobierno debe ser el servidor y no el jefe del pueblo, Thomas Jefferson, nacido en una quinta, heredó de su padre, muy temprano, a los 21 años, grandes plantaciones y muchos esclavos. Fueron cerca de 200 hombres distribuidos entre Monticello y en otras plantaciones, siendo que casi mitad de ellos con menos de 16 años. Fue entonces que se inició la construcción de la famosa casa Monticello y su historia de amor con esta morada, la cual siempre retornaba, reformando y expandiendo y donde vivió los últimos 17 años de su vida. Fue allí que, joven, vivió con la mujer Marta Skelton que, a los 10 años de casada, falleció después de dar la luz a seis hijos, entre los cuales, solamente dos alcanzaron la vida adulta.

Sólo la plantación de Monticello abrigaba unos ochenta de estos esclavos. Y consta que Jefferson, en vida, libertó sólo a dos de ellos, había dejado en testamento la libertad de otros cinco y que había decidido no perseguir los únicos dos esclavos que huyeron. Todos serían eximios comerciantes y miembros de la familia Hemings, apellido de la esclava con el que tuvo una hija en París, y cuyos descendientes viven asumidos hasta hoy de este origen.

Da França, onde conviveu e estudou a cultura européia, Jefferson mandava para Monticello sementes, plantas, estátuas, instrumentos científicos, desenhos de arquitetura e muitos livros, que Jefferson, no final de sua vida e já bastante endividado, vendeu para o Governo e que foi o núcleo da famosa Library of Congress. Entre eles estão os "Quatro Livros de Arquitetura", de Andrea Palladio aos quais se referia como a Bíblia. Influenciado pela observação in loco e pela leitura de textos sobre arquitetura moderna e antiga, acabou criando um estilo hoje claramente americano que transparecia em seus próprios desenhos.

Como Secretário de Estado, Jefferson foi responsável pelo projeto do Distrito Federal de Washington. Trabalhando com o Mestre Pierre Charles L'Enfant, contratado para a empreitada, ele ajudou a esboçar o plano piloto da capital Americana e era ouvido na escolha dos projetos para os muitos prédios governamentais planejados. Segundo ele, tratava-se de uma oportunidade para "aprimorar o gosto de seus conterrâneos apresentando a eles maquetes para estudo e imitação". Quando convidado a projetar o Capitólio na Virginia, seu estado natal, Jefferson achou também que estava diante da oportunidade de "introduzir no Estado um exemplo de arquitetura no estilo clássico da antiguidade". Atribui-se à influência de Jefferson o fato da maioria dos prédios governamentais americanos serem de estilo neo clássico. Por isso o historiador de arquitetura, o americano Fiske Kimball, declarou que "Thomas Jefferson foi o pai da nossa arquitetura nacional."

De Francia, donde ha convivido y estudiado la cultura europea, Jefferson mandaba a Monticello semillas, plantas, estatuas, instrumentos científicos, diseños de arquitectura y muchos libros, que Jefferson, al final de su vida y ya bastante endeudado, vendió al Gobierno y que fue el núcleo del famosa Libary of Congress. Entre ellos, están los "Cuatro Libros de Arquitectura", de Andrea Palladio, a los cuales se refería como la Biblia. Influenciado por la observación in loco y por la lectura de textos sobre arquitectura moderna y antigua, terminó creando un estilo hoy claramente americano que trasparecía en sus propios diseños.

Como Secretario de Estado, Jefferson fue responsable por el proyecto del Distrito Federal de Washington. Trabajando con el Maestro Pierre Charles L'Enfant, contratado para la contrata, él ha ayudado a bocetar el plan piloto de la capital americana y se le consultaba para la elección de los proyectos para los muchos edificios gubernamentales planificados. Según él, se trataba de una oportunidad para "perfeccionar el gusto de sus conterráneos presentándoles maquetas para estudio e imitación". Cuando recibió la invitación para proyectar el Capitolio en Virginia, su estado natal, Jefferson creyó que estaba ante la oportunidad de "introducir en el Estado un ejemplo de arquitectura en el estilo clásico de la antigüedad". Se atribuyó a la influencia de Jefferson el hecho de que la mayoría de los edificios gubernamentales americanos eran de estilo neoclásico. Por eso, el historiador de arquitectura, el americano Fiske Kimball, declaró que "Thomas Jefferson fue el padre de nuestra arquitectura nacional".

MUITO MAIS QUE PRODUTOS

obras de arte

TUMAR®

Desde 1992

www.tumar.com.br | vendas@tumar.com.br

Além de seu trabalho em Monticello, hoje transformado em Museu, foi na Universidade da Virgínia que Thomas Jefferson pôde melhor provar sua capacidade profissional e seu talento arquitetônico. Tinha, a essas alturas da vida, 76 anos. Incansável, batalhou pela autorização da cátedra, pelo terreno, fez os desenhos, planejou o curriculum e foi o seu primeiro Reitor. Os prédios iniciais foram projetados formando uma "vila acadêmica" onde estudantes e professores viveriam, aprenderiam e ensinariam numa grande comunidade. Cada prédio seria um modelo independente de arquitetura, além de moradia e abrigo. Das edificações originais, a Rotunda, inspirada no Panteon de Roma, até hoje chama atenção por sua ousadia. Trata-se do Campus universitário, considerado por muitos americanos como o mais belo e importante do país. Basta dizer que em 1987 as Nações Unidas incluíram a "vila acadêmica" na lista de patrimônios da humanidade.

Em Monticello, além da casa e dos jardins, Jefferson se preocupava com a iluminação, com o aproveitamento dos pequenos espaços, com o desenho de portas, janelas, armários, relógios, candelabros, urnas para café e até mesmo as cortinas. Gostava de embutir camas, de espelhos côncavos, monta-cargas, estantes giratórias, bancos mecanizados. Seus próprios aposentos foram apelidados por um hóspede de "sanctum santorum". Inspirado por uma disposição de ambientes que havia visto e apreciado na França, Jefferson criou quatro espaços interligados; quarto de dormir, estúdio, estufa e pequena biblioteca. Nessa, digamos, suíte-apartamento, ele se dedicava aos seus múltiplos interesses que iam da arquitetura à astronomia, passando pela ciência e pelas plantas. Segundo as memórias escritas por Isaac, um de seus escravos, consertar instrumentos e trabalhar na feitura de pequenos móveis era para sua mente um relaxamento. "Meu mestre tinha uma mão jamais vista para fazer chaves, cadeados e pequenas correntes em ferro e cobre", afirmava.

Además de su trabajo en Monticello, hoy transformado en Museo, fue en la Universidad de Virginia que Thomas Jefferson puede comprobar mejor su capacidad profesional y su talento arquitectónico. Tenía, a esa altura de la vida, 76 años. Incansable, luchó por la autorización de la cátedra, por el terreno, hizo los diseños, planificó el plan de estudio y fue su primer Rector. Los edificios iniciales han sido proyectados formando una "villa académica" donde estudiantes y profesores vinieron, aprendieron y enseñaron en una gran comunidad. Cada edificio sería un modelo independiente de arquitectura, además de vivienda y abrigo. De las edificaciones originales, la Rotunda, inspirada en el Panteón de Roma, hasta hoy llama la atención por su osadía. Se trata del Campus universitarios considerado por muchos americanos como el más bello e importante del país. Basta con decir que en 1987 las Naciones Unidas incluyeron la "villa académica" en la lista de patrimonios de la humanidad.

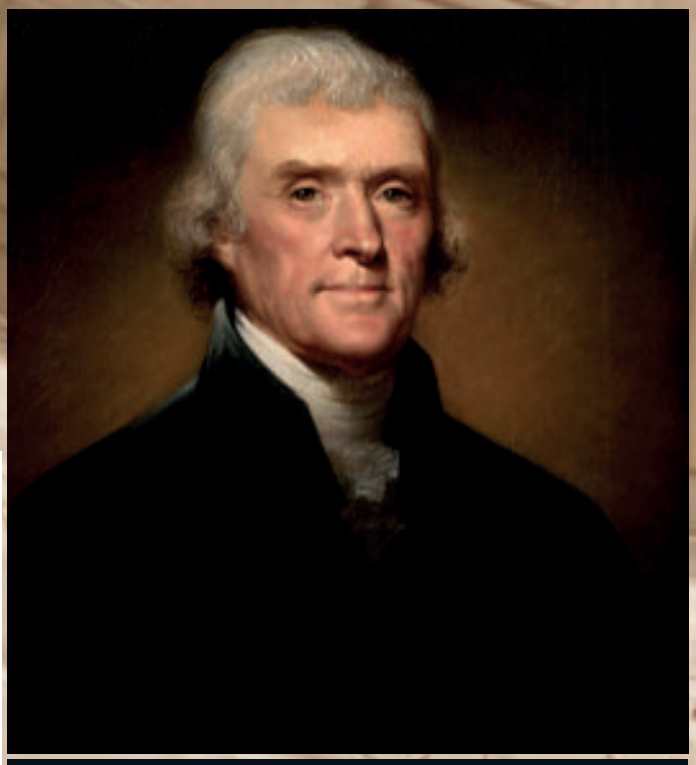
En Monticello, además de la casa y de los jardines, Jefferson se preocupaba con la iluminación, con el aprovechamiento de los pequeños espacios, con el diseño de puertas, ventanas, armarios, relojes, candelabros, urnas para café e incluso las cortinas. Le gustaban embutir camas, los espejos cóncavos, montacargas, estantes giratorias, bancos mecanizados. Sus propios alojamientos recibieron, de un huésped, el apodo de "sanctum santorum". Inspirado por una disposición de ambientes que había visto y apreciado en Francia, Jefferson creó cuatro espacios interconectados; cuarto de dormir, estudio, estufa y pequeña biblioteca. En esta, digamos, suite-piso, él se dedicaba a sus múltiples intereses que iban desde la arquitectura hasta la astronomía, pasando por la ciencia y por las plantas. Según las memorias escritas por Isaac, uno de sus esclavos, arreglar instrumentos y trabajar en la fabricación de pequeños muebles era, para su mente, una relajación. "Mi maestro tenía una mano jamás vista para hacer llaves, candados y pequeñas cadenas en hierro y cobre", afirmaba.

Jefferson gostava de engenhocas, de possuí-las e também de inventá-las. Em seu estúdio tinha as mais variadas ferramentas para observar, medir e registrar a natureza. Influenciado por pensadores do iluminismo como Isaac Newton, Jefferson acreditava que um sistema ordenado racionalmente governava a natureza e que, se aplicando essas regras à ciência, a condição do homem poderia ser muito aprimorada. Gostava do lado de cálculo e matemático da astronomia. Quando Secretário de Estado, instaurou no país o sistema decimal para a moeda e lutou, embora sem sucesso, pela adoção de um sistema também decimal para pesos e medidas. Foi Presidente da Sociedade Filosófica Americana durante 17 anos e é hoje reconhecido nos Estados Unidos como um pioneiro em vários ramos da ciência, como a paleontologia, a etnologia, a geografia e a botânica.

Se fosse vivo, certamente estaria conectado à internet e arquivando e-mails e documentos. Seu estúdio ou gabinete em Monticello é considerado por muitos como o mais antigo dos escritórios modernos. Octogonal, em formato muito de seu gosto, uma pequena estante e uma poltrona, ambas giratórias, e uma mesa com rodinhas. Sobre esta, um polígrafo, a copiadora que inventou e que duplicava as muitas missivas que escrevia e que organizava em conjuntos por ordem alfabética e cronológica. Em vida, escreveu ao menos umas 20 mil cartas e, responder às que recebia, acabou se tornando um suplício do qual muito se queixaria, também em cartas.

A Jefferson le gustan los engendros, además de poseerlas e inventarlas. En su estudio tenía las más variadas herramientas para observar, medir y registrar la naturaleza. Influenciado por pensadores del iluminismo como Isaac Newton, Jefferson creía que un sistema ordenado racionalmente gobernaba la naturaleza y que, si aplicaba estas reglas a la ciencia, la condición del hombre podría ser muy desarrollada. Le gustaba la parte del cálculo y de la matemática en la astronomía. Cuando fue Secretario de Estado, instauró en el país el sistema decimal para la moneda y luchó, aunque sin éxito, por la adopción de un sistema también decimal para pesos y medidas. Fue Presidente de la Sociedad Filosófica Americana durante 17 años, y hoy es reconocido en Estados Unidos como un pionero en varios sectores de la ciencia como la paleontología, la etnología, la geografía y la botánica.

Si fuera vivo, seguramente estaría conectado a Internet y archivando mensajes de correo electrónico y documentos. Su estudio o gabinete en Monticello es considerado por muchos como la más antigua de las oficinas modernas. Octogonal, en un formato muy a su gusto, una pequeña estante y un sillón, ambos giratorios, y una mesa con ruedas. Sobre la mesa, un manual, la copiadora que ha inventado y que duplicaba las muchas misivas que escribía y que organizaba en conjuntos por orden alfabético y cronológico. En vida, escribió por lo menos unas 20 mil cartas y, responder a las que recibía, se convirtió en un suplicio del cual se quejaba mucho, también en cartas.



Foram cinco décadas a serviço de seu país, sob várias vestes, formas e em diferentes circunstâncias. No entanto, aquilo que foi o seu maior divertimento e paixão, a arquitetura, é o que ainda hoje lhe traz louros e lhe amplia a imagem. Em 1993, por ocasião dos 250 anos de seu nascimento, o Instituto Americano de Arquitetos, o homenageou postumamente com uma medalha de ouro por uma vida de grandes realizações e significativas contribuições para a arquitetura e o meio ambiente. Em 2001, Monticello foi o local escolhido para sediar a cerimônia de entrega do Pritsker Prize, considerado o maior prêmio de arquitetura do mundo. Numa viagem aos Estados Unidos, vale o desvio até Monticello para conhecer as curiosas modernidades de um homem nascido em 1743.

Fueron cinco décadas a servicio de su país, bajo varias ropas, formas y en diferentes circunstancias. Sin embargo, aquello fue su principal diversión y pasión, la arquitectura, es lo que hasta hoy le trajo laureles y le amplía la imagen. En 1993, con ocasión de los 250 años de su nacimiento, el Instituto Americano de Arquitectos lo homenajeó, póstumamente, con una medalla de oro por una vida de grandes realizaciones y significativas contribuciones para la arquitectura y el medio ambiente. En 2001, Monticello fue el local elegido para ser sede de la ceremonia de entrega del Pritsker Prize, considerado el principal premio de arquitectura del mundo. En un viaje a Estados Unidos, vale la pena desviar el itinerario para visitar Monticello y conocer las curiosas modernidades de un hombre nacido en 1743.

Home Theater Racks e Painéis Mesas e Complementos

UNIVERSUM

www.universum.com.br
34 3293 1400 - Antonio Prado - RS

HOME THEATER CARRÉ

A TRADUÇÃO PERFEITA DO CONCEITO DE BELEZA E ORIGINALIDADE EM MÓVEIS DE ALTA DECORAÇÃO.

CAPITONÊ: TENDÊNCIA NA DECORAÇÃO

CAPITONÉ: TENDENCIA EN LA DECORACIÓN

Figuras geométricas, geralmente losangos ou quadrados, formados por linhas costuradas presas à estrutura do móvel por botões em seus pontos de interseção, produzindo uma superfície ondulada marcam esta técnica, que surgiu na Inglaterra por volta do ano de 1840. Mas foi o inglês Phillip Stanhope, Conde de Chesterfield, que encomendou e imortalizou, em 1900, a técnica capitonê, com a criação do sofá Chesterfield, com braços arredondados e couro, símbolo da aristocracia britânica e da riqueza. Em 1929 a técnica foi resgatada pelo arquiteto alemão naturalizado americano Ludwig Mies van der Rohe, que projetou a poltrona Barcelona, apresentada no Pavilhão Alemão durante a Feira Internacional de Barcelona. Com estrutura de aço tubular e assento em couro com capitonê, é uma das peças de mobiliário clássicas do design.

Figuras geométricas, generalmente rombos o cuadrados, formados por líneas cosidas prendidas a la estructura del mueble por botones en sus puntos de intersección, produciendo una superficie ondulada marcan esta técnica, que surgió en Inglaterra alrededor del año de 1840. Pero fue el inglés Phillip Stanhope, Conde de Chesterfield, que pidió e inmortalizó, en 1900, la técnica capitoné, con la creación del sofá Chesterfield, con brazos redondeados y cuero, símbolo de la aristocracia británica y de la riqueza. En 1929 la técnica fue rescatada por el arquitecto alemán naturalizado americano Ludwig Mies van der Rohe, que proyectó el sillón Barcelona, presentado en el Pabellón Alemán durante la Feria Internacional de Barcelona. Con estructura de acero tubular y asiento de cuero con capitoné, es una de las piezas de mobiliario clásicas del design.

ARTISAN

TUMAR

Desde então, o capitonê passou a ser considerado um elemento clássico, e hoje é empregado nos vários tipos de decoração. "O acabamento capitonado traduz um estilo mais clássico ao ambiente, mas fica muito bem se agregado a outras peças de estilos diferentes, principalmente se estiver presente em pequenos detalhes", avaliam as designers de interiores mineiras, Fabiana Visacro e Laura Santos, do escritório VS Design. "Acredito que a mistura de elementos de diversos estilos, quando bem projetada, sempre enriquece os ambientes", concorda a arquiteta Estela Netto.

Desde entonces, el capitoné pasó a ser considerado un elemento clásico, y hoy se lo emplea en los varios tipos de decoración. "El acabado capitonado traduce un estilo más clásico al ambiente, pero queda muy bien si se lo agrega a otras piezas de estilos diferentes, principalmente si está presente en pequeños detalles", evalúan las diseñadoras de interiores de Minas Gerais Fabiana Visacro y Laura Santos, de la oficina VS Design. "Creo que la mezcla de elementos de diversos estilos, cuando se la proyecta bien, siempre enriquece los ambientes", concuerda la arquitecta Estela Netto.

ESTOBEL

"O ACABAMENTO CAPITONADO TRADUZ UM ESTILO MAIS CLÁSSICO AO AMBIENTE, MAS FICA MUITO BEM SE AGREGADO A OUTRAS PEÇAS DE ESTILOS DIFERENTES, PRINCIPALMENTE SE ESTIVER PRESENTE EM PEQUENOS DETALHES"

"EL ACABADO CAPITONADO TRADUCE UN ESTILO MÁS CLÁSICO AL AMBIENTE, PERO QUEDA MUY BIEN SI SE LO AGREGA A OTRAS PIEZAS DE ESTILOS DIFERENTES, PRINCIPALMENTE SI ESTÁ PRESENTE EN PEQUEÑOS DETALLES"

CENTURY

STUDIO CASA

FOTO: GLEY THOMAS

ANJOS DO BRASIL

6F DECORAÇÕES

LIBERAL MARINI

BY ART DESIGN

16 abimad
visite nosso estande
nº 622
esquina da rua 500 com a rua F
de 30 de julho a 02 de agosto de 2013
das 10:00h as 19:00h
Centro de Exposições Imigrantes
www.abimad.com.br
68 ANOS
www.artefama.com.br
facebook.com/artefamamoveis
mesa phill
cadeiras paris
ARTEFAMA MÓVEIS
Seu bom gosto reflete a nossa marca!

FEELING

Para a designer de interiores Patrícia Hagobian, a técnica assume um ar vintage nos ambientes, além de sofisticação. “O resultado é um fantástico efeito de luz e sombra, transformando a aparência dos ambientes e dando um destaque especial. Além de valorizar a ideia do clássico, o capitonê oferece a possibilidade de fugir do convencional. O uso dessa técnica é muito amplo. Além de ser usado em cadeiras, poltronas ou sofás, aparece também em papéis de parede, cabeceiras de cama, painéis e até mesmo em estampas cerâmicas”, explica.

Para la diseñadora de interiores Patrícia Hagobian, la técnica asume un aire vintage en los ambientes, además de sofisticación. “El resultado es un fantástico efecto de luz y sombra, transformando la apariencia de los ambientes y dando un destaque especial. Además de valorar la idea de lo clásico, el capitoné ofrece la posibilidad de escapar de lo convencional. El uso de esa técnica es muy amplio. Además de ser usado en sillas, sofás o sofás aparece también en papeles de pared, cabeceras de cama, paneles e incluso en estampas cerámicas”, explica.

TIRONI

MÓVEIS CACIQUE

SSF Paisagismo
ssfdecoracao@ssfdecoracao.com.br

FERRARI

NUSA DUA

ARTEFAMA

URBAN

ITALSOFA / LEATHER EDITIONS - NATUZZI GROUP

Rudnick.com.br

Seu estilo com estilo

Rudnick

Móveis de Qualidade

casual · terra brasilis · elegance · smart

SIR DESIGN

ESTOFADOS JARDIM

LIDER

MANNES

FONTES: • VS DESIGN - VSDECORACAO.BLOGSPOT.COM.BR • ARQ. ESTELA NETTO - ESTELA-NETTO.BLOGSPOT.COM.BR • WWW.PATRICIAHAGOBIAN.COM.BR
Fuentes: • VS Design - vsdecoracao.blogspot.com.br • Arq. Estela Netto - estela-netto.blogspot.com.br • www.patriciahagobian.com.br

DESIGN CANINO

DESIGN CANINO

OS ANIMAIS INVADIRAM A DECORAÇÃO, ESPECIALMENTE OS CÃES. O MELHOR AMIGO DO HOMEM ESTÁ IMORTALIZADO EM ESCULTURAS, ESTATUETAS, QUADROS, PORTA-LIVROS E MUITO MAIS. VEJA UMA SELEÇÃO DE OBJETOS PARA DECORAR QUALQUER AMBIENTE COM PERSONALIDADE E MUITO ESTILO.

LOS ANIMALES INVADIERON LA DECORACIÓN, ESPECIALMENTE LOS PERROS. EL MEJOR AMIGO DEL HOMBRE ESTÁ INMORTALIZADO EN ESCULTURAS, ESTATUAS, CUADROS, PORTALIBROS Y MUCHO MÁS. VEA UNA SELECCIÓN DE OBJETOS PARA DECORAR CUALQUIER AMBIENTE CON PERSONALIDAD Y MUCHO ESTILO.

NUSA DUA

CIA DAS FOLHAS

GERMÂNIA

MODALI

HOME & GARDEN

LIBERAL MARINI

URBAN

RIBEIRO E PAVANI

6F DECORAÇÕES

FOTOS: DIVULGAÇÃO / RODRIGO NIEMEYER / HELENA YOSHIOKA
Fotos: Divulgación / Rodrigo Niemeyer / Helena Yoshioka

DESIGN FEITO PARA VIVER.

lider,

A Lider Interiores tem representantes em todo o Brasil.
Confira a lista completa no site. Revenda: (37) 3244-0371

liderinteriores.com.br liderinterioresperfil @LiderInteriores

RECÉM-CHEGADOS
RECIÉN LLEGADOS

RETRÔ

Inspirada no design do mobiliário dos anos 50, a Lider Interiores lança a mesa de centro Stile, em madeira e acabamento com qualidade artesanal.

www.liderinteriores.com.br

RETRO

Inspirada en el diseño del mobiliario de los años 50, Líder Interiores lanza la mesa de centro Stile, en madera y acabado con calidad artesanal.

CERÂMICA

A coleção de maçãs da Cores da Terra, especializada na arte da cerâmica, é sucesso nas principais lojas de decoração e design da Europa. Estão disponíveis nas cores branca, preta, vermelha, bronze, prata e ouro, do tamanho mini ao escultural.

CERÁMICA

La colección de manzanas de Cores da Terra, especializada en el arte de la cerámica, es éxito en las principales tiendas de decoración y diseño de Europa. Están disponibles en los colores blanco, negro, rojo, bronce, plata y oro, del tamaño mini al escultural.

www.coresdaterra.com.br

CONEXÃO

Com pés unidos por arcos, a mesa lateral Soho, do designer Fernando Loizate, é a novidade da Formanova. Seguindo a tendência atual, o tampo de vidro é pintado em dourado.

CONEXIÓN

Con patas unidas por arcos, la mesa lateral Soho, del diseñador Fernando Loizate, es la novedad de Formanova. Siguiendo la tendencia actual, la cobertura de vidrio tiene el color dorado.

FOTO: MAÍRA ALLEMAND

CANDY

Depois da Color Blocking (cores fortes), os tons pastéis (Candy Color) estão em alta. A Butzke aposta nesta tendência e lança duas cores novas, cinza e rosa nude.

CANDY

Después del Color Blocking (colores fuertes), los Candy Color (tonos pasteles) están en alta. Butzke apuesta en esta tendencia y lanza dos colores nuevos, el gris y el rosa nude.

www.butzke.com.br

BRILHO

Desenvolvida pelo arquiteto Eduardo Mourão, a nova coleção da Studio Casa contempla diversos estilos, do clássico ao rústico. Algumas peças receberam acabamento de tachas, como sofás, cadeiras, poltronas, racks e cômodas.

BRILLO

Desarrollada por el arquitecto Eduardo Mourão, la nueva colección de Studio Casa incluye diversos estilos, desde el clásico hasta el rústico. Algunas piezas recibieron acabado de tachas, como sofás, sillas, sillones, racks y cómodas.

www.studiocasa.com.br

LACA

Com design limpo e linhas retas, o buffet Labirinto, da Arte Nova, é revestido em laca alto brilho branca. A junção de dois móveis resulta em uma peça com medida total de 2,40m.

LACA

Con diseño limpio y líneas rectas, el buffet Laberinto, de Arte Nova, está revestido en laca alto brillo blanca. La unión de dos muebles resulta en una pieza con medida total de 2,40m.

www.artenova.ind.br

ÍCONE

Pela primeira vez na história da indústria de móveis adultos, a Urban licencia a marca Coca-Cola e lança uma linha de mobiliário da marca mais valiosa do mundo! Com design contemporâneo e explorando as estampas ícones da marca, a coleção é composta de sofás, poltronas, cadeiras, mesas de jantar, mesas de centro e de canto, bancos e banquetas, aparadores, racks de TV, entre outras peças.

ÍCONO

Por primera vez en la historia de la industria de muebles adultos, ¡la Urban obtiene la licencia de la marca Coca-Cola y lanza una línea de mobiliario de la marca más valiosa del mundo! Con diseño contemporáneo y utilización de estampas íconos de la marca, la colección está compuesta por sofás, sillones, sillas, mesas de comedor, mesas de centro y rinconeras, bancos y banquetas, aparadores, racks para televisor, entre otras piezas.

www.urbanbrasil.com.br

NATUREZA

A Roncali Decor homenageia as formas e texturas encontradas na natureza. Tons amadeirados, formas orgânicas e texturas naturais da madeira são valorizados na coleção de adornos de parede.

NATURALEZA

Roncali Decor homenajea las formas y texturas encontradas en la naturaleza. Se valoran los tonos amaderados, las formas orgánicas y las texturas naturales de la madera en la colección de adornos de pared.

www.roncalidecor.com.br

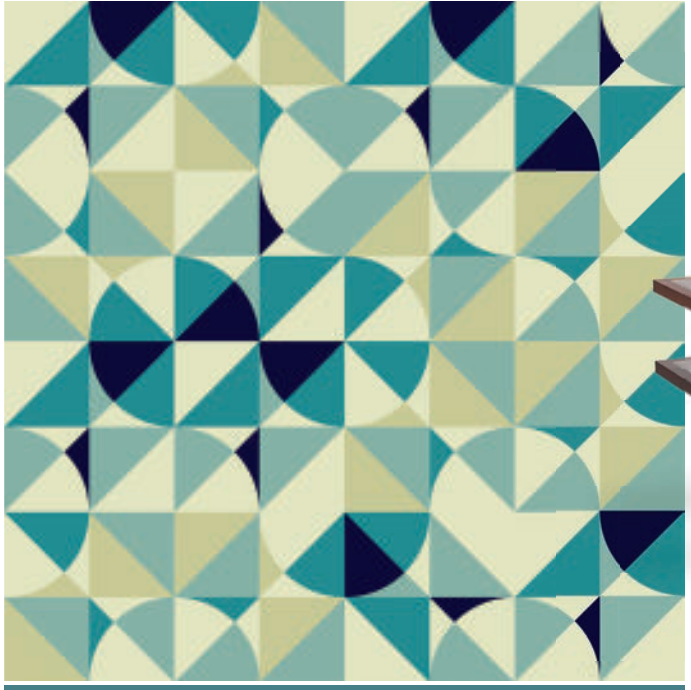
RESINA

Peça que marca a chegada da resina à fábrica da Tokglass, o castiçal Elipse traz retoques de modernidade e apresenta toda a versatilidade de manuseio do material. Com acabamento em pintura laca brilho, os castiçais estão disponíveis em doze cores e dois tamanhos.

RESINA

Pieza que marca la llegada de la resina a la fábrica de Tokglass, el candelabro Elipse trae retoques de modernidad y presenta toda la versatilidad de manejo del material. Con acabado en pintura laca brillo, los candelabros están disponibles en doce colores y dos tamaños.

www.tokglass.com.br



ARTE

Considerado um dos principais artistas da azulejaria brasileira modernista, Alexandre Mancini desenvolveu para a Art Image um quadro composto por uma base de MDF, sobreposta com vidro.

ARTE

Alexandre Mancini, considerado uno de los principales artistas de azulejería brasileña modernista, ha desarrollado para Art Image un cuadro compuesto por una base en MDF, sobrepuesta con vidrio.

www.artimage.com.br

CRIATIVIDADE

O aparador 04, da Steel Forma, possui estrutura de aço carbono laqueada e tampo de vidro com acabamento em madeira. A peça é assinada pelo designer Pedro Mendes.

CREATIVIDAD

El aparador 04, de Steel Forma, cuenta con estructura de acero carbono laqueada y cobertura de vidrio con acabado en madera. La pieza recibe la firma del diseñador Pedro Mendes.

www.steelforma.com.br

ESTILO

Encostos articulados e assentos retráteis são os diferenciais do sofá Kinto, da Salvatore. Em couro, o estofado proporciona conforto e requinte ao ambiente.

ESTILO

Respaldos articulados y asientos retráctiles son los diferenciales del sofá Kinto, de Salvatore. En cuero, el mueble proporciona comodidad y requinte al ambiente.

www.salvatoreminuano.com.br

ARTESANIA

Com altura regulável, a mesa da Artesania Actual é fabricada em ferro fundido com tampo de madeira de demolição.

ARTESANIA

Con altura regulable, la mesa de Artesania Actual está fabricada en hierro fundido con cobertura de madera de demolición.

www.artesaniaactual.com.br

REQUINTE

A versatilidade da Cômoda Bombê, da Bolis Design, associada com a beleza da laca colorida. Em estilo clássico francês, a peça é assinada pelo designer Sergio Bolis.

REQUINTE

La versatilidad de la Cómoda Bombê, de Bolis Design, aliada a la belleza de la laca colorida. En estilo clásico francés, la pieza recibe la firma del diseñador Sergio Bolis.

www.bolis.com.br

SINTÉTICO

Fabricado na Turquia, a linha de tapetes Omega Carving, da Via Star, é 100% polipropileno. São duas opções de cores (prata / bege) e três modelos de estampas em alto relevo.

SINTÉTICO

Fabricado en Turquía, la línea de alfombras Omega Carving, de Via Star, es el 100% polipropileno. Son dos opciones de colores (plata/beis) y tres modelos de estampas en alto relieve.

www.viastar.com.br

www.rudnick.com.br

ELEGÂNCIA

Retangular ou quadrada, a mesa Grécia, da linha Elegance, da Rudnick, apresenta o design contemporâneo sobreposto a curvas, brilhos e combinações únicas. As partes retas são revestidas com lâminas de carvalho, enquanto as partes curvas são inspiradas nas chinoiseries, uma mistura de elementos de estilo ocidental e oriental criada por Thomas Chippendale no século XVII.

ELEGANCIA

Rectangular o cuadrada, la mesa Grecia, de la línea Elegance, de Rudnick, presenta el diseño contemporáneo superpuesto a curvas, brillos y combinaciones únicas. Las partes rectas están revestidas con láminas de roble, mientras que las partes curvas se inspiran en las chinoiseries, una mezcla de elementos de estilo occidental y oriental creado por Thomas Chippendale en el siglo XVII.

TOQUE ESPECIAL

A Les Coussins lança sua nova coleção de almofadas decorativas com inspiração étnica. As peças, exclusivas, são 100% algodão.

TOQUE ESPECIAL

Les Coussin lanza su nueva colección de almohadones decorativos con inspiración étnica. Las piezas, exclusivas, son el 100% algodón.

www.lescoussins.com.br

ORIENTE

Importado da China, este móvel da Nusa Dua é fabricado artesanalmente com madeira nobre. Formas simples, porém rico em detalhes.

ORIENTE

Importado de China, este mueble de Nusa Dua ha sido fabricado artesanalmente con madera noble. Formas sencillas, pero ricas en detalles.

www.nusadua.com.br

MADEIRA

Com uma base de metal, a mesa Steel, da Artefama, é produzida com madeira maciça no estilo demolição, assim como a cristaleira Canela. Já a cadeira Paris possui estrutura em carvalho e acabamento natural que realça os detalhes da madeira.

MADERA

Con una base de metal, la mesa Steel, de Artefama, ha sido producida con madera maciza en el estilo demolición, así como el trinchador Canela. La silla Paris tiene estructura en roble y acabado natural, que realza los detalles de la madera.

www.artefama.com.br

CHAISE

Superfícies trabalhadas com texturas, relevo e volumes são características do matelassê, que é tendência na decoração. A Chaise Dolce, da Tumar, é um exemplo desta clássica técnica que confere à peça um efeito acolchoado.

CHAISE

Superficies trabajadas con texturas, relieve y volúmenes son características del matelassé, que es tendencia en la decoración. La Chaise Dolce, de Tumar, es un ejemplo de esta técnica clásica, que brinda a la pieza un efecto acolchado.

www.tumar.com.br

ZEBRA

Inspirada na tendência Animal Print, a cômoda da 6F Decorações é fabricada em madeira, revestida com osso incrustado e puxadores trabalhados artesanalmente.

CEBRA

Inspirada en la tendencia Animal Print, la cómoda de 6F Decorações ha sido fabricada en madera, revestida con hueso incrustado y tiradores trabajados artesanalmente.

www.6f.com.br

CONFORTO

Apostando na mistura do design contemporâneo, a Móveis Cacique lança o modelo Thor, um estofado modular criado com uma nova técnica nas espumas que garante conforto aos assentos. O estofado é revestido em couro Cronos, matéria-prima com toque suave e aspecto macio e robusto.

COMODIDAD

Apostando en la mezcla del diseño contemporáneo, Móveis Cacique lanza el modelo Thor, un mueble modular creado con una nueva técnica en las espumas, que garantiza comodidad a los asientos. El mueble está revestido en cuero Cronos, materia prima con toque delicado y aspecto suave y robusto.

www.moveiscacique.com.br

DIVERSIDADE

Com mais de 170 opções de tecidos, a poltrona Vicenza, da Estofados Tironi, possui base giratória de alumínio e estrutura em compensado moldado.

DIVERSIDAD

Con más de 170 opciones de tejidos, el sillón Vicenza, de Estofados Tironi, tiene base giratoria de aluminio y estructura en compensado moldado.

www.estofadostironi.com.br

ECO

Criativo, o sofá Deli, da Brisa Móveis, tem assento em alumínio revestido com fibra natural. Assinado pelo Studio Ninho, os pés são em madeira nobre Cumaru, de manejo sustentável e resistente às variações climáticas.

ECO

Creativo, el sofá Deli, de Brisa Móveis, tiene asiento en aluminio revestido con fibra natural. Con la firma del Studio Ninho, las patas están hechas en madera noble Cumaru, de manejo sostenible y resistente a las variaciones climáticas.

www.brisamoveis.com

FUNCIONAL

O Home Carré, da Universum, foi desenvolvido para ser usado em dormitórios. Com profundidade menor e altura do painel mais alta, para que a TV possa ser vista da cama, o projeto é da Daz Design. Os gavetões são amplos, as prateleiras de vidro são revestidas com fitas de Led e há um nicho lateral para acomodar objetos.

FUNCIONAL

El Home Carré, de Universum, ha sido desarrollado para uso en dormitorios. Con profundidad menor y altura del panel más alta, para que se pueda ver el televisor desde la cama, el proyecto es de Daz Design. Los cajones son amplios, las estanterías de vidrio están revestidas con cintas Led, y hay un nicho lateral para acomodar objetos.

www.universum.com.br

LUXO

Com aplicação de ouro 24k, o vaso Edge, da Cristais di Murano, é a novidade criada pela designer Odette Cavalli.

LUJO

Con aplicación de oro 24k, el florero Edge, de Cristais di Murano, es una novedad creada por la diseñadora Odette Cavalli.

www.cristaisdimurano.com.br

ACONCHEGO

A coleção Valverde, composta por cômoda e cabeceira, é uma das novidades da Sir Design. O mobiliário, em MDF, é revestido com lâmina de jequitibá.

CALIDEZ

La colección Valverde, compuesta por cómoda y cabecera, es una de las novedades de Sir Design. El mobiliario, en MDF, está revestido con lámina de jequitibá.

www.sirdesign.com.br

rivatti
móveis
www.rivatti.com.br

www.SPAZZIONOBRE.com.br

Elegância e sofisticação vindas dos produtos de qualidade Spazzio Nobre.

SPAZZIO

ESTILO DE VIDA

ANGELA HIRATA

ALMA BRASIL

GRANDE ENTUSIASTA DO PAÍS, ANGELA HIRATA É ESPECIALISTA EM TRANSFORMAR MARCAS NACIONAIS EM OBJETO DE DESEJO NO EXTERIOR.

ALMA BRASIL. GRAN ENTUSIASTA DEL PAÍS, ANGELA HIRATA ES ESPECIALISTA EN CONVERTIR MARCAS NACIONALES EN OBJETO DE DESEO EN EL EXTERIOR.

FILHA DE JAPONESES, POVO TRADICIONALMENTE CONHECIDO POR SEU PATRIOTISMO, ANGELA HIRATA FOGE À REGRA. "EU NUNCA MORARIA NO JAPÃO. É UM PAÍS QUE DÁ STRESS. É UMA COBRANÇA QUE VOCÊ NÃO ENXERGA. ASSIM COMO EM OUTROS PAÍSES, EXISTE CRIME E CORRUPÇÃO. O BRASIL É O MELHOR PAÍS DO MUNDO PARA SE MORAR. GOSTO DE VISITAR O JAPÃO, GOSTO DE IR À FRANÇA, MAS ESTE PAÍS É O MEU, ADORO".

Responsável pela internacionalização das sandálias Havaianas, do Grupo Alpargatas, a executiva posicionou a marca no mercado externo e tornou o produto brasileiro reconhecido e desejado. Entre 2001 e 2004, ela e sua equipe estudaram o mercado, firmaram parcerias e abriram pontos de vendas. "A Alpargatas me deu a oportunidade de fazer com que o produto fosse reconhecido no mercado internacional como Made in Brazil. Foi um período curto, mas todos estavam alinhados, desde a diretoria até a minha equipe. Quando você tem um bom planejamento e existe um bom alinhamento, é possível fazer. Até hoje atuo como conselheira do Grupo".

HIJA DE JAPONESES, PUEBLO TRADICIONALMENTE CONOCIDO POR SU PATRIOTISMO, ANGELA HIRATA ES EXCEPCIÓN A LA REGLA. "YO NUNCA VIVIRÍA EN JAPÓN. ES UN PAÍS QUE GENERA ESTRÉS. ES UNA IMPOSICIÓN QUE UNO NO SE DA CUENTA. ASÍ COMO EN OTROS PAÍSES, EXISTE CRIMEN Y CORRUPCIÓN. BRASIL ES EL MEJOR PAÍS DEL MUNDO PARA VIVIR. ME GUSTA VISITAR JAPÓN, ME GUSTA IR A FRANCIA, PERO ESTE ES MI PAÍS, ME ENCANTA".

Responsable por la internacionalización de las sandalias Havaianas, del Grupo Alpargatas, la ejecutiva posicionó la marca en el mercado externo e hizo que se reconociera y se deseara el producto brasileño. Entre 2001 y 2004, ella y su equipo estudiaron el mercado, cerraron alianzas y abrieron puntos de ventas. "Alpargatas me dio la oportunidad de hacer que se reconociera el producto en el mercado internacional como Made in Brazil. Fue un período corto, pero todos estaban alineados, desde la dirección hasta mi equipo. Cuando hay una buena planificación y existe una buena alineación, es posible hacerlo. Hasta hoy actúo como consejera del Grupo".

MIOLO NO PDV

Formada em Administração de Empresas, seu primeiro trabalho para o mercado externo foi em 1990, com a Azaléia S/A, onde foi Presidente da TNK Comércio Internacional, empresa fundada pelo grupo para atuar na exportação e importação. "Por necessidade dos empresários brasileiros, buscamos insumos que não existiam no Brasil para a fabricação de tênis, como couro artificial. Éramos um grande fornecedor para empresas como Penalty, Reebok e a própria Alpargatas", explica. Com a cisão da empresa, da qual era sócia, Angela trabalhou como consultora de marketing para a Phillips do Brasil na área de telefonia móvel. Foi neste período que recebeu a proposta da Alpargatas. "Eu me sinto bastante empreendedora, que nada mais é que um sonho, o ideal de querer ser alguma coisa. Eu sempre tive esse desejo de fazer com que os produtos brasileiros fossem reconhecidos no mercado externo até por conta da valorização excessiva que temos com os produtos que vem de fora", conta.

MADE IN...

Italy, France, Japan... o olho do consumidor sempre vai para estas marcas. Mas, hoje, o Made in Brazil já começa a ser reconhecido por europeus, asiáticos e americanos. A Muji, maior empresa de varejo japonesa, com 300 lojas no Japão e outras 200 espalhadas pelo mundo, vieram para o Brasil para comprar produtos com "brasilidade". A rede, que comercializava desde itens de moda até mobiliário, fez inúmeras visitas ao país. "Estou visitando empresas com os compradores da Muji, que estão escolhendo os produtos. Nós sabemos fazer, mas não sabemos vender, porque não confiamos e acreditamos no nosso produto. Quando você posiciona a marca, não esbarramos na questão do custo pela distância, por exemplo. A Havaianas é um produto simples, mas desde o momento que você posiciona a marca, tem mercado. Se vender no vale quanto pesa é complicado, é trocar por qualquer centavo", ressalta.

Graduada en Administración de Empresas, su primer trabajo para el mercado externo fue en 1990, con Azaléia S/A, donde ha sido Presidente de TNK Comércio Internacional, empresa fundada por el grupo para actuar en la exportación e importación. "Debido a la necesidad de los empresarios brasileños, buscamos insumos que no existían en Brasil para la fabricación de zapatillas, como cuero artificial. Éramos un gran proveedor para empresas como Penalty, Reebok y la propia Alpargatas", explica. Con la cisión de la empresa, de la cual era socia, Angela ha trabajado como consultora de marketing para Phillips de Brasil en el área de telefonía móvil. Fue en este período que recibió la propuesta de Alpargatas. "Me siento muy emprendedora, que no es nada más que un sueño, el ideal de querer ser algo. Siempre he tenido el deseo de hacer que se reconocieran los productos brasileños en el mercado externo incluso debido a la valoración excesiva que tenemos con los productos que vienen de fuera", cuenta.

MADE IN...

Italy, France, Japan... la mirada del consumidor siempre se dirige a estas marcas. Pero, hoy día, los europeos, asiáticos y americanos ya comienzan a reconocer el Made in Brazil. Muji, empresa minorista más grande de Japón, con 300 tiendas en Japón y otras 200 ubicadas por el mundo, llegaron a Brasil para comprar productos con "brasilidad". La red, que comercializa desde ítems de moda hasta mobiliario, hizo innúmeras visitas al país. "Estoy visitando a empresas con los compradores de Muji, que están eligiendo los productos. Nosotros sabemos hacerlo, pero no sabemos venderlo, porque no confiamos y tampoco creemos en nuestro producto. Cuando se posiciona la marca, no tropezamos en el tema del costo por la distancia, por ejemplo. Havaianas es un producto sencillo, pero desde el momento en que se posiciona la marca, hay mercado. Si vender según el 'vale lo que pesa' es complicado, es cambiar por cualquier centavo", señala.

MIOLO NOS PONTOS DE VENDA

ANGELA HIRATA E O ATOR JAPONÊS

MIOLO NO CARDÁPIO DOS RESTAURANTES NO JAPÃO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O sucesso da Havaianas foi pautado por um correto planejamento estratégico traçado pela equipe liderada por Angela. "Eu fui para o mercado posicionar a marca, não para vender volume, porque isso vem naturalmente a partir do momento em que você situa a marca. O produto começa a ser desejado e aí sim, temos volume de vendas. Este foi o grande segredo da Havaianas", revela. Ela explica que é importante entender o que a empresa busca, como ela quer ser reconhecida, quais os mercados que deseja atingir e, principalmente, vender massivamente ou vender como marca. "O planejamento deve ser bem estruturado, não pode ser conjuntural, imediatismo ou oportunismo".

Na época, a Alpargatas não tinha verba para investimento em mídia e o budget incluía passagens e hospedagens para abertura de pontos de venda e procura de distribuidores locais. E o sucesso aconteceu, pois as sandálias estavam nas melhores lojas de Paris e Nova York, por exemplo. "Vendíamos pouco no início, mas abrimos a pirâmide. O produto passou a ser desejado e hoje o volume de vendas vem de qualquer parte do mundo, com o trabalho realizado pela minha sucessora, sempre inovando mas respeitando o conceito e a identidade do produto. Eu acredito que não existe grande ou pequeno, o que existe é necessidade de planejamento. Onde tem ser humano, tem mercado".

RESPEITO

Outro fator essencial para o sucesso de uma marca no exterior é saber respeitar a cultura local e seus costumes. "Existem muitas barreiras para exportar, mesmo dentro do Brasil temos diferentes culturas. Temos barreiras tributárias, técnicas, o protecionismo e a barreira cultural. Esta é a única que não dá para negociar. Você deve tentar entender e trabalhar com as pessoas como se fosse uma extensão da empresa. Este é um dos fatos importantes na minha visão". Seguindo o mesmo conceito, na outra ponta, está o respeito pelos profissionais envolvidos no projeto. Para Angela, uma marca bem sucedida é resultado de talentos de todos de uma empresa. "A Alpargatas sabe fazer muito bem isso, desde as pessoas que varrem o chão até a presidência", afirma.

PÓS

Pouco tempo depois da sua saída da Alpargatas, como Diretora Executiva, Angela Hirata atuou como vice-presidente de marketing da varejista Camicado, que foi adquirida pela Lojas Renner. Uma de suas ações para valorizar a marca foi a criação de uma linha de louças desenhada pelo estilista Kenzo Takada.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Se ha pautado el éxito de Havaianas según una correcta planificación estratégica trazada por el equipo liderado por Angela. "Fui al mercado a posicionar la marca, no para vender volumen, porque eso viene naturalmente a partir del momento en que se ubica la marca. Se comienza a desear el producto y, sólo entonces, tenemos volumen de ventas. Este fue el gran secreto de Havaianas", revela. Ella aclara que es importante entender lo que la empresa busca, como ella quiere ser reconocida, cuáles son los mercados que desea alcanzar y, principalmente, vender masivamente o vender como marca. "La planificación debe estar bien estructurada, no puede ser coyuntural, inmediatismo u oportunismo".

En la época, Alpargatas no tenía recursos para invertir en publicidad y el budget incluía pasajes y hospedajes para abrir puntos de venta y buscar distribuidores locales. Y hemos tenido éxito, porque las sandalias estaban en las mejores tiendas de París y Nueva York, por ejemplo. "Vendíamos poco en el comienzo, pero abrimos la pirámide. Se pasó a desear el producto y, al presente, el volumen de ventas viene de cualquier parte del mundo, con el trabajo realizado por mi sucesora, siempre innovando y respetando el concepto y la identidad del producto. Creo que no existe grande o pequeño, sino que existe necesidad de planificación. Donde hay ser humano, hay mercado".

RESPETO

Otro factor esencial para el éxito de una marca en el exterior es saber respetar la cultura y sus costumbres. "Existen muchas barreras para exportar, incluso dentro de Brasil tenemos diferentes culturas. Tenemos barreras tributarias, técnicas, el proteccionismo y la barrera cultural. Esta es la única que no se puede negociar. Hay que intentar entender y trabajar con las personas como si fuera una extensión de la empresa. Este es uno de los hechos importante desde mi punto de vista". Siguiendo el mismo concepto, en la otra punta está el respeto por los profesionales involucrados en el proyecto. Para Angela, una marca exitosa es resultado de los talentos de todos de una empresa. "Alpargatas sabe hacerlo muy bien, desde las personas que limpian el piso hasta la presidencia", afirma.

DESPUÉS

Poco tiempo después de su salida de Alpargatas, como Directora Ejecutiva, Angela Hirata trabajó como vicepresidente de marketing de la minorista Camicado, que fue adquirida por Lojas Renner. Una de sus acciones para valorar la marca fue la creación de una línea de vajillas diseñadas por el estilista Kenzo Takada.

STUDIO CASA

EDUARDO MOURÃO

www.studiocasa.com.br

Em 2006, ela se uniu a mais dois sócios e abriu a Suriana, empresa especializada em negócios internacionais com o objetivo de viabilizar as transações comerciais e a estruturação dos relacionamentos entre parceiros no Brasil e no exterior. E, logicamente, Angela já contabiliza mais um case de sucesso, em uma área bem diferente das sandálias, o vinho. O trabalho foi iniciado com o Ibravin - Instituto Brasileiro do Vinho - , de Santa Catarina, e posteriormente, com a Miolo Wine Group, hoje uma das maiores exportadoras de vinhos do Brasil. Em um trabalho de quase dois anos, a Suriana foi a responsável para que os vinhos da Miolo fossem reconhecidos por importantes sommeliers do Japão e vencedores, por quatro vezes, como melhor vinho em degustações às cegas, concorrendo com produtos franceses, italianos, australianos, africanos, chilenos, entre outros. "A Miolo já estava no mercado do Japão na época, mas era consumido pelos decasséguis brasileiros e não no mercado japonês. Hoje as celebridades locais consomem Miolo e o produto passou a ser desejado. Está nos melhores pontos de venda, no ano passado, foi escolhido como um dos melhores vinhos, conquistando até medalha de ouro. Isso é valorização do produto e a partir disso você percebe quantos produtos de qualidade nós temos", comemora.

Mesmo conhecendo os problemas brasileiros e os problemas que poderemos enfrentar com os grandes eventos que acontecem nos próximos anos, Angela Hirata é muito positiva. "Eu acho o país maravilhoso. Talvez, se fosse no Japão, na Alemanha não teríamos os problemas de infraestrutura, por exemplo, mas acho que isso não afeta de forma alguma os nossos produtos no exterior. Temos Embraer, Gerdau, Oscar Niemeyer, Brasília reconhecida na Unesco, ou seja, não é só samba. Talvez nós mesmos estamos criando este preconceito. Sabemos fazer tanta coisa bonita, colorida, criativa, alegre. É muito importante a herança cultural; existe esta miscigenação, somos filhos de imigrantes japoneses, europeus, africanos, todos em harmonia e paz. Isso tudo se transforma em um produto".

E Angela, através da Suriana, também já faz o caminho inverso, ou seja, promove produtos do exterior no Brasil. A empresa abriu mercado para o Liberty London, um tecido de algodão estampado inglês de alta qualidade que já é usado por marcas como Forum e Dudalina. "Deu muito certo a ponto de montarem uma filial no Brasil para importar e distribuir. Então, se tiver qualidade, que é o diferencial, dá certo".

AMAZÔNIA X MOBILIÁRIO

Com um sócio italiano, Angela Hirata tem uma marca de bolsas fabricadas com laminados de borracha extraídos da Amazônia. A marca foi licenciada para uma empresa de Firenze, onde são produzidas e comercializadas em toda a Europa e Japão. "A aceitação é boa, mas a escala de produção é pequena, porque o produto é artesanal". E é na riqueza natural do Brasil que ela aposta como caminho para o futuro. "Eu aproveitaria muito mais o marketing natural que o Brasil tem, a Amazônia, usando o conceito da sustentabilidade, o cuidado com a madeira, a valorização do produto brasileiro. Esta é a ferramenta que o Brasil tem, por exemplo, para posicionar os móveis no mercado externo. A Amazônia é para sempre. Não existe reserva natural de tamanha grandiosidade. Isso tem um apelo muito forte, inclusive emocional. Vender e comprar é pela emoção".

www.suriana.com.br

ANGELA HIRATA COM O DISTRIBUIDOR DA MIOLO NO JAPÃO

En 2006, ella se unió a otros dos socios y abrió Suriana, empresa especializada en negocios internacionales con el objetivo de viabilizar las transacciones comerciales y la estructuración de las relaciones entre aliados en Brasil y en el exterior. Y, por supuesto, Angela ya contabiliza otro caso de éxito en un área muy diferente de las sandalias, el vino. El trabajo fue iniciado con el Ibravin –Instituto Brasileño del Vino–, de Santa Catarina, y, posteriormente, con Miolo Wine Group, actualmente una de las exportadoras de vinos más grandes de Brasil. En un trabajo de casi dos años, Suriana fue la responsable por el reconocimiento de los vinos de Miolo entre importantes sommeliers de Japón y fueron ganadores, por cuatro veces, como el mejor vino en degustaciones a las ciegas, compitiendo con productos franceses, italianos, australianos, africanos, chilenos, entre otros. "Miolo ya estaba en el mercado de Japón en la época, pero, se lo consumía por los dekaseguis brasileños y no en el mercado japonés. Actualmente, las celebridades locales consumen Miolo y el se pasó a desear el producto. Ahora está en los mejores puntos de venta y, el año pasado, fue elegido como uno de los mejores vinos, conquistando incluso la medalla de oro. Ello es la valoración del producto y, a partir de eso, uno se da cuenta de cuántos productos de calidad nosotros tenemos", conmemora.

A pesar de conocer los problemas brasileños y los que podemos enfrentar con los grandes eventos que se realizan los próximos años, Angela Hirata es muy positiva. "El país me parece maravilloso. Tal vez, si fuera en Japón o en Alemania no tendríamos los problemas de infraestructura, por ejemplo, pero creo que eso no afecta de ningún modo a nuestros productos en el exterior. Tenemos Embraer, Gerdau, Oscar Niemeyer, Brasília reconocida en Unesco, o sea, no es sólo samba. Puede que nosotros mismo estemos creando este prejuicio. Sabemos hacer tantas cosas lindas, coloridas, creativas, alegres. Es muy importante la herencia cultural; existe este mestizaje, somos hijos de inmigrantes japoneses, europeos, africanos, todos en armonía y paz. Todo eso se convierte en un producto".

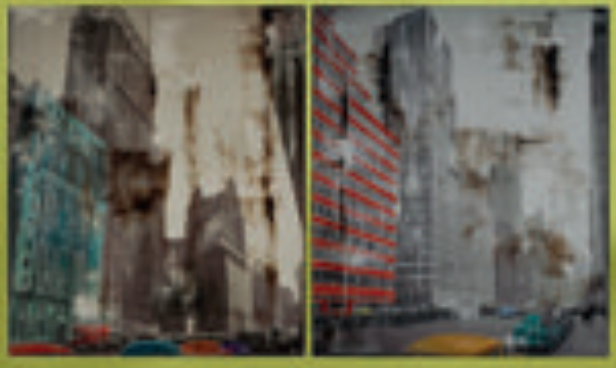
Y Angela, a través de Suriana, también ya viene por el camino contrario, o sea, promueve productos del exterior en Brasil. La empresa abrió mercado para Liberty London, un tejido de algodón estampado inglés de alta calidad que ya se usa en marcas como Forum y Dudalina. "Fue muy exitoso a punto de abrir una filial en Brasil para importar y distribuir. Entonces, si tiene calidad, que es el diferencial, será exitoso".

AMAZONIA X MOBILIARIO

Con un socio italiano, Angela Hirata tiene una marca de bolsos fabricados con laminados de goma extraídos de Amazonia. La marca ha sido licenciada por la empresa de Firenze, donde se los producen y se los comercializan por toda Europa y Japón. "La aceptación es buena, pero la escala de producción es pequeña, porque el producto es artesanal". Y es en la riqueza natural de Brasil que ella aposta como camino para el futuro. "Yo aprovecharía mucho más el marketing natural que Brasil tiene, Amazonia, usando el concepto de la sostenibilidad, el cuidado con la madera, la valoración del producto brasileño. Esta es la herramienta que Brasil tiene, por ejemplo, para posicionar los muebles en el mercado externo. Amazonia es para siempre. No existe reserva natural de tanta grandiosidad. Eso tiene un apelo muy fuerte, incluso emocional. Vender y comprar es por la emoción".

Ana Verona

arte • criatividade • sofisticação



ARTE e BOM GOSTO não podem faltar no seu AMBIENTE.

www.anaverona.com.br - fone: (15) 3264-1279

VITRINE DE LUXO
VITRINA DE LUJO

CURVAS

Em homenagem ao arquiteto Oscar Niemeyer, a joalheria H.Stern lança uma nova coleção inspirada em seus desenhos. A parceria criativa se iniciou em 2008, quando o arquiteto completou 100 anos de vida. Agora, as 34 novas joias, foram aprovadas pelo próprio, em seu derradeiro ano de vida. Contornos sinuosos, linhas leves e contínuas podem ser vistos em anéis, brincos, pendentes e pulseiras, em ouro amarelo ou ouro branco com diamantes.

CURVAS

En homenaje al arquitecto Oscar Niemeyer, la joyería H.Stern lanza una nueva colección inspirada en sus diseños. La alianza creativa comenzó en 2008, cuando el arquitecto completó 100 años de vida. Ahora, las 34 nuevas joyas han sido aprobadas por él mismo, en su postrero año de vida. Se pueden ver contornos sinuosos, líneas livianas y continuas en anillos, pendientes, colgantes y pulseras, en oro amarillo y oro blanco con diamantes.

www.hstern.com.br

HIGH LIGHT

A clutch, bolsa de mão estruturada, conhecida também como bolsa carteira, foi criada por Hermés em 1930. Ideal para festas, o acessório voltou à moda. Em metal, revestidas com cristais austríacos, a marca Donna Brasil, especializada em bolsas femininas, lança diversos modelos, cores, formatos e estilos, muito brilho, luxo e sofisticação.

HIGH LIGHT

La clutch, cartera de mano estructurada, conocida también como bolsa billetera, ha sido creada por Hermés en 1930. Ideal para fiestas, el accesorio volvió a ser moda. En metal, revestidas con cristales austríacos, la marca Donna Brasil, especializada en bolsos femeninos, lanza diversos modelos, colores, formatos y estilos, con mucho brillo, lujo y sofisticación.

www.donnabrasil.com.br

NOBREZA

Produzido em ouro rose 18 quilates e com vidro de safira sintética à prova de arranhões, o modelo Oyster Perpetual Day-Date, da Rolex, conjuga prestígio e exclusividade. As horas são marcadas por pedras preciosas: oito diamantes e dois rubis. O mostrador, na cor chocolate, tem calendário instantâneo que indica a data e o dia da semana por extenso.

NOBLEZA

Producido en oro rosa 18 quilates y con vidrio de zafiro sintético a prueba de arañazos, el modelo Oyster Perpetual Day-Date, de Rolex, conyuga prestigio y exclusividad. Piedras preciosas marcan las horas: ocho diamantes y dos rubíes. El mostrador, en el color chocolate, tiene calendario instantáneo que indica la fecha y el día de la semana por extenso.

www.rolex.com

De que são feitos os **sonhos**?

Cabeceira
Poliana

CABECEIRA ESTOFADA
ESTILO CAPITONÊ

De muita **inspiração**, muita **inovação** e grande **eficiência**. É isto que a **Sir Design** oferece em cada produto que desenvolve.

www.**sirdesign**.com.br

SIR DESIGN

ALTA-COSTURA

Com sete lojas no Brasil (São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Curitiba), a marca de luxo italiana Ermenegildo Zegna foi fundada em 1910 na cidade italiana de Trivero, como uma fábrica de tecidos. Hoje, a centenária grife de moda masculina possui 560 lojas em mais de cem países. Tradicional por seus ternos, a marca apresenta também diversas opções de acessórios.

ALTA COSTURA

Con siete tiendas en Brasil (São Paulo, Río de Janeiro, Brasília y Curitiba), la marca de lujo italiana Ermenegildo Zegna fue fundada en 1910 en la ciudad italiana de Trivero, como una fábrica de tejidos. Actualmente, la centenaria grife de moda masculina tiene 560 tiendas en más de cien países. Tradicional por sus trajes, la marca presenta también diversas opciones de accesorios.

www.zegna.com

YATCH

A Officine Panerai, marca de relógios italianos que nasceu a partir da fabricação de instrumentos de medição e precisão para a Marinha, está lançando a coleção Contemporânea, com dois modelos esportivos do Luminor 1950 3 Days Chrono Flyback: aço inoxidável ou ouro rose. O relógio possui calibre P.9100, desenvolvido na fábrica da marca florentina, em Neuchâtel, Suíça.

YATCH

Officine Panerai, marca de relojes italianos que nació a partir de la fabricación de instrumentos de medición y precisión para la Marina, está lanzando la colección Contemporánea, con dos modelos deportivos del Luminor 1950 3 Days Chrono Flyback: acero inoxidable u oro rosa. El reloj tiene calibre P.9100, desarrollado en la fábrica de la marca florentina, en Neuchâtel, Suiza.

www.panerai.com

PREMIUM

Para comemorar o aniversário de dez anos da "Caneta do Ano" da exclusiva coleção Graf von Faber-Castell, a empresa lança uma edição limitada de apenas 10 canetas tinteiro com a tampa coroada com diamantes. O corpo é em madeira carvalho, cujos veios foram reproduzidos em ouro maciço, formando o corpo cilíndrico da caneta, que tem também dois citrinos e 58 diamantes cravados, totalizando 4,6 quilates.

PREMIUM

Para conmemorar el aniversario de diez años de la "Lapicera del Año" de la exclusiva colección Graf von Faber-Castell, la empresa lanza una edición limitada de sólo 10 lapiceras tintero con la tapa coronada con diamantes. El cuerpo es de madera roble, cuyas vetas se han reproducido en oro macizo, formando el cuerpo cilíndrico de la lapicera, que tiene también dos citrinos y 58 diamantes clavados, totalizando 4,6 quilates.

www.faber-castell.com.br

Armil
MÓVEIS

Prazer em estar em casa.

www.moveisarmil.com.br

FÁBRICA + GRAMADO
Av. Primeiro de Maio, 3140, Várzea Grande
54 3266.8270 e 3266.8257
comercial@moveisarmil.com.br

FOTOS: DIVULGAÇÃO / CAUÊ DINIZ

BRÉSIL

Com produtos fabricados localmente e inspirados nos biomas brasileiros, a nova marca do grupo francês L´Occitane, L'Occitane au Brésil, tem como mote 'Uma Nova História Cheia de Vida'. São duas linhas: Jenipapo do Cerrado e Mandacaru da Caatinga, com 18 produtos para o corpo, cabelo e mãos.

BRÉSIL

Con productos fabricados localmente e inspirados en los biomas brasileños, la nueva marca del grupo francés L'Occitane, L'Occitane au Brésil, tiene como mote "Una Nueva Historia Llena de Vida". Son dos líneas: Jenipapo do Cerrado y Mandacaru da Caatinga, con 18 productos para el cuerpo, pelo y manos.

www.loccitane.com.br

BANHO DE LUXO

Com linhas delicadas e femininas, ressaltadas pelo brilho dos cristais Swarovski, a Sabbia está lançando uma banheira com aplicação manual de 4.030 cristais. São apenas 10 peças e, tanto os desenhos como a posição dos cristais, podem ser personalizados.

BAÑO DE LUJO

Con líneas delicadas y femeninas, resaltadas por el brillo de los cristales Swarovski, Sabbia está lanzando una bañera con aplicación manual de 4.030 cristales. Son sólo 10 piezas y se pueden personalizar tanto los dibujos como la posición de los cristales.

www.sabbia.com.br

SENSUAL

O Dolce&Gabbana Pour Femme é a novidade de perfumaria da marca italiana criada por Domenico Dolce e Stefano Gabbana. A fragrância simboliza o estilo da dupla, que tornou a beleza do Mediterrâneo um ícone global. Flor de Neroli e laranjeira, framboesa, tangerina verde, jasmim, sândalo entre outras essências se misturam com as notas de base da baunilha.

SENSUAL

El Dolce&Gabbana Pour Femme es la novedad de perfumería de la marca italiana creada por Domenico Dolce y Stefano Gabbana. La flagrancia simboliza el estilo del dúo, que convirtieron la belleza del Mediterráneo en un ícono global. Flor de Neroli y naranjo, frambuesa, mandarina verde, jazmín, sándalo entre otras esencias se mezclan con las notas de base de vainilla.

SAC 0800 7725500

Design com estilo e praticidade

O melhor do mercado
internacional está
reunido em um só lugar

+55 *11 5666-7999*
Rua Dr. Brasílio Machado Neto,
122, Bairro Socorro - São Paulo/SP

COLLEZIONE

ChinaShopping

www.chinashopping.com.br

www.hyundaiglobalnews.com

FIRST CLASS

A Hyundai, em parceria com a Hermés, marca francesa de luxo famosa por seus produtos de couro, desenvolveu o modelo Equus by Hermés. O carro-conceito, com apenas três unidades, faz parte de um projeto da montadora cujo objetivo é compreender os valores da marca e criar, sem limitações, novas formas de direcionar o desenvolvimento de carros para o futuro.

FIRST CLASS

Hyundai, en alianza con Hermés, marca francesa de lujo reconocida por sus productos de cuero, desarrolló el modelo Equus by Hermés. El coche concepto, con sólo tres unidades, es parte de un proyecto de la ensambladora, cuyo objetivo es entender los valores de la marca y crear, sin limitaciones, nuevos modos de administrar el desarrollo de coches para el futuro.

2 RODAS

A Trousseau, marca brasileira de roupas de cama, mesa e banho, lançou sua bicicleta personalizada, fabricada artesanalmente por uma empresa italiana. A bike reproduz um modelo de estilo antigo, porém com toda comodidade das bicicletas modernas, usando apenas materiais certificados. São dois modelos, masculino e feminino, equipados com guidão e selim de couro, três velocidades, suporte traseiro, luzes e outras funcionalidades.

2 RUEDAS

Trousseau, marca brasileña de blanquería y manteles, lanzó su bicicleta personalizada, fabricada artesanalmente por una empresa italiana. La bike reproduce un modelo de estilo antiguo, pero con toda la comodidad de las bicicletas modernas, usando sólo materiales certificados. Son dos modelos, masculino y femenino, equipados con manillar y sillín de cuero, tres velocidades, soporte trasero, luces y otras funcionalidades.

www.trousseau.com.br

NÁUTICA

O estaleiro Fishing, em parceria com o estúdio Donald Blount Naval Architects and Marine Engineering, apresenta a Fishing 375 Solarium, uma lancha que incorpora um solarium e uma cama de casal ao console central, com aproveitamento máximo dos espaços de circulação. Com 11,42 metros de comprimento, o barco agrega um tanque de combustível com capacidade para mil litros e velocidade máxima de 55 KNTS.

NÁUTICA

El astillero Fishing, en alianza con el estudio Donald Blount Naval Architects and Marine Engineering, presenta la Fishing 375 Solarium, una lancha que incorpora un solárium y una cama de dos plazas a la consola central, con aprovechamiento máximo de los espacios de circulación. Con 11,42 metros de longitud, el barco añade un tanque de combustible con capacidad para mil litros y velocidad máxima de 55 KNTS.

www.fishing.com.br

www.moveisherval.com.br

A LEI DA ATRAÇÃO.

Design, esmero, qualidade, classe, conforto.
Atração imediata, sucesso absoluto.

MARCA APROVADA

ART É TUDO.

Herval

A VIDA ACONTECE NUM HERVAL

ALEMANHA: CERVEJA, CULTURA E MUITA ARQUITETURA

ALEMANIA: CERVEZA, CULTURA Y MUCHA ARQUITECTURA

DIVIDIDA EM OCIDENTAL E ORIENTAL DURANTE A 2ª GUERRA MUNDIAL (1949), A ALEMANHA FOI REUNIFICADA EM 1990. PARLAMENTARISTA E DEMOCRÁTICA, A ALEMANHA É COMANDADA POR UM PRIMEIRO-MINISTRO E POSSUI UM CHEFE DE ESTADO, QUE É O PRESIDENTE. PAÍS MAIS POPULOSO DA EUROPA, COM 82 MILHÕES DE HABITANTES, A ALEMANHA É MARCADA POR DIVERSAS INFLUÊNCIAS CULTURAIS, SENDO UM PAÍS MODERNO E LIBERAL.

DIVIDIDA EN OCCIDENTAL Y ORIENTAL DURANTE LA 2ª GUERRA MUNDIAL (1949), ALEMANIA SE REUNIFICÓ EN 1990. PARLAMENTARISTA Y DEMOCRÁTICA, ALEMANIA ES COMANDADA POR UN PRIMER MINISTRO Y TIENE UN JEFE DE ESTADO, QUE ES EL PRESIDENTE. EL PAÍS MÁS POBLADO DE EUROPA, CON 82 MILLONES DE HABITANTES, ALEMANIA ES MARCADA POR DIVERSAS INFLUENCIAS CULTURALES, SIENDO UN PAÍS MODERNO Y LIBERAL.

VISTA PARA O RIO NO CREPÚSCULO DE FRANKFURT

LAGO ALSTER (BINNENALSTER), EM HAMBURGO

FOTO: ASTUDIO - SHUTTERSTOCK.COM

Com alto nível cultural, a Alemanha também é conhecida como o país dos poetas e pensadores, entre eles Goethe, Heine, Rilke, Bach e Beethoven. São cerca de 300 teatros, 130 orquestras profissionais, 630 museus de arte espalhados por 16 Estados com paisagens variadas e cortados pelos rios Danúbio, Reno ou Elba. O país abriga 37 patrimônios mundiais da UNESCO entre monumentos históricos, conjuntos arquitetônicos, instalações industriais e paisagens naturais. Palácios, castelos, abadias, mosteiros, catedrais, vales e bosques fazem da Alemanha um dos países mais bonitos da Europa.

BERLIM

Capital e maior cidade do país, com 3,4 milhões de habitantes, Berlim é moderna, sofisticada, arrojada e convive em harmonia com o antigo. Foi lá que, em 1989, os alemães orientais se juntaram aos ocidentais e derrubaram o muro que dividia a cidade em capitalista e socialista. Desde então, passou por uma completa transformação urbanística, com a reconstrução de edifícios históricos e implantação de novos bairros. A vida noturna da cidade é agitada e conhecida mundialmente, assim como a gastronomia, que abrange todas as culinárias.

Con alto nivel cultura, Alemania también es conocida como el país de los poetas y pensadores, entre ellos Goethe, Heine, Rilke, Bach y Beethoven. Son cerca de 300 teatros, 130 orquestras profesionales, 630 museos de arte divididos por 16 Estados con paisajes variados y cortados por los ríos Danubio, Reno y Elba. El país alberga 37 patrimonios mundiales de UNESCO entre monumentos históricos, conjuntos arquitectónicos, instalaciones industriales y paisajes naturales. Palacios, castillos, abadías, monasterios, catedrales, valles y bosques hacen de Alemania uno de los países más lindos de Europa.

BERLÍN

Capital y la ciudad más grande del país, con 3,4 millones de habitantes, Berlín es moderna, sofisticada, arrojada y convive en harmonía con lo antiguo. Fue en esta ciudad que, en 1989, los alemanes orientales se unieron a los occidentales y derribaron el muro que dividía la ciudad en capitalista y socialista. Desde entonces, pasó por una completa transformación urbanística, con la reconstrucción de edificios históricos e implantación de nuevos barrios. La vida nocturna de la ciudad es agitada y conocida mundialmente, así como la gastronomía, que abarca todas las culinarias.

CATEDRAL CHURCH, BERLIM

PORTÃO DE BRANDEMBURGO, BERLIM

FOTO: ASTUDIO / SHUTTERSTOCK.COM

que personalizam ambientes.

impulso

IRIMAR

www.irimar.com.br/lojista . 47.3644-2599

ESTAÇÃO HAUPBAHNOF, FRANKFURT – DB

BRANDHORST MUSEUM – MUNIQUE

HAMBURGO

Chamada de Veneza da Alemanha, a cidade tem mais de 2400 pontes (mais que Veneza e Amsterdã juntas) e abriga um dos maiores portos do mundo. Hamburgo é um exemplo de arquitetura com estilos variados.

FRANKFURT

Porta de entrada do país e centro financeiro internacional. É lá que está a sede do Banco Central Europeu, do Banco Federal Alemão e da Bolsa de Valores de Frankfurt, assim como do Deutsche Bank entre outros. O aeroporto é o mais movimentado do mundo e a Estação Central é o maior terminal de trens da Europa. Cidade natal de Goethe e Anne Frank, possui cerca de 60 museus e galerias de arte.

CERVEJA

São cerca de 1200 cervejarias que produzem mais de 5 mil marcas. Aromas, cores e sabores marcam o país que é apaixonado pela cerveja, 3ª bebida mais consumida, perdendo apenas para a água e o café!

CASTELO DE NEUSCHWANSTEIN

O Castelo foi apontado por turistas estrangeiros em pesquisa realizada pelo German National Tourist Board (GNTB) como o melhor lugar para se visitar na Alemanha. Com inspiração gótica e localizado no sul da Baviera, foi construído na segunda metade do século XIX, inspirado no "Castelo da Bela Adormecida" e com muitas referências às óperas do compositor Richard Wagner.

www.neuschwanstein.de

HAMBURGO

Conocida como Venecia de Alemania, la ciudad tiene más de 2400 puentes (más que Venecia y Ámsterdam juntas) y alberga uno de los puertos más grandes del mundo. Hamburgo es un ejemplo de arquitectura con estilos variados.

FRANKFURT

Puerta de entrada del país y centro financiero internacional. Es allí que está la sede del banco Central Europeo, del Banco Federal Alemán y de la Bolsa de Valores de Frankfurt, así como del Deutsche Bank entre otros. El aeropuerto es el más frecuentado del mundo y la Estación Central es la terminal de trenes más grande de Europa. Ciudad natal de Goethe y Anne Frank, tiene cerca de 60 museos y galerías de arte.

CERVEZA

Son cerca de 1200 cervecerías que producen más de 5 mil marcas. Aromas, colores y sabores marcan el país, que es apasionado de la cerveza, 3ª bebida más consumida, ¡perdiendo sólo para el agua y el café!

CASTILLO DE NEUSCHWANSTEIN

El Castillo fue indicado por los turistas extranjeros en encuesta realizada por el German National Tourist Board (GNTB) como el mejor lugar para visitar en Alemania. Con inspiración gótica y ubicado al sur de Baviera, fue construido en la segunda mitad del siglo XIX, inspirado en el "Castillo de le Bella Durmiente" y con muchas referencias a las óperas del compositor Richard Wagner.

| MÓVEIS | TÊXTEIS | UTILITÁRIOS | ACESSÓRIOS |LUMINÁRIAS | VASOS | DECORAÇÃO PARA INTERIORES E EXTERIORES |

WHAREHOUSE

3000m2 de Showroom
Em pronta entrega

www.wharehouse.com.br

Rua Herbert Alfred Landsberger 135 - Jardim Bélgica - 11 5524 0476

TEMPORADA ALEMANHA + BRASIL 2013-2014

Até junho de 2014 acontece a "Temporada da Alemanha no Brasil". Com o tema "Quando ideias se encontram", ocorrem inúmeros eventos em todo o Brasil com objetivo de apresentar a autêntica e moderna imagem da Alemanha aliada à economia e à cultura, bem como ao desenvolvimento da ciência. Entre os temas abordados estão economia, cultura, tecnologia, inovação, educação, ciência, desenvolvimento sustentável e esporte. O projeto é organizado pelo Ministério das Relações Exteriores da Alemanha, a BDI Brazil Board, o Goethe-Institut, o Ministério de Educação e Pesquisa da Alemanha e o Ministério para Cooperação e Desenvolvimento. Confira a programação completa no site: www.alemanha-e-brasil.org

DICA DO ASSOCIADO

A cidade de Colônia abriga as maiores feiras mundiais em mais de 25 setores, entre elas a de mobiliário Imm Cologne e a Interzum, de fornecedora para indústria moveleira. Com 284.000 m² de pavilhões e 100.000 m² de áreas externas, garantindo o quinto lugar entre as maiores instalações de feiras do mundo, a Feira de Colônia, como é conhecido o centro de feiras, recebe a cada ano 2,5 milhões de visitantes e mais de 44.000 expositores. Confira as dicas de Guido Otte, Presidente da Butzke.

"Quem vai a uma feira em Colônia, não pode deixar de visitar os inúmeros bares, restaurantes e cervejarias com produção no local à beira do Reno e suas imediações, assim como a Catedral e o Museu Romano Germano, que fica próximo à Catedral. Para locomoção dentro da cidade, use o metrô. Já para deslocamentos dentro da Alemanha, o trem funciona muito bem. As estações estão no centro das cidades, o que permite perder um tempo mínimo na espera".

TEMPORADA ALEMANIA + BRASIL 2013-2014

Hasta junio de 2014 se realiza la "Temporada de Alemania en Brasil". Con el tema "Cuando Ideas se Encuentran", se realizan innúmeros eventos en todo Brasil con el objetivo de presentar la auténtica y moderna imagen de Alemania aliada a la economía y a la cultura, así como al desarrollo de la ciencia. Entre los temas abordados están economía, cultura, tecnología, innovación, educación, ciencia, desarrollo sostenible y deporte. El proyecto es organizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Alemania, BDI Brazil Board, Goethe-Institut, el Ministerio de Educación e Investigación de Alemania y el Ministerio para Cooperación y Desarrollo. Consulte la programación completa en la página web: www.alemanha-e-brasil.org

CONSEJOS DEL ASOCIADO

La ciudad de Colonia alberga las ferias mundiales más grandes en 25 sectores, entre ellas la de mobiliario Imm Cologne. Con 284.000 m² de pabellones y 100.000 m² de áreas externas, lo que garantiza el quinto puesto entre las instalaciones de ferias más grandes del mundo, la Feria de Colonia, como es conocido el centro de ferias, recibe a cada año a 2,5 millones de visitantes y a más de 44.000 expositores. Mira los consejos de Guido Otte, Presidente de Butzke.

"Quien va a una feria en Colonia, no puede dejar de visitar los innúmeros bares, restaurantes y cervecerías con producción en el local a la orilla del Reno y sus inmediaciones, así como la Catedral y el Museo Romano Germano, que está cerca de la Catedral. Para el transporte dentro de la ciudad, usa el metro. Para traslados dentro de Alemania, el tren funciona muy bien. Las estaciones están en el centro de las ciudades, lo que permite perder un tiempo mínimo en la espera".

GUIDO OTTE

daf
BRITTO

POLTRONA

UMA OBRA DE ARTE NO MEIO DA SUA CASA

WWW.DAFBRITTO.COM.BR
FACEBOOK.COM/DAFMOBILIARIO

CONHEÇA ESSA E OUTRAS NOVIDADES NA ABIMAD!
Rua 600, esquina com a rua G / estande 629.

TRENS

A Alemanha possui uma das melhores infraestruturas de transporte da Europa. Cortam o país cerca de 13 mil Km de estradas e quase 35 mil km de trilhos, que transportam passageiros entre as 5.400 estações ferroviárias, além dos mais de 40 aeroportos à disposição.

A Rail Europe, a maior distribuidora de bilhetes de trens europeus do mundo, comercializa o German Rail Pass, ticket que oferece viagens ilimitadas pela Alemanha em trens e ônibus operados pela Deutsche Bahn, além de gratuidades em museus e city tours. A versão Extension também possibilita viagens aos arredores da Alemanha, como Bruxelas, Praga e algumas cidades da Áustria e Itália.

www.raileurope.com.br

ICE - EXTERNA, BERLIM

TRENES

Alemania cuenta con una de las mejores infraestructuras de transporte de Europa. Cortan el país cerca de 13.000 km de carreteras y casi 35.000 km de rieles, que transportan a pasajeros entre las 5.400 estaciones ferroviarias, además de los más de 40 aeropuertos a la disposición.

Rail Europe, la distribuidora de billetes de trenes europeos más grande del mundo, comercializa el German Rail Pass, ticket que ofrece viajes ilimitados por Alemania en trenes y autobuses operados por Detsche Bahn, además de gratuidades en museos y city tours. La versión Extension también ofrece viajes a los alrededores de Alemania, como Bruxelas, Praga y algunas ciudades de Austria e Italia.

ICE - ESTAÇÃO HAUPT, BERLIM

MUNIQUE ÓTICA DOS ARQUITETOS

Apaixonados pela Alemanha, os arquitetos Luciano Dalla Marta e Marcelo Mota nos dão as dicas de uma de suas cidades preferidas: Munique, a capital da Baviera. Confira.

"Na última vez que voltamos, optamos pelo hotel Louis, que fica bem no Viktuaienmarkt, o mais conhecido mercado de comidas da cidade. O hotel é bem contemporâneo, moderno e elegante, com a sobriedade tão característica dos alemães. No verão eles abrem um terraço na cobertura e você pode tomar um drink ou jantar. O Louis tem um hotel irmão que se chama Cortiina, que fica bem perto do centro histórico. No bairro Maxvorstadt, que fica próximo ao centro, você vai encontrar um lugar para quem gosta de arte. Reunidas em poucos quarteirões estão os três principais museus de arte da cidade: a Alte Pinakothek, a Neuen Pinakothek e a nossa preferida, a Pinakothek der Moderne, projetada pelo arquiteto alemão Stephan Braunfels. Vale a visita só pelo prédio. Todo em concreto e vidro, é um exemplo impressionante da arquitetura contemporânea da Alemanha. Há exposições de design, mobiliário, automóveis, joias e uma infinidade de assuntos todos ligados a cultura urbana.

Do lado de fora da Neuen Pinakothek existe um restaurante chamado Hunsinger (www.restauranthunsinger.com) muito charmoso e que utilizou um recurso arquitetônico super bacana: ele é rebaixado em relação à rua, desta forma todo o barulho dela fica de fora e você fica num jardim interno com espelhos d'água e pássaros".

MÚNICH ÓPTICA DE LOS ARQUITECTOS

Apasionados por Alemania, los arquitectos Luciano Dalla Marta y Marcelo Mota nos dan consejos de una de sus ciudades preferidas: Múnich, la capital de Baviera. Entérate.

"La última vez que volvimos, optamos por el Hotel Louis, que está justo en el Viktuaienmarkt, el mercado de comidas más conocido de la ciudad. El hotel es muy contemporáneo, moderno y elegante, con la sobriedad tan característica de los alemanes. Durante el verano, ellos abren una terraza en el ático y puedes tomar un trago o cenar. El Louis tiene un hotel hermano que se llama Cortiina, que está muy cerca del centro histórico.

En el barrio Maxvorstadt, que está cerca del centro, puedes encontrar un lugar ideal para el que le gusta el arte. Reunidas en pocas manzanas están los tres principales museos de arte de la ciudad: Alte Pinakothek, Neuen Pinakothek y nuestra preferida, Pinakothek der Moderne, proyectada por el arquitecto alemán Stephan Braunfels. Vale la visita sólo por el edificio. Todo hecho en hormigón y vidrio, es un ejemplo impresionante de la arquitectura contemporánea de Alemania. Hay exposiciones de diseño, mobiliario, automóviles, joyas y una infinidad de temas relacionados con la cultura urbana.

Del lado de fuera de Neuen Pinakothek hay un restaurante muy elegante llamado Hunsinger (www.restauranthunsinger.com), en el que se ha utilizado un recurso arquitectónico muy interesante: está rebajado con relación a la calle, con eso, todo el ruido de ella se queda fuera y uno se queda en un jardín interno con espejos de agua y pájaros".

byartdesign.com.br

LUCIANO DALLA MARTA E MARCELO MOTA

RESTAURANTE THERESA MUNIQUE

"Se você não estiver cansado, recomendamos conhecer o Brandhorst Museum, cuja fachada é composta de painéis cerâmicos vitrificados e aço colorido, formando um edifício único no mundo. Outra dica é o do museu de arte contemporânea Lehnbachhaus, uma vila florentina da época de 1870 que recentemente recebeu um bloco de brises dourados, projetado pelo escritório inglês Foster+partners, um dos mais importantes da atualidade. No verão este novo bloco parece um "cubo de ouro" refletindo o sol da tarde.

Em termos de arquitetura, três lugares são roteiro certo em Munique: o Parque Olímpico, que mesmo tendo sido projetado para as Olimpíadas de 1972, continua atual e extremamente arrojado. Para os amantes do futebol e também da boa arquitetura não deixe de visitar a Alianz Arena, o estádio mais famoso da cidade recoberto em placas de acrílico e iluminação em led colorido. E por último, reserve uma tarde para a BMW Welt que abriga o museu e o showroom da marca. O prédio tem arquitetura pós-moderna e sua construção é uma das mais impressionantes e instigantes em termos de arquitetura que já vimos. Sua cobertura em vidro foi inspirada no formato das nuvens sustentada por 11 pilares laterais e um pilar central.

A gastronomia é um ponto que vale ser explorado em Munique. Na Maximilianstrasse, a rua das grandes marcas internacionais, fica o Brenner Grill (www.brennergrill.de). No meio do salão, com as colunatas de pedra originais do edifício, fica um super grill e você pode acompanhar o movimento dos chefs preparando o seu prato. A comida é imperdível, assim como o bar na entrada principal. Outro lugar que achamos sensacional é o Theresa (www.theresa-restaurant.com), na Thererienstrasse. São diversos ambientes aconchegantes e bem planejados e dá até para confundir com uma loja de design. O destaque, além da comida, são as luminárias, desde as mais simples até as arandelas de papel machê desenvolvidas pela Diesel para Foscarini italiana.

Se você é fã de carne, o paraíso é o Zum Goldenen Kalb (www.zum-goldenen-kalb.de), na Blumenstrasse. No fundo do restaurante você encontra uma "adega" de carnes. O maitre explica tudo sobre o que você nem sabia que poderia existir sobre carnes, como safras, maturação, origem, etc.

Se você gostou do filme Austin Powers, seu destino é o restaurante Tantris (www.tantris.de), com mobiliário, luminárias e carpete laranja que forra o piso, as paredes e o teto. Você vai se sentir nos anos 60, época em que foi projetado e se mantém conservado e original até hoje. O serviço é tradicional, a carta de vinhos é impecável e a grande surpresa veio ao final, quando o maitre nos perguntou para onde iríamos e chamou um motorista uniformizado com uma BMW que nos levou até nosso destino como cortesia da casa! Aproveitem e boa viagem.

Luciano Dalla Marta - www.ldmarquitetura.com
Marcelo Mota - www.mmotadesign.com.br
Mais informações: www.germany.travel/pt

"Si no estás cansado, recomendamos conocer el Brandhorst Museum, cuya fachada está compuesta por paneles cerámicos vitrificados y acero colorido, formando un edificio único en el mundo. Otra sugerencia es el museo de arte contemporánea Lehnbachhaus, un pueblo florentino de la época de 1870 que recientemente recibió un bloque de parasoles dorados, proyectado por la oficina inglesa Foster+partners, una de las más importantes de la actualidad. Durante el verano, este nuevo bloque parece un "cubo de oro", reflejando el sol toda la tarde.

En términos de arquitectura, tres lugares son indispensables en Múnich: el Parque Olímpico, que aunque haya sido proyectado para las Olimpíadas de 1972, sigue siendo actual y extremadamente arrojado. Los apasionados del fútbol y también de la buena arquitectura no puede dejar de visitar la Alianz Arena, el estadio más famoso de la ciudad, recubierto con placas de acrílico e iluminación en led colorido. Y, por último, reserva una tarde para la BMW Welt, que alberga el museo y el showroom de la marca. El edificio tiene arquitectura posmoderna y su construcción es una de las más impresionantes e instigadoras en términos de arquitectura que ya hemos visto. Su cobertura en vidrio ha sido inspirada en el formato de las nubes y está sostenida por 11 pilares laterales y un pilar central.

La gastronomía es un punto que vale la pena explorar en Múnich. En Maximilianstrasse, la calle de las grandes marcas internacionales, está el Brenner Grill (www.brennergrill.de). En el medio del salón, con las columnatas de piedra originales del edificio, se encuentra un súper grill y puedes acompañar el movimiento de los chefs preparando los platos. La comida es imperdible, así como el bar en la entrada principal. Otro logar que nos parece sensacional es el Theresa (www.theresa-restaurant.com), en la Thererienstrasse. Son diversos ambientes acogedores y bien planificados, que incluso se los pueden confundir con una tienda de diseño. El destaque, además de la comida, son las lámparas, desde las más simples hasta las lámparas de pared de papel maché desarrolladas por Diesel para Foscarini italiana.

Si eres fan de la carne, el paraíso es el Zum Goldenen Kalb (www.zum-goldenen-kalb.de), en la Blumenstrasse. Al fondo del restaurante, puedes encontrar una "bodega" de carnes. El maitre aclara todo sobre lo que uno no se imagina que podría existir acerca de las carnes, como cosechas, maduración, origen, etc.

Si te ha gustado la película Austin Powers, tu destino es el restaurante Tantris (www.tantris.de), con mobiliario, lámparas y alfombra naranja que reviste el piso, las paredes el techo. Vas a sentirte en los años 60, época en la que ha sido proyectado y se mantiene conservado y original hasta hoy. El servicio es tradicional, la carta de vinos es impecable y la gran sorpresa llegó al final, cuando el maitre nos preguntó adónde iríamos y llamó a un chofer uniformizado, ¡que vino en una BMW y nos llevó hasta nuestro destino como cortesía de la casa! Que lo disfruten y tengan un buen viaje".

Luciano Dalla Marta - www.ldmarquitetura.com
Marcelo Mota - www.mmotadesign.com.br
Más informaciones: www.germany.travel/pt

Fotos: Divulgação / Rail Europe / Arquivo Pessoal Luciano Dalla Marta / Marcelo Mota / Rodrigo Niemeyer

WWW.CAMACADESIGN.COM

Camacã

design em madeira

Aproveitar a madeira, preservando a natureza, levando vida e arte aos ambientes é a missão da Camacã Design.

Leve esse conceito para sua empresa e seja parceiro da natureza.

BASE DE MESA

COMPROMISSO AMBIENTAL

EM PERIGO MATA ATLÂNTICA

FÁBRICA - SHOW ROOM

Telefone (71) 8224 6911

Email: fabrica@camacadesign.com

Fazenda Nossa Srª de Fátima, BR 101
KM 584 - Camacan - Bahia
CEP 45880-000

16ª ABIMAD: CORES E FORMAS

16ª ABIMAD: COLORES Y FORMAS

MAIS UMA VEZ OS FABRICANTES DE MÓVEIS E ACESSÓRIOS DE ALTA DECORAÇÃO SE REÚNEM DURANTE A 16ª EDIÇÃO DA ABIMAD, MAIOR FEIRA DO SEGMENTO NA AMÉRICA LATINA, QUE ACONTECE DE 30 DE JULHO A 02 DE AGOSTO DE 2013 NO CENTRO DE EXPOSIÇÕES IMIGRANTES, EM SÃO PAULO. OCUPANDO UMA ÁREA DE QUASE 16 MIL M² DE ESTANDES, OS 104 EXPOSITORES APRESENTAM UM MIX DE PRODUTOS QUE INCLUEM MÓVEIS E OBJETOS DE DECORAÇÃO NOS MAIS VARIADOS ESTILOS, ATENDENDO TODA A CADEIA LOJISTA DO SETOR. "É O MOMENTO DE RENOVAR OS ESTOQUES, TROCAR OS SHOWROOMS E SE PREPARAR PARA AS VENDAS DE FINAL DE ANO", AFIRMA MICHEL OTTE, PRESIDENTE DA ABIMAD.

UNA VEZ MÁS LOS FABRICANTES DE MUEBLES Y ACCESORIOS DE ALTA DECORACIÓN SE REÚNEN DURANTE LA 16ª EDICIÓN DE ABIMAD, LA FERIA MÁS GRANDE DEL SECTOR EN AMÉRICA LATINA, QUE SE REALIZA DEL 30 DE JULIO AL 02 DE AGOSTO DE 2013 EN EL CENTRO DE EXPOSIÇÕES IMIGRANTES, EN SÃO PAULO. OCUPANDO UN ÁREA DE CASI 16 MIL M² DE STANDS, LOS 104 EXPOSITORES PRESENTAN UNA MEZCLA DE PRODUCTOS QUE INCLUYEN MUEBLES Y OBJETOS DE DECORACIÓN EN LOS MÁS VARIADOS ESTILOS, ATENDIENDO TODA LA CADENA DE COMERCIANTES DEL SECTOR. "ES EL MOMENTO DE RENOVAR LOS STOCKS, CAMBIAR LOS SHOWROOMS Y PREPARARSE PARA LAS VENTAS DE FINAL DE AÑO", AFIRMA MICHEL OTTE, PRESIDENTE DE ABIMAD.

INFRAESTRUTURA

Características de todas as feiras da ABIMAD, a megaestrutura montada proporciona aos visitantes e expositores o máximo de conforto e praticidade. São oferecidos, gratuitamente, café da marca Nespresso, quick massage, cerveja da marca Devassa, além das tradicionais rodadas de espumante ao final de cada dia. "Também teremos quiosques de temaki, cupcakes, sorvetes, lanches, comida italiana e o restaurante montado dentro do pavilhão", explica Patrícia Linhares de Souza, gerente executiva da ABIMAD. A revista HALL também terá um estande próprio, apresentando aos profissionais do setor sua mais recente edição.

INFRAESTRUCTURA

Características de todas las ferias de ABIMAD, la megaestructura montada proporciona a los visitantes y expositores el máximo de comodidad y practicidad. Se ofrecen, gratuitamente, café de la marca Nespresso, quick massage, cerveza de la marca Devassa, además de las tradicionales ruedas de espumante al final de cada día. "También tendremos quioscos de temaki, cupcakes, helados, aperitivos, comida italiana y el restaurante montado dentro del pabellón", explica Patrícia Linhares de Souza, gerente ejecutiva de ABIMAD. La revista HALL también tendrá un stand propio, presentando a los comerciantes su última edición.

10 ANOS

Dando continuidade às comemorações dos 10 anos da fundação da ABIMAD, acontece no segundo dia da feira (31 de julho), o show da banda catarinense Get Back, que interpreta os maiores clássicos do bom e velho rock'n'roll. Antes do show, será servido aos convidados um coquetel na praça central do pavilhão de exposições.

10 AÑOS

Danto continuidad a las conmemoraciones de los 10 años de la fundación de ABIMAD, se realiza en el según día de la feria (31 de julio), la presentación de la banda de Santa Catarina, Get Back, que interpreta los grandes clásicos del bueno y viejo rock 'n' roll. Antes del recital, se servirá a los invitados un cóctel en la plaza central del pabellón de exposiciones.

CAMPANHA 16ª ABIMAD

Ponto de referência para o lançamento de tendências no setor de decoração, a 16ª edição da feira da ABIMAD tem como tema "Onde Cores e Formas se Encontram". Partindo do conceito de que a feira é o local de encontro entre fabricantes, lojistas e profissionais do setor, o departamento de marketing da ABIMAD desenvolveu imagens utilizando um sofá, uma poltrona, uma cômoda e um vaso. "A técnica utilizada na criação da imagem foi o splash. Foi captado o exato momento em que a cor entra em contato com o objeto, criando um resultado único", explica Rafael Magno, do marketing da ABIMAD.

CAMPAÑA 16ª ABIMAD

Punto de referencia para el lanzamiento de tendencias en el sector de decoración, la 16ª edición de la feria de ABIMAD tiene como tema "Donde Colores y Formas se Encuentran". Partiendo del concepto de que la feria es el local de encuentro entre fabricantes, comerciantes y profesionales del sector, el departamento de marketing de ABIMAD ha desarrollado imágenes utilizando un sofá, un sillón, una cómoda y un florero. "La técnica utilizada en la creación de la imagen fue el splash. Se ha captado el exacto momento en que el color entra en contacto con el objeto, creando un resultado único", explica Rafael Magno, del marketing de ABIMAD.

CONVIDADOS VIPS

Como acontece em todas as edições da feira, a ABIMAD está trazendo cerca de 600 lojistas de todas as regiões do Brasil, que terão suas despesas com passagens aéreas, estadias, alimentação e traslados, durante os quatro dias do evento, totalmente custeados pela Associação. "É a única feira da América Latina que subsidia esta participação dos principais lojistas do país", explica Michel Otte, presidente da ABIMAD.

INVITADOS VIPS

Tal como ocurre en todas las ediciones de la feria, ABIMAD está trayendo a cerca de 600 comerciantes de todas las regiones de Brasil, que tendrán sus gastos con pasajes aéreos, estadías, alimentación y traslados, durante los cuatro días del evento, totalmente costeados por la Asociación. "Es la única feria de América Latina que subsidia esta participación de los principales comerciantes del país", explica Michel Otte, presidente de la ABIMAD.

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Também visitarão a feira da ABIMAD cerca de 30 importadores de diversos países da América Latina, todos subsidiados pela Associação. O incentivo a exportação é realizado através do programa ABIMAD Export, com 20 empresas associadas. "Promovemos uma Rodada de Negócios com reuniões entre o importador e o expositor em seu próprio estande. Desta forma, os negócios são concretizados de maneira rápida e eficaz para ambas as partes", explica Erik Fiuza, do departamento internacional da ABIMAD.

NEGOCIOS INTERNACIONALES

También visitarán la feria de ABIMAD cerca de 30 importadores de diversos países de América Latina, todos subsidiados por la Asociación. El incentivo a la exportación se hace a través del programa ABIMAD Export, con 20 empresas asociadas. "Promovemos una Rueda de Negocios con reuniones entre el importador y el expositor en su propio stand. De este modo, los negocios se concretarán más rápida y eficazmente para ambas partes", explica Erik Fiuza, del departamento internacional de ABIMAD.

CASA COR SP

CASA COR SP

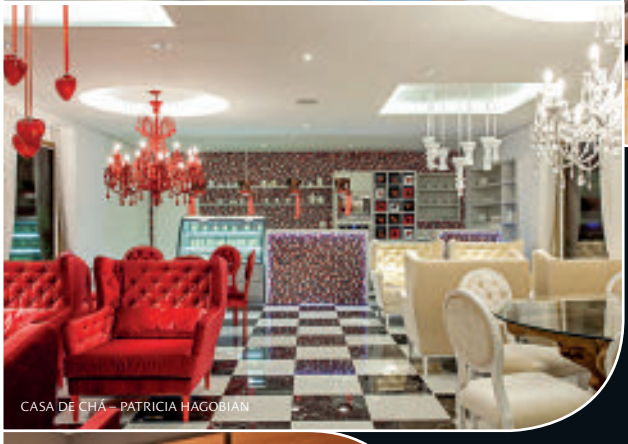
SUÍTE DO CASAL - SIMONE GOLTCHER

MIL TONS DE CINZA – BRUNETE FRACCAROLI

SALA DE JANTAR E LOUNGE – FABRIZIO ROLLO

CASA INTELIGENTE – JÓIA BERGAMO

LOFT DO ITALIANO – ANDREA PONTES & MATTEO NUNZIATI


CASA DE CHÁ – PATRICIA HAGOBIAN

STUDIO 02 – FRANCISCO CALIO

A mais completa mostra de arquitetura, decoração e paisagismo das Américas, a CASA COR São Paulo apresentou 77 ambientes voltados ao "Morar Bem". Sofisticação e criatividade marcaram o trabalho de profissionais no Jockey Club de São Paulo.

La más completa muestra de arquitectura, decoración y paisajismo de las Américas, CASA COR São Paulo ha presentado 77 ambientes dirigidos al "Vivir Bien". Sofisticación y creatividad marcaron el trabajo de profesionales en el Jockey Club de São Paulo.

www.casacor.com.br/saopaulo

FOTOS: DIVULGAÇÃO / ROMULO FIALDINI / PAULO FALCÃO / MARTIN SCMICK / EDUARDO POZELLA

CASA COR SC

CASA COR SC

O evento aconteceu em Florianópolis e na Praia Brava, de Itajaí, de forma simultânea. Na capital, a mostra teve como palco o empreendimento Simphonia Woa Beiramar, dentro do condomínio Jazz Club. Já em Itajaí, o evento ocorreu no Riviera Concept, o primeiro complexo multiuso do Estado. Juntas, as sedes apresentaram ao público 45 ambientes distribuídos em 3.500 metros quadrados.

Se ha realizad el evento en Florianópolis y en Praia Brava, de Itajaí, simultáneamente. En la capital, la muestra ha tenido como escenario el emprendimiento Simphonia Woa Beiramar, dentro del conjunto residencial Jazz Club. En Itajaí, el evento se realizó en el Riveira Concepto, el primer complejo multiuso del Estado. Juntas, las sedes presentaron al público 45 ambientes distribuidos en 3.500 m².

www.casacorsc.com.br

LOFT DO CASAL – HELENA ROCHA

SALA DE JANTAR – ADRIANA PIVA

DRINK´S, MUSIC AND FRIENDS - MOACIR SCHMITT JR. E SALVIO MORAES JR

FOTOS: DIVULGAÇÃO / GUILHERME LHANTADA / VOLNEI WENTZ

CAFÉ DA PRAÇA – KATIA VÉRAS

ESTAR UNILUX – LOGO ARQUITETURA

ESTÚDIO DO VLOGGER - SCHNEIDER | MARTINS ARQUITETURA

STUDIO DESEO - BLANC CONCEPT DESIGN

CASA COR RS

CASA COR RS

Com o tema "Um olhar muda tudo", a mostra contou com 42 ambientes assinados por 62 profissionais e aconteceu em Porto Alegre, em duas mansões neoclássicas da década de 40.

Con el tema "Una mirada cambia todo", la muestra contó con 42 ambientes que llevan la firma de 62 profesionales y se realizó en Porto Alegre, en dos mansiones neoclásicas e la década de 40.

www.casacor.com.br/riograndedosul

LIVING GLAMOUR FEMININO - ANDRÉA MAGALHÃES

FOTOS: DIVULGAÇÃO / EDUARDO LIOTTI

THE FLAT - LIDIA MACIEL

ESTAR DO LEITOR - EDUARDO BRAGA

SALA DE ESTAR - PAULA LINO

SALA ÍNTIMA - RENATO BING

ESTAR DO APRECIADOR DA CACHAÇA - ROSANE HINNAH DULINKSI

CASA DE VIDRO - JOHNNY THOMSEN

Assine CASA VOGUE com **30%** de desconto!

Acesse o site:
www.assineglobo.com.br/casavogue
ou posicione o seu smartphone
sobre o QR code ao lado.

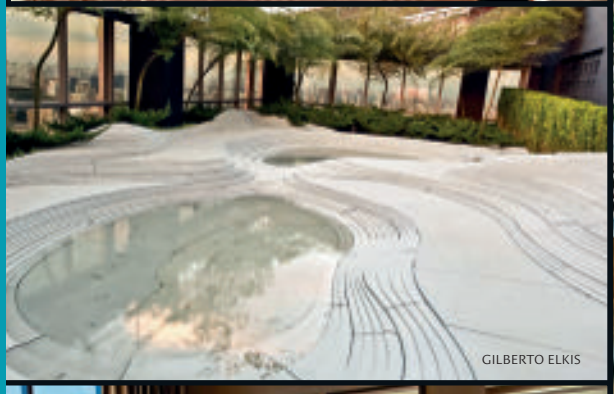
MOSTRA BLACK

MUESTRA BLACK

Com uma das mais belas vistas de São Paulo, a terceira edição da Mostra Black reuniu um mix de profissionais de todo o País e uma nova geração de talentos. O evento foi instalado nos cinco últimos andares de uma das torres anexas ao shopping JK Iguatemi. Em 3.200m² de área total, os 40 profissionais convidados desenvolveram ambientes que uniram tecnologia, arquitetura moderna e sustentabilidade com certificação Leed. Na cobertura da torre foi instalado o Bar do Terraço, com arquitetura e decoração de Jayme Bernardo, e os paisagismos de Gilberto Elkis e André Paoliello.

Con una de las más bellas vistas de São Paulo, la tercera edición de la Muestra Black reunió una mezcla de profesionales de todo el país y una nueva generación de talentos. Se ha instado el evento en los cinco últimos pisos de una de las torres anexas al shopping JK Iguatemi. En 3.200 m² de área total, los 40 profesionales invitados desarrollaron ambientes que unieron tecnología, arquitectura moderna y sostenibilidad con certificación Leed. En la cobertura de la torre se ha instalado el Bar do Terraço, con arquitectura y decoración de Jayme Bernardo, y los paisajismos de Gilberto Elkis y André Paoliello.

KARINA AFONSO



GILBERTO ELKIS

RENATA SERIPIERI

ROBERTO MIGOTTO

OLEGÁRIO DE SÁ E GILBERTO CIONE

UGO DI PACE

CANDIDA TABET

DADO CASTELLO BRANCO

CHRISTINA HAMOUI

FERNANDA MARQUES

DEBORA AGUIAR

FRED BENEDETTI E FERNANDA ABS

TRIPLEX ARQUITETURA

JOÃO ARMENTANO

FOTOS: DIVULGAÇÃO / FABIO ZANZERI

AVANT GABRIEL CHANDON

AVANT GABRIEL CHANDON

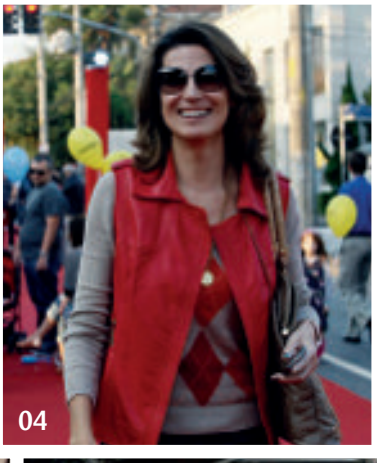
Referência em decoração e design em São Paulo, a Alameda Gabriel Monteiro da Silva recebeu no início de maio a 3ª edição do Avant Gabriel Chandon. Inspirado nos festivais de rua de Nova York e Paris, o evento reuniu cerca de 18 mil pessoas, que foram recebidas com taças do espumante e carpete vermelho, que cobriu os mil metros da Alameda. Oficialmente inserido ao calendário de São Paulo desde sua primeira edição, o Avant Gabriel Chandon é promovido pelo Grupo Doria em parceria com SPTuris e Prefeitura de São Paulo, com patrocínio da Chandon e apoio das entidades Ame Jardins e Associação Alameda Gabriel. Confira quem passou pelo tapete vermelho, entre arquitetos, decoradores e lojistas.

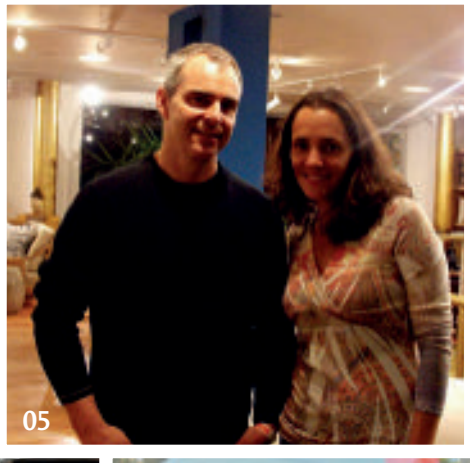
Referencia en decoración y diseño en São Paulo, la Alameda Gabriel Monteiro da Silva recibió al inicio de mayo la 3ª edición del Avant Gabriel Chandon. Inspirado en los festivales de calle de Nueva York y París, el evento reunió a cerca de 18 mil personas, que fueron recibidas con copas de espumante y alfombra roja, que cubrió los mil metros de la Alameda. Oficialmente inserido al calendario de São Paulo desde su primera edición, el Avant Gabriel Chandon es promovido por el Grupo Doria en conjunto con SPTuris y Alcaldía de São Paulo, con el patrocinio de Chandon y apoyo de las entidades Ame Jardins y Associação Alameda Gabriel. Vea quiénes pasaron por la alfombra roja, entre arquitectos, decoradores y comerciantes.

01

02

03


04


05

06

07

08

FOTOS: DIVULGAÇÃO / JUAN GUERRA / MARCELO SPINELLI
CAUÊ MORENO / FRÂNCIO DE HOLANDA / WALDEMIR FILETTI
HENRY LOPES / JOÃO SAL / RODRIGO ZORZI

01 – RAUL PENTEADO (DECA), ESTHER SCHATTAN E MURILO SCHATTAN (ORNARE), WALQUIRIA DERENZE E CLAUDIA LORENZINI. 02 – GUSTAVO ROSA
03 - GREGORIO KRAMER (AGAIN), ESTHER SCHATTAN (ORNARE), ANA MARIA BOGAR E ATTILIO BASCHERA (AGAIN). 04 – JACQUELINE DALABONA.
05 – EDMUNDO RODRIGUES E BEATRIZ RODRIGUES (TIL ORIENTE). 06 – SARITA E SERGIO BUCHPIGUEL (DPOT).
07 – ANTONIO FERREIRA JUNIOR E FÁBIO ARRUDA. 08 – BRENO E CAROLINE RIVKIND (BRENTWOOD).

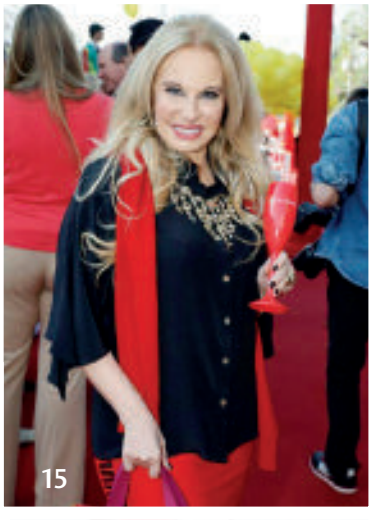
09

10

11

11

13


15

14

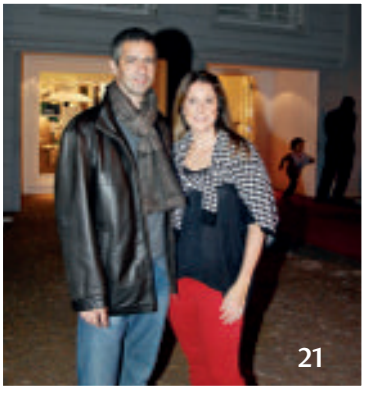
16

17

18

19

20


21

09 – CHRISTIAN KADOW. 10 – BOBBY KREEL, SIMONE GOLTCHER, BIANKA E FERDINANDO MUGNATTO. 11 – GIOVANA EWBANK, GABRIELA MORENO E SÉRGIO DEGESE (CHANDON DO BRASIL). 12 – OTAVIO MESQUITA E MELISSA WILMAN. 13 - FERNANDA E EDUARDO DUNELLI (DUNÉLLI HOUSE). 14 - JOAO DORIA JR. (IDEALIZADOR DA AVANT GABRIEL CHANDON) E PATRICIA HAGOBIAN. 15 – BRUNETTE FRACCAROLI. 16 – ADRIANE GALISTEU E ALEXANDRE IÓDICE. 17 - MAFALDA MINNOZZI. 18 - ANETTE E MARCEL RIVKIND (BRETON). 19 – ALESSANDRA FRIEDMANN (LA LAMPE). 20 - DANIEL AL MAKUL (VITRINE / CASA FORTALEZA), JÓIA BERGAMO E FRANCISCO LOPES. 21 - ADRIANA E ROMEU TRUSSARDI NETO (TROUSSEAU).

ÉTICA

POR PÉRICLES GUERRA

*PÉRICLES GUERRA É MEMBRO DO CONSELHO DE ÉTICA E DISCIPLINA DA ABIMAD NO EXERCÍCIO 2011-2013 E GERENTE DA POLLUS MÓVEIS

Péricles Guerra es miembro del Consejo de Ética y Disciplina de ABIMAD en el ejercicio 2011-2013 y Gerente de Pollus Móveis

O TERMO ÉTICA DERIVA DO GREGO ETHOS (CARÁTER OU MODO DE SER DE UMA PESSOA). ÉTICA É UM CONJUNTO DE VALORES MORAIS E PRINCÍPIOS QUE NORTEIAM A CONDUTA HUMANA NA SOCIEDADE. A ÉTICA PROMOVE O EQUILÍBRIO E BOM FUNCIONAMENTO SOCIAL, POSSIBILITANDO QUE NINGUÉM SAIA PREJUDICADO. NESTE SENTIDO, A ÉTICA, EMBORA NÃO POSSA SER CONFUNDIDA COM AS LEIS, ESTÁ RELACIONADA COM O SENTIMENTO DE JUSTIÇA SOCIAL. MUITO COMUMENTE CONFUNDIDA COM A MORAL, QUE É O CONJUNTO DE REGRAS APLICADAS NO COTIDIANO E USADAS CONTINUAMENTE POR CADA CIDADÃO.

EL TÉRMINO ÉTICA DERIVA DEL GRIEGO ETHOS (CARÁCTER O MODO DE SER DE UNA PERSONA). ÉTICA ES UN CONJUNTO DE VALORES MORALES Y PRINCIPIOS QUE ORIENTAN LA CONDUCTA HUMANA EN LA SOCIEDAD. LA ÉTICA PROMUEVE EL EQUILIBRIO Y BUEN FUNCIONAMIENTO SOCIAL Y, CON ESO, NADIE SALE PERJUDICADO. EN ESTE SENTIDO, LA ÉTICA, AUNQUE NO SE LA PUEDA CONFUNDIR CON LAS LEYES, SE RELACIONA CON EL SENTIMIENTO DE JUSTICIA SOCIAL. A MENUDO SE LA CONFUNDE CON LA MORAL, QUE ES EL CONJUNTO DE REGLAS APLICADAS EN EL COTIDIANO Y USADAS CONSTANTEMENTE POR CADA CIUDADANO.

CÓDIGOS DE ÉTICA

Cada sociedade e cada grupo possuem seus próprios códigos de ética e são mutantes de sociedade para sociedade. O que pode ser ético para um determinado País pode ser antiético ou crime em outro; um exemplo simples são os testes farmacêuticos com animais. Para que todos tomem conhecimento dos procedimentos que regem cada grupo da sociedade são parametrizados conjuntos de valores éticos para reger a conduta do ser humano nesse grupo, desta forma a ABIMAD também possui um Código de Ética e Disciplina, estabelecido no Estatuto.

ÉTICA PROFISSIONAL

O Código de ética profissional é o conjunto de normas éticas, que formam a consciência do profissional e representam os imperativos de sua conduta e devem ser seguidas pelos profissionais no exercício de seu trabalho. Ele é elaborado pelos Conselhos, que representam e fiscalizam o exercício de determinada profissão ou classe corporativa. Os infratores do presente Código sujeitar-se-ão às penas disciplinares previstas em lei.

Ter ética profissional é o indivíduo cumprir com todas as atividades de sua profissão, seguindo os princípios determinados pela sociedade e pelo seu grupo de trabalho.

ÉTICA EMPRESARIAL

A ética empresarial é o ramo da ética diretamente ligado às empresas, que é referente à conduta ética das empresas, ou seja, as leis que determinam a conduta moral de uma empresa seja ela pública ou privada. A ética empresarial fortalece uma empresa, melhorando a sua reputação e tendo também um impacto positivo nos seus resultados. Um dos grandes benefícios da ética empresarial é que ela é reconhecida e valorizada pelo cliente, sendo estabelecida uma relação de confiança. Essa relação, baseada na satisfação do cliente, vai originar lucro para a empresa, ajudando a cumprir os seus objetivos.

CÓDIGOS DE ÉTICA

Cada sociedad y cada grupo tienen sus propios códigos de ética, que cambian según cada pueblo. Lo que puede ser ético para un determinado país puede ser antiético o crimen en otro; un ejemplo sencillo son las pruebas farmacéuticas con animales. Para que todos tomen conocimiento de los procedimientos que orientan a cada grupo de la sociedad, se parametrizan conjuntos de valores éticos para regir la conducta del ser humano en este grupo, es por eso que ABIMAD también tiene un Código de Ética y Disciplina establecido en el Estatuto.

ÉTICA PROFESIONAL

El Código de Ética Profesional es el conjunto de normas éticas, que forman la conciencia del profesional y representan los imperativos de su conducta, porque los profesionales se las deben seguir en el ejercicio de su trabajo. Es elaborado por los Consejeros, que representan y controlan el ejercicio de determinada profesión o clase corporativa. Los infractores del presente Código se someterán a las penas disciplinarias previstas en ley.

Tener ética profesional significa que el individuo debe cumplir con todas las actividades de su profesión, siguiendo los principios determinados por la sociedad y por su grupo de trabajo.

ÉTICA EMPRESARIAL

La ética empresarial es la rama de la ética directamente vinculada a las empresas, que está relacionada con la conducta ética de las empresas, o sea, las leyes que determinan la conducta moral de una empresa pública o privada. La ética empresarial fortalece una empresa, mejorando su reputación y produciendo un impacto positivo en sus resultados. Uno de los grandes beneficios de la ética empresarial es que el cliente la reconoce y la valora, por lo que se establece una relación de confianza. Esta relación, basada en la satisfacción del cliente, va a originar ganancias para la empresa, ayudándola a alcanzar sus objetivos.

ABIMAD

Ao associado da ABIMAD, na qualidade de profissional do ramo moveleiro de alta decoração, exige-se conduta compatível com os preceitos do Código, do Estatuto e do Regulamento Geral da ABIMAD, bem como com os demais princípios de natureza moral, social e profissional. Desta forma, isso implica em compromisso moral, com o indivíduo, o cliente, com a Associação, com o mercado e com a sociedade, uma vez que temos deveres e responsabilidades.

Entre os deveres dos associados da ABIMAD podemos citar o respeito à individualidade de criação e à identidade profissional de design dos demais fabricantes do setor, coibindo e denunciando a prática de posturas que venham a estimular a cópia de produtos fabricados por empresários do ramo. Devemos nos empenhar para o fortalecimento e engrandecimento do setor, primando por práticas que venham a preservar a credibilidade da ABIMAD, no mercado nacional e internacional, sempre em obediência às leis e normas vigentes no país. É também dever do associado da ABIMAD adotar posturas de lealdade e cooperação com os demais associados e colegas de profissão, desestimulando práticas que venham a revelar posturas desleais.

O Conselho de Ética e Disciplina da ABIMAD é competente para orientar e aconselhar o associado sobre ética profissional, respondendo às consultas e julgando os processos disciplinares. Compete ao Conselho, instaurar processo sobre ato ou procedimento praticado que considere passível de configurar, infração à conduta ética profissional de qualquer associado da ABIMAD, além de organizar e promover discussões a respeito de ética profissional e expedir normas ou resoluções sobre posturas de natureza ética previstas nos regulamentos e costumes.

ABIMAD

Al asociado de ABIMAD, en la calidad de profesional del sector mobiliario de alta decoración, se exige conducta compatible con los preceptos del Código, del Estatuto y del Reglamento General de ABIMAD, así como los demás principios de naturaleza moral, social y profesional. De este modo, eso implica compromiso moral, con el individuo, con el cliente, con la Asociación, con el mercado y con la sociedad, una vez que tenemos deberes y responsabilidades.

Entre los deberes de los asociados de ABIMAD podemos mencionar el respeto a la individualidad de creación y a la identidad profesional de diseño de los demás fabricantes del sector, cohibiendo y denunciando la práctica de posturas que puedan estimular la copia de productos fabricados por empresarios del sector. Debemos empeñarnos para el fortalecimiento y engrandecimiento del sector, priorizando las prácticas que puedan preservar la credibilidad de ABIMAD en el mercado nacional e internacional, siempre cumpliendo con las leyes y normas en vigor en el país. También es deber del asociado de ABIMAD adoptar posturas de lealtad y cooperación con los demás asociados y colegas de profesión, desestimulando prácticas que puedan revelar posturas desleales.

El Consejo de Ética y Disciplina de ABIMAD tiene capacidad para orientar y aconsejar al asociado acerca de la ética profesional, respondiendo a las consultas y juzgando los procesos disciplinarios. Le corresponde al Consejo instaurar proceso sobre procedimiento practicado que considere pasible de configurar, infracción a la conducta ética profesional de cualquier asociado de ABIMAD, además de organizar y promover discusiones acerca de la ética profesional y expedir normas o resoluciones sobre posturas de naturaleza ética provistas en los reglamentos y costumbres.

Sofisticação em cada detalhe.

www.moveisjames.com.br

MÓVEIS James

Em Filosofia, a ética está associada ao estudo fundamentado dos valores morais que orientam o comportamento humano em sociedade. É uma ciência que estuda os valores e princípios morais de uma sociedade e seus grupos, enquanto que a moral são os costumes, regras, tabus e convenções estabelecidas por cada sociedade. Ambas, ética e moral, são responsáveis por construir as bases que vão guiar a conduta do homem, determinando o seu caráter, altruísmo e virtudes, e por ensinar a melhor forma de agir e de se comportar em sociedade.

Ser ético é agir dentro dos padrões convencionais, é proceder bem, é não prejudicar o próximo e cumprir os valores estabelecidos pela sociedade em que se vive.

A instalação de um processo disciplinar na ABIMAD não poderá ser anônima e é feita mediante representação dos interessados. As representações devem vir instruídas das provas. Assim que recebida, o presidente do Conselho designa um dos conselheiros para presidir a instrução processual, podendo este propor o arquivamento da representação, quando não houver fundamento. Instaurado o processo, os interessados são notificados para esclarecimentos e apresentação para defesa prévia, que deve vir acompanhada de documentos e testemunhas. O Conselho designa uma reunião para os esclarecimentos. Após isso, o processo é inserido na pauta do julgamento e apresenta a sentença e a penalidade, encaminhada imediatamente ao Presidente da ABIMAD.

Entre as penalidades sugeridas pelo Conselho de Ética e Disciplina da ABIMAD, dependendo da gravidade, estão a advertência, a suspensão, a exclusão e a multa. A aplicação destas é de competência da Diretoria Executiva da ABIMAD.

En Filosofía, la ética está asociada al estudio basado en los valores morales que orientan el comportamiento humano en sociedad. Es una ciencia que estudia los valores y principios morales de una sociedad y sus grupos, mientras que la moral son costumbres, reglas, tabúes y convenciones establecidas por cada sociedad. Ambas, ética y moral, son responsables por construir las bases que van a orientar la conducta del hombre, determinando su carácter, altruismo y virtud, y por enseñar el mejor modo de actuar y de portarse en sociedad.

Ser ético es actuar según los estándares convencionales, es proceder bien, es no perjudicar al prójimo y respetar los valores establecidos por la sociedad donde vive.

La instalación de un proceso disciplinario en ABIMAD no podrá ser anónima y se hace mediante representación de los interesados. Las representaciones deben venir instruidas de pruebas. Una vez recibida, el presidente del Consejo designa a uno de los consejeros para presidir la instrucción procesual, y éste puede proponer el archivamiento de la representación cuando no haya fundamento. Instaurado el proceso, se notifican a los interesados para aclaraciones y presentación para defensa previa, que debe venir acompañada de documentos y testigos. El Consejo cita una reunión para las aclaraciones. Después de eso, se insiere el proceso en el orden del día del juicio y se presentan la sentencia y la penalidad, encaminada inmediatamente al presidente de ABIMAD.

Entre las penalidades sugeridas por el Consejo de Ética y Disciplina de ABIMAD, dependiendo de la gravedad, están la advertencia, la suspensión, la exclusión y la multa. La aplicación de estas es de responsabilidad de la Dirección Ejecutiva de ABIMAD.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Com a globalização, um dos fatores que agregam valor aos produtos é a responsabilidade social de uma empresa, e consequentemente, a ética. Empresas de sucesso e em crescimento são as que têm uma forte noção de responsabilidade social, criando muitas vezes programas para essa área.
A responsabilidade social é um fruto do comportamento ético, e demonstra que a empresa se importa, que é solidária e que não tem medo de se comprometer com causas sociais. Assim, ética e responsabilidade social muitas vezes andam de mãos dadas, e são uma estratégia de expansão de negócios.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Con la globalización, uno de los factores que añaden valor a los productos es la responsabilidad social de una empresa y, consecuentemente, la ética. Empresas exitosas y en crecimiento son las que tienen una fuerte noción de responsabilidad social, creando, muchas veces, programas para esta área. La responsabilidad social es un fruto del comportamiento ético, y demuestra que la empresa se importa, que es solidaria y que no tiene miedo de comprometerse con causas sociales. Por lo tanto, ética y responsabilidad social, muchas veces, andan juntas y son una estrategia de expansión de negocios.

ribeiro e pavani

www.ribeiroepavani.com.br

Rodovia do Açucar, km 23,5 - CEP: 13312-500 - Itu / SP - Fone: (11) 3414-1000
E-mail: relacionamento@ribeiroepavani.com.br

GILBERTO ELKIS: HOMEM E NATUREZA

GILBERTO ELKIS: HOMBRE Y NATURALEZA

CASA COR 2007

São mais de mil projetos para residências, hotéis, condomínios, fazendas e áreas urbanas, realizados em quase 24 anos de profissão. O marco de sua carreira foi em 1991, durante a Casa Cor, quando colocou uma Vitória Régia em um espelho d´água. "Foi a partir daí que tudo mudou. O escritório cresceu, passei a participar de feiras, exposições e mostras e tudo aconteceu", explica. Outro trabalho que rende elogios até hoje é o projeto do hotel Unique, em São Paulo, com plantas suspensas e palmeiras imperiais. "Naquela época, nunca ninguém tinha visto uma piscina vermelha, com aquele cenário, com a silhueta de São Paulo ao fundo", se referindo a raia olímpica na cobertura do arrojado edifício projetado pelo arquiteto Ruy Otake.

Autodidata, Elkis começou fazendo estágio na Califórnia, nas regiões de Evergreen e Springtime Growers, onde se localizam os maiores produtores de plantas e árvores dos Estados Unidos. Hoje, em um escritório na Vila Madalena com 40 funcionários, em São Paulo, mesmo bairro onde mora, o paisagista se divide entre visitar e prospectar novos clientes e vistoriar projetos em andamento no Brasil e no exterior. "Sou meio paisagista, meio aeromoço", brinca. E são muitos os projetos no exterior, entre eles a loja Artefacto Coral Gables (Miami), o hotel W Santiago (Chile), algumas propriedades na Flórida, nos Hamptons (litoral sul de Nova York), na Suíça e até em Marrakesh, onde assinou o paisagismo da casa do príncipe do Marrocos.

REFERÊNCIA NO BRASIL QUANDO O ASSUNTO É PAISAGISMO, GILBERTO ELKIS É EXPERT EM INTEGRAR O HOMEM, A NATUREZA E A PAISAGEM URBANA DE FORMA EQUILIBRADA E ELEGANTE, SEM EXAGEROS.

REFERENCIA EN BRASIL CUANDO SE TRATA DE PAISAJISMO, GILBERTO ELKIS ES EXPERTO EN INTEGRAR AL HOMBRE, LA NATURALEZA Y EL PAISAJE URBANO DE MODO EQUILIBRADO Y ELEGANTE, SIN EXAGERACIONES.

Son más de mil proyectos para hogares, hoteles, conjuntos residenciales, quintas y áreas urbanas, realizados en casi 24 años de profesión. El hito de su carrera fue en 1991, durante la Casa Cor, cuando puso una victoria regia en un espejo de agua. "Fue a partir de eso que todo ha cambiado. La oficina creció, pasé a participar de ferias, exposiciones y muestras y todo se dio", aclara. Otro trabajo que es elogiado hasta hoy es el proyecto del Hotel Unique, en São Paulo, con plantas colgadas y palmeras imperiales. "En aquella época, nunca nadie había visto una piscina roja, con aquel escenario, con la silueta de San Pablo al fondo", refiriéndose al carril olímpico en la cobertura del moderno edificio proyectado por el arquitecto Ruy Otake.

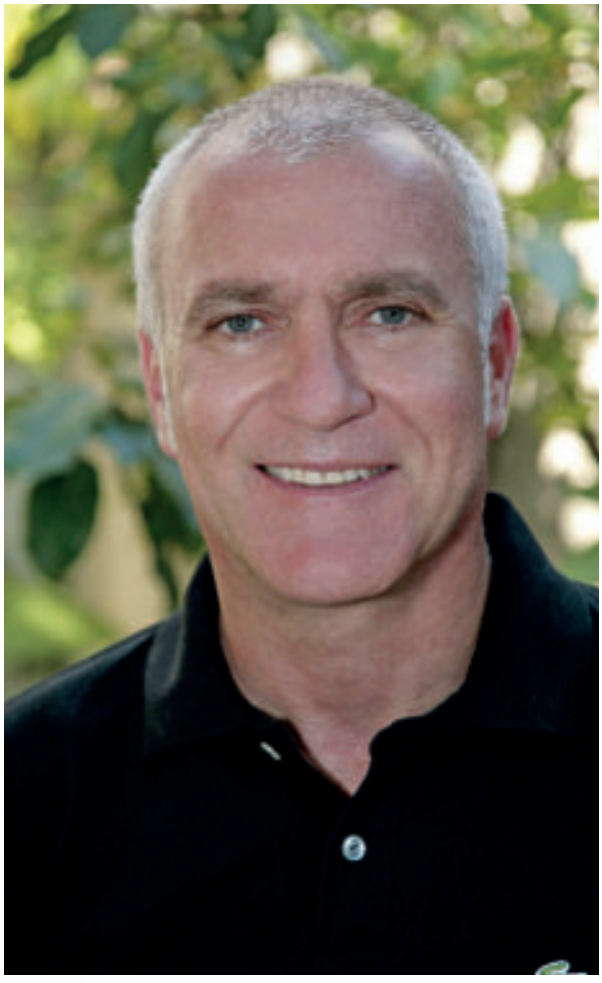
Autodidacta, Elkis comenzó con una pasantía en California, en las regiones de Evergreen y Springtime Growers, donde están ubicados los productores de plantas y árboles más grandes de Estados Unidos. Hoy, en una oficina en Vila Madalena -São Paulo, mismo barrio donde vive, y con 40 empleados el paisajista se divide entre visitar y prospectar a nuevos clientes y monitorear proyectos en marcha en Brasil y en el exterior. "Soy un poco paisajista, un poco azafata", bromea. Y son muchos los proyectos en el exterior, entre ellos la tienda Artefacto Coral Gables (Miami), el hotel W Santiago (Chile), algunas propiedades en Florida, en Hamptons (litoral sur de Nueva York), en Suiza e incluso en Marrakesh, donde firmó el paisajismo de la casa el príncipe de Marruecos.

ESTILO

Sempre que pode, Elkis integra todos os elementos da natureza, definindo seus trabalhos pela versatilidade e mistura de estilos. Além de contemplativos, seus projetos são marcados pelo lado sensorial e pelo uso. "Ter um jardim pelo visual é muito pouco. Você pode fazer uso de acessórios como um banco, uma mesa, um pergolado, ter recantos. Da mesma maneira que uma casa é subdividida em espaços, o jardim também pode ser dividido para criar expectativas e aguçar os cinco sentidos".

ESTILO

Siempre que puede, Elkis integra todos los elementos de la naturaleza, definiendo sus trabajos por la versatilidad y mezcla de estilos. Además de contemplativos, sus proyectos se diferencian por el lado sensorial y por el uso. "Tener un jardín por el visual es muy poco. Se pueden usar accesorios como un banco, una mesa, una pérgola o tener rincones. Del mismo modo que una casa se subdivide en espacios, también se puede dividir el jardín para crear expectativas y desarrollar los cinco sentidos".



MOBILIÁRIO

Questionado sobre o mobiliário para áreas externas, Elkis aponta uma melhora e um crescimento no mercado nacional, mas ainda um pouco distante de ingleses, franceses e americanos. “Tem muita coisa boa aqui no Brasil, mas o estrangeiro ainda está à frente neste sentido, por uma questão cultural”. Para ele, um dos fatores que influenciam esta comparação é, por exemplo, a qualidade da madeira. “A melhor madeira para a área externa é a teka, que possui maior durabilidade, mas ainda não temos no Brasil. É uma árvore que demora cerca de 20 anos para crescer. Hoje é muito cara e vem da Ásia. Aqui foi introduzida recentemente e já temos plantações, em função do crescimento do mercado”, explica.

MERCADO

Nessas mais de duas décadas de atuação, Elkis acompanhou de perto a evolução do mercado. “O brasileiro não sabia nem o que era paisagismo. Quando eu me apresentava como paisagista, eu precisava explicar. Hoje temos até literatura”, relembra. Ele destaca que a evolução do mercado é reflexo da conscientização da importância do paisagismo, agregando valor a uma propriedade. “É evidente. Antes, colocavam um coqueiro e estava bom. Hoje você compra plantas, vasinhos e temperos em supermercados”. E cita, como exemplo, sua mãe, que, aos 76 anos, mesmo morando em um apartamento, transformou sua área de serviço em um pequeno oásis, com diferentes plantas.

PRATICIDADE

Esta é a palavra mais pronunciada pelos clientes de Gilberto Elkis. A falta e o alto custo de mão de obra especializada são alguns fatores que evidenciam o desejo das famílias por jardins de fácil manutenção. “Não existe um jardim saudável e bonito sem manutenção. As plantas têm pragas, doenças, precisam se alimentar, beber água, de sol, igual ao ser humano, que também faz a sua ‘manutenção’ cortando as unhas, o cabelo, escovando os dentes e tomando banho. Existem pessoas que não têm esta noção e acham que fizeram um jardim para sempre. Há os de baixa ou alta manutenção; sem manutenção, eu desconheço”, esclarece o paisagista.

MOBILIARIO

Cuestionado acerca del mobiliario para áreas externas, Elkis indica una mejora y un crecimiento en el mercado nacional, pero, aún un poco distante de ingleses, franceses y americanos. “Hay muchas cosas buenas aquí en Brasil, pero el extranjero aún está más avanzado en este sentido, por una cuestión cultural”. Para él, uno de los factores que influencian esta comparación es, por ejemplo, la calidad de la madera. “La mejor madera para el área externa es la teka, que tiene más durabilidad, pero aún no la tenemos en Brasil. Es un árbol que tarda cerca de 20 años para crecer. Hoy, es muy cara y viene de Asia. Aquí, se la ha introducido hace poco y ya tenemos plantaciones, debido al crecimiento del mercado”, explica.

MERCADO

En estas más de dos décadas de actuación, Elkis acompañó de cerca la evolución del mercado. “El brasileño ni siquiera sabía qué es el paisajismo. Cuando yo me presentaba como paisajista, tendría que aclararlo. Ahora, hasta tenemos literatura”, recuerda. Él destaca que la evolución del mercado es reflejo de la concientización de la importancia del paisajismo, añadiendo valor a su propiedad. “Es evidente. Antes, ponían un coquero y estaba bien. Hoy, uno compra plantas, floreros y condimentos en supermercados”. Y menciona, como ejemplo, a su madre que, a los 76 años y a pesar de vivir en un apartamento, convirtió su área de servicio en un pequeño oasis, con diferentes plantas.

PRACTICIDAD

Esta es la palabra más mencionada por los clientes de Gilberto Elkis. La falta y el alto costo de mano de obra especializada son algunos factores que evidencian el deseo de las familias por jardines de fácil mantenimiento. “No existe un jardín sano y lindo sin mantenimiento. Las plantas tienen malezas, enfermedades, necesitan alimentarse, tomar agua, sol, igual que el ser humano, que también hace su ‘mantenimiento’ cortándose las uñas, el pelo, cepillándose los dientes y bañándose. Existen personas que no tienen esta noción y creen que hicieron un jardín para siempre. Hay los de bajo o alto mantenimiento; sin mantenimiento, lo desconozco”, aclara el paisajista.

MOSTRA BLACK 2013

CLIENTES

A capacidade de Gilberto Elkis de entender e atender as necessidades de cada cliente vão além das regras fundamentais de qualquer negócio. Seu conhecimento em desenho, botânica e agronomia e a preocupação com os detalhes se complementam a uma de suas qualidades mais acentuadas: a observação. Para ele, o cliente ideal não é aquele que oferece carta branca.

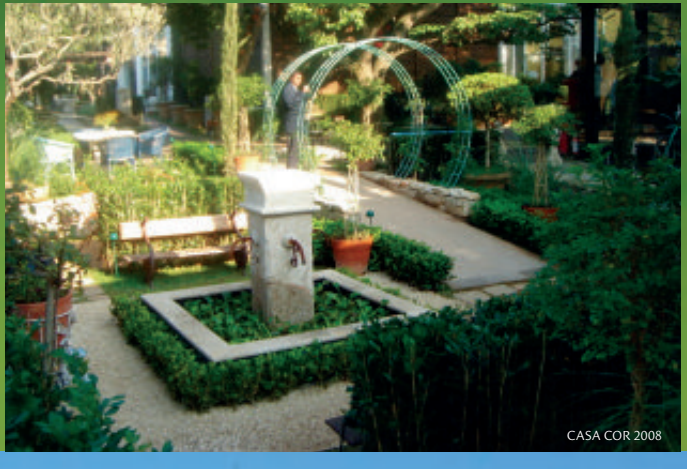
"Ele é leigo e no decorrer do tempo acha que tem capacidade de projetar e vai querer várias coisas. É um confuso. O paisagismo é cultural. Uma pessoa com maior cultura já sabe o que deseja ou, pelo menos, o que não quer. Se ela me diz que não gosta de palmeiras, já está ótimo! Faço mais algumas perguntas e identifico o gosto".

CLIENTES

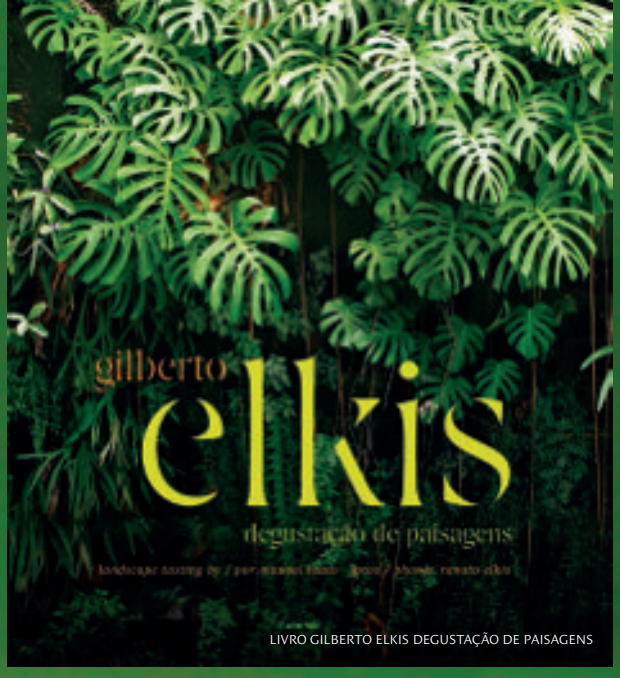
La capacidad de Gilberto Elkis de entender y atender las necesidades de cada cliente va más allá de las reglas fundamentales de cualquier negocio. Su conocimiento en diseño, botánica y agronomía, además de la preocupación con los detalles, se complementan a una de sus calidades más acentuadas: la observación. Para él, el cliente ideal no es aquél que da total libertad.

"Él es lego y, a lo largo del tiempo, cree que tiene capacidad de proyectar y va a querer muchas cosas. Es un confuso. El paisajismo es cultural. Una persona con más cultura ya sabe lo que quiere o, por lo menos, lo que no quiere. Si la persona me dice que no le gustan las palmeras, ¡ya es suficiente! Hago algunas preguntas más e identifico el gusto".

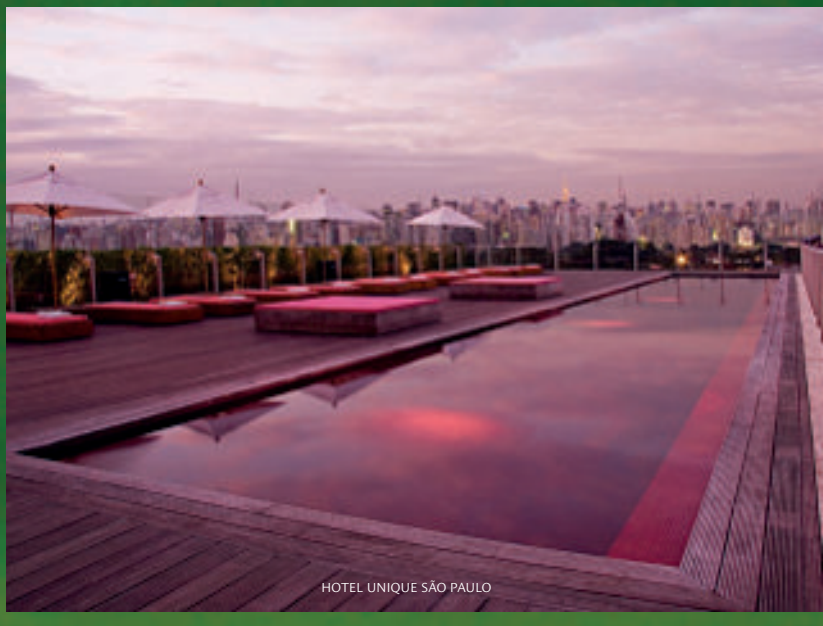
CASA COR 2007



CASA COR 2008



LIVRO GILBERTO ELKIS DEGUSTAÇÃO DE PAISAGENS



HOTEL UNIQUE SÃO PAULO

TENDÊNCIA

A consolidação do paisagismo no Brasil é um aspecto que favorece a elaboração de projetos conceituais e contemporâneos, sem seguir a moda, palavra que Elkis não atribui a sua profissão. "Acredito em uma certa tendência, não só nas espécies, mas na maneira como você as usa, criando outra conotação", referindo-se ao seu mais recente trabalho, durante a Mostra Black 2013, em São Paulo. O paisagista inovou ao convidar o premiado arquiteto japonês Kengo Kuma, que instalou sua escultura "Stonescape" na cobertura do edifício que abriga o evento. Com muita vegetação ao redor, Elkis criou um oásis em meio à cidade de São Paulo, envolvendo o público em uma atmosfera lúdica que mistura design e natureza com traços que revelam a arquitetura do futuro em projetos paisagísticos. Captando a essência das formas esculturais, escolheu plantas como bambu-mossô, murta, clorofito e tuia jacaré, uma espécie de pinheiro rasteiro, aposta do paisagista como tendência.

COMES E BEBES

A harmonização dos vinhos com a comida, também passa pela paisagem. Assim pensa Gilberto Elkis, que já deu o primeiro passo e lançou no ano passado, em parceria com o amigo e sommelier Manoel Beato, o livro "Degustação de Paisagens", com fotos do seu irmão Renato Elkis. "O Beato fez uma analogia entre o terroir do Velho e Novo Mundo, passando pela colonização do Brasil, a chegada por portugueses, responsáveis pelo paisagismo e arborização de São Paulo e Rio de Janeiro, introduzindo palmeiras imperiais, fazendas do ciclo do café. O resultado foi maravilhoso". E para o ano que vem a novidade é "Saboreando Paisagens", em parceria com o também amigo Alex Atala, chef brasileiro cujo restaurante é considerado o 6º melhor do mundo. "A ideia é uma coletânea, sempre com uma interpretação diferente. O próximo pode ser com um designer, por exemplo, as formas de um jardim", antecipa.

TENDENCIA

La consolidación del paisajismo en Brasil es un aspecto que favorece la elaboración de proyectos conceptuales y contemporáneos, sin seguir la moda, palabra que Elkis no atribuye a su profesión. "Creo en una cierta tendencia, no sólo en las especies, sino también en el modo como uno las usa, creando otra connotación", refiriéndose a su más reciente trabajo, durante la Muestra Black 2013, en São Paulo. El paisajismo innovó al invitar al premiado arquitecto japonés, Kengo Kuma, que instaló su escultura "Stonescape" en el ático del edificio que abriga el evento. Con mucha vegetación alrededor, Elkis creó un oasis en el medio de la ciudad de São Paulo, envolviendo al público en una atmósfera lúdica que mezcla diseño y naturaleza con líneas que revelan la arquitectura del futuro en proyectos paisajísticos. Captando la esencia de las formas esculturales, eligió plantas como el bambú moso, mirto, clorofito y junípero horizontal, una especie de piño rastrero, apuesta del paisajista como tendencia.

COMIDAS Y BEBIDAS

La armonización de los vinos con la comida también pasa por el paisaje. Así piensa Gilberto Elkis, que ya dio el primer paso y lanzó, el año pasado en alianza con el amigo y sommelier, Manoel Beato, el libro "Degustação de Paisagens" (Degustación de Paisajes), con fotos de su hermano Renato Elkis. "El Beato hizo una analogía entre el terroir del Viejo y Nuevo Mundo, pasando por la colonización de Brasil, la llegada por portugueses, responsables por el paisajismo y arborización de São Paulo y Río de Janeiro, introduciendo palmeras imperiales, quintas del ciclo del café. El resultado fue maravilloso". Y, para el año que viene, la novedad es "Saboreando Paisagens" (Saboreando Paisajes), en alianza con el también amigo Alex Atala, chef brasileño cuyo restaurante es considerado el 6º mejor del mundo. "La idea es una colactánea, siempre con una interpretación diferente. El próximo puede ser con un diseñador, por ejemplo, las formas de un jardín", anticipa.

FOTOS: DIVULGAÇÃO / RENATO ELKIS
Fotos: Divulgación / Renato Elkis

WWW.ELKISPAISAGISMO.COM.BR

Gastronomia

ITÁLIA

Inspirada na diversificada cultura de café da Itália, a Nespresso faz uma homenagem a duas cidades únicas: Trieste e Nápoles. O Limited Edition Trieste é um blend delicado de grãos Arábica, com intensidade 9 e é caracterizado por uma textura harmonizada. Já o Limited Edition Napoli, de intensidade 11, é um blend de grãos Arábica com um toque de Robusta.

ITALIA

Inspirada en la diversificada cultura de café de Italia, Nespresso rinde un homenaje a dos ciudades únicas: Trieste y Nápoles. El Limited Edition Trieste es un blend delicado de granos Arábica, con intensidad 9 y se caracteriza por una textura armonizada. El Limited Edition Napoli, a su vez, tiene intensidad 11 y es un blend de granos Arábica con un toque de Robusta.

WWW.NESPRESSO.COM

PORTUGAL

Há quase 1 ano no Brasil, a Delta Cafés, empresa líder no mercado português, com mais de 52 anos de história, lança a máquina de café expresso Qool Automática, que une praticidade, funcionalidade, inovação e tecnologia. São dois botões de extração (curto ou longo), pressão de 19 bar e bandeja que acomoda xícaras maiores.

PORTUGAL

Hace casi 1 año en Brasil, Delta Cafés, empresa líder en el mercado portugués, con más de 52 años de historia, lanza la máquina de café expreso Qool Automática, que une practicidad, funcionalidad, innovación y tecnología. Son dos botones de extracción (corto o largo), presión de 19 bar y bandeja que acomoda tazas más grandes.

WWW.MYDELTAQ.COM

ESTADOS UNIDOS

A Starbucks® volta a comercializar o café Three Region Blend, uma combinação de grãos de café de três regiões de cultivo: Tanzânia, Papua-Nova Guiné e Guatemala. Antes da torrefação, é aguardado o ápice de frescor e sabor de cada grão, sem deixar que uma região se sobreponha à outra.

ESTADOS UNIDOS

Starbucks® vuelve a comercializar el café Three Region Blend, una combinación de granos de café de tres regiones de cultivo: Tanzania, Papúa Nueva Guinea y Guatemala. Antes de la torrefacción, se espera el ápice de frescor y sabor de cada grano, sin dejar que una región se superponga a otra.

WWW.STARBUCKS.COM.BR

FIBRAS®

ARTE

Fábrica - Rua Vitória do Espírito Santo, 11 - Quadra B | Jd. Primavera - D. Caxias - RJ | Tel: (21) 2676-1675 • (21) 2776-2037

Showroom: Rodovia Washington Luiz, 12.788 | Estrada Rio-Petrópolis - RJ | Tel: (21) 2776-2260 • (21) 2776-5879

Showroom: Estrada Francisco da Cruz Nunes, 5.308 | Piratininga - Niterói - RJ | Tel: (21) 2608-7273 • (21) 2619-5849

www.fibrasarte.com.br | www.facebook.com/Arte.Fibras

WINE BAR

Para los amantes del vino y de la buena gastronomía, el Rubi Wine Bar (São Paulo), casa de los premiados sommeliers Fabiano Aurélio y Tony Araújo, ofrece buenas etiquetas y cocina de bistró. Intimista, recordando antiguas tabernas y bares de tapas de España, la propuesta es servir recetas tradicionales que se las puedan degustar con buenas sugerencias de vinos en botella o en copa. En la decoración, cuadros de viñas, un panel de madera hecho con cajas de etiquetas consagradas y una exposición de una serie de botellas de vinos en diferentes formatos, resultando en un ambiente rústico y elegante.

Al. Jaú, 1595, Jardim Paulista.
Tel.: +55 (11) 4323-1667 - www.rubiwinebar.com.br

WINE BAR

Para os amantes do vinho e da boa gastronomia, o Rubi Wine Bar (São Paulo), casa dos premiados sommeliers Fabiano Aurélio e Tony Araújo, oferece bons rótulos e cozinha de bistrô. Intimista, lembrando antigas tabernas e bares de tapas da Espanha, a proposta é servir receitas tradicionais que podem ser degustadas com boas sugestões de vinhos em garrafa ou em taça. Na decoração, quadros de vinhedos, um painel de madeira feito com caixas de rótulos consagrados e a exposição de uma série de garrafas de vinhos em diferentes formatos, resultando num ambiente rústico - chique.

Al. Jaú, 1595, Jardim Paulista.
Tel.: (11) 4323-1667 - www.rubiwinebar.com.br

CLÁSSICO ITALIANO

Localizado em São Paulo, o restaurante em estilo mediterrâneo Sallvattore foi decorado por Sig Bergamin, em tons de azul e branco. O ambiente reserva para os clientes um estilo que mistura o clássico com o moderno de maneira descontraída. Para o inverno, a casa preparou um cardápio de Polentas ao leite com quatro versões: ragu à bolonhesa, fonduta de gorgonzola, trifogliata de cogumelos e ragu de calabresa picante. Para harmonizar, há 155 vinhos na adega climatizada sob o comando do sommelier Sergio Jr. de Oliveira.

Rua Salvador Cardoso, 131 - Itaim Bibi.
Tel.: (11) 3078-8686 - www.sallvattore.com.br

CLÁSICO ITALIANO

Ubicado en São Paulo, el restaurante Sallvattore, con estilo mediterráneo, ha sido decorado por Sig Bergamin, que utilizó tonos de azul y blanco. El ambiente reserva para los clientes un estilo que mezcla lo clásico con lo moderno de modo divertido. Para el invierno, la casa ha preparado un menú de Polentas a la leche con cuatro versiones: ragú a la boloñesa, fonduta de gorgonzola, trifogliata de champiñones y ragú de calabresa picante. Para armonizar, hay 155 vinos en la bodega climatizada bajo el comando del sommelier Sergio Jr. de Oliveira.

Rua Salvador Cardoso, 131 - Itaim Bibi.
Tel.: +55 (11) 3078-8686 - www.sallvattore.com.br

FRUTOS DO MAR

Cozinha típica da Ilha de Florianópolis (SC), o restaurante à beira-mar Bate Ponto lança novo menu assinado pelo chef Narbal Correa, especialista em frutos do mar. Entre as novidades estão ceviche de ostras com caviar de tapioca, polvo crocante com azeite de ervas e batatas ao murro e escondidinho de lagosta.

Rod. Gilson da Costa Xavier, 51
Santo Antônio de Lisboa
Tel.: (48) 3235-2121
www.bateponto.com

FRUTOS DO MAR

Cocina típica de la Ilha de Florianópolis (SC), el restaurante a la orilla del mar Bate Ponto lanza su nuevo menú con la firma del chef Narbal Correa, especialista en mariscos. Entre las novedades, están el ceviche de ostras con caviar de tapioca, el pulpo crocante con aceite de hierbas y papas aplastadas y el pastel de papas con relleno de langosta.

Rod. Gilson da Costa Xavier, 51
Santo Antônio de Lisboa
Tel.: *+55 (48) 3235-2121*
www.bateponto.com

FOTOS: DIVULGAÇÃO / HELENA DE CASTRO (SALLVATTORE)

TAPETAH

LINHA PRIME 2013

BELEZA . PRATICIDADE . CONFORTO . VERSATILIDADE . INOVAÇÃO

Tudo que é belo e bem feito fala por si.
Conheça a Linha Prime da Tapetah. Uma coleção artesanal
surpreendente, concebida para transmitir conforto
e bem-estar. Um lançamento exclusivo da Tapetah.

+55 11 2458.0121
www.tapetah.com.br

EM AÇÃO *EN ACCIÓN*

EVENTO 6F

No mês de junho, a 6F Decorações promoveu um jantar no restaurante Brasileiro, dentro da Casa Cor São Paulo. Marcelo Felmanas recebeu clientes para uma confraternização no espaço criado pela arquiteta Claudia Elias.

EVENTO 6F

En mes de junio, 6F Decorações promovió una cena en el restaurante Brasileiro, dentro de la Casa Cor de São Paulo. Marcelo Felmanas recibió a clientes para una confraternización en el espacio creado por la arquitecta Claudia Elias.

1. EDUARDO DALMAS (REPRESENTANTE), ELINEIDE FIGUEIREDO (LOJA VERSATILI – RO), MARCELO FELMANAS, JOSÉ OCANHA (LOJA VERSATILI – RO) E ADSON, CAROLINA FARIAS E MARIA JOSÉ (ESCRITÓRIO AC ARQUITETURA – RO, SENTADOS). 2. TATIANA AMORIM (TOQUE DA CASA- BA), BRUNO CARVALHO (DECORADOR), MARCELO FELMANAS, CARLA FELMANAS, LEANDRO REIS (TOQUE DA CASA- BA). 3. CARLA FELMANAS, MARCELO FELMANAS, LAÍS (BOM TON – AL), MAIRLLA COSTA MONTEIRO (BAZZART – PB) E BERNARDO (REPRESENTANTE). 4. DÉBORA SIMONY E EGMAR VARGAS JÚNIOR (E. VARGAS - TO), MARCELO FELMANAS, BIRA E MATHEUS (REPRESENTANTES).

SITE

Utilizando novas tecnologias de design e programação, a Móveis Cacique está lançando o seu novo site, onde é possível conhecer todo o processo de montagem e produção dos estofados da empresa. Há também informações sobre todos os modelos, um guia de limpeza e blog atualizado diariamente.

PÁGINA WEB

Utilizando nuevas tecnologías de diseño y programación, Móveis Cacique lanza su nueva página web, en la que es posible conocer todo el proceso de montaje y producción de los muebles de la empresa. También hay informaciones acerca de todos los modelos, una guía de limpieza y blog actualizado diariamente.

1. MARCO TÚLIO FERREIRA (ABIMAD) E VIRGILIO KEHL (ESTOFADOS GERMÂNIA)

2. DIEGO BORDIGNON (ARTEFAMA)

LIGNA

Em maio, aconteceu em Hannover, na Alemanha, a Ligna, a mais importante feira do mundo na área de madeira, direcionada a toda a cadeia de produção, desde o plantio, manejo, corte, tratamento, até a produção final de móveis e produtos de madeira. O engenheiro da ABIMAD, Marco Túlio Ferreira, visitou a Ligna, que contou com 1.800 expositores de 50 países. "Verifiquei uma grande preocupação pela automatização, com mínima intervenção humana. Um dos destaques foi a utilização de robótica em pintura e usinagens, equipamentos com sensores para parar serras e tupias, evitando acidentes e máquinas para testes de móveis prontos, que promovem a abertura e fechamento de gavetas e testam resistência ao peso e estabilidade". Segundo Marco Túlio, também há uma grande preocupação com o reaproveitamento da madeira, os descartes e a utilização de produtos alternativos, como bambu, serragem prensada, fibras em geral e couro de peixes, utilizados para revestimentos.

LIGNA

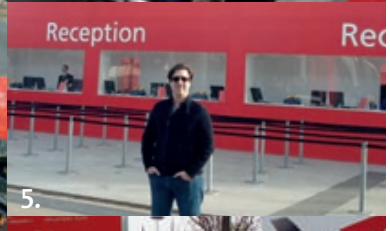
En mayo se realizó en Hannover, en Alemania, la Ligna, la feria más importante del mundo en el área de madera, dirigida a toda la cadena de producción, desde el plantío, manejo, corte, tratamiento hasta la producción final de muebles y productos de madera. El ingeniero de ABIMAD, Marco Túlio Ferreira, visitó la Ligna, que tuvo la presencia de 1.800 expositores de 50 países. "He observado una gran preocupación por la automatización, con mínima intervención humana. Uno de los destaques fue la utilización de robótica en pintura y mecanizado, equipos con sensores para detener sierras y rebajadoras, lo que evita accidentes, y máquinas para pruebas de muebles listos, que promueven la abertura y cierre de cajones y prueban la resistencia al peso y estabilidad". Según Marco Túlio, también hay una gran preocupación con el reaprovechamiento de la madera, los descartes y la utilización de productos alternativos, tales como el bambú, aserrín prensado, fibras en general y cuero de peces, utilizados para revestimientos.

I SALONI 2013

Maior evento para arquitetos e designers, o Salão Internacional do Móvel de Milão, na Itália, contou com a presença da Diretoria da ABIMAD e associados. A 52.ª edição, que aconteceu em abril, reuniu 1.400 expositores, representando 160 países, e teve a visitação de quase 325 mil pessoas.

I SALONI 2013

El evento más importante para arquitectos y diseñadores, el Salón Internacional del Mueble de Milán, en Italia, contó con la presencia de la Directora de la ABIMAD y asociados. La 52ª edición, que se realizó en abril, reunió a 1.400 expositores, que representaron a 160 países, y tuvo la visitación de casi 325 mil personas.



1. MORGANA TURAZZI (DEPTO. COMPRAS), MARILÉIA DE MARCO (DIRETORA COMERCIAL) E CATIANE BAÚ (DEPTO MARKETING), DA TUMAR MÓVEIS. 2. MAURÍCIO DE VASCONCELLOS E RENATO CESAR DA SILVEIRA, DA LACASA DESIGN. 3. ANGELO LUIZ DUVOISIN, SUPERINTENDENTE COMERCIAL DA ARTEFAMA. 4. GUIDO OTTE (PRESIDENTE DA BUTZKE), MICHEL OTTE (PRESIDENTE DA ABIMAD), MARINA OTTE (ARQUITETA E DESIGNER) E ELIZABETH B. BENKENDORF (GERENTE DE PRODUTO & MARKETING DA BUTZKE). 5. HENRIQUE ESTRADA RASERA, GERENTE DE MARKETING DA SPAZZIO NOBRE. 6. MARCIANO SCAPINELO - GERENTE DE MARKETING DA UNIVERSUM

FOTOS: DIVULGAÇÃO / LIDER INTERIORES / BÁRBARA DUTRA

1.

2.

3.

DECORA LIDER

A Lider Interiores reuniu arquitetos, decoradores, designers e paisagistas para desenvolver ambientes para a Decora Lider, mostra de decoração que acontece anualmente nas principais cidades do Brasil. O tema de 2013 é "high low - harmonia das diferenças", com o objetivo de proporcionar maneiras harmoniosas de combinar o luxo com o comum. Com investimentos de R$ 5 milhões, a mostra de decoração acontece nas cidades do Rio de Janeiro, Vitória, Salvador, Brasília, São Paulo, Campinas e Belo Horizonte. São 150 profissionais envolvidos na concepção de cerca de 120 ambientes e mais de sete mil metros quadrados de área de lojas dedicados ao projeto.

DECORA LIDER

Lider Interiores reunió a arquitectos, decoradores, diseñadores y paisajistas para desarrollar ambientes para Decora Lider, muestra de decoración que se realiza anualmente en las principales ciudades de Brasil. El tema de 2013 es "high low – harmonía de las diferencias", con el objetivo de proporcionar modos armoniosos de combinar lo lujoso con lo común. Con inversiones de alrededor de R$ 5 millones, la muestra de decoración ocurre en las ciudades de Río de Janeiro, Vitória, Salvador, Brasília, São Paulo, Campinas y Belo Horizonte. Son 150 profesionales involucrados en la concepción de cerca de 120 ambientes y otros 7.000 m² de área de tiendas dedicadas al proyecto.

1. SALA DE LEITURA – GISELE TARANTO / DECORA LIDER RIO DE JANEIRO
2. LIVING – ROSANA RAMPAZZO E MARCELA PRETTI / DECORA LIDER VITÓRIA
3. ESTAR COM CONVERSAÇÃO - MARINA DUBAL / DECORA LIDER BELO HORIZONTE

SUCESSO

O protótipo da cadeira SF (abreviação de Skyfolding), da Dona Flor Mobília, desenvolvida em parceria com o escritório italiano Adolini+Simonini, esteve exposta durante o Salão Internacional do Móvel de Milão, no espaço BRAZIL S/A, um local de relacionamento entre empresas e profissionais dos segmentos de arquitetura, decoração e artesanato. A peça, em madeira e alumínio, foi inspirada em conexões urbanas como andaimes e tubulações, permitindo uma série de acabamentos diferentes. A cadeira é parte de uma coleção de móveis para exteriores.

ÉXITO

El prototipo de la silla SF (abreviación de Skyfolding), de Dona Flor Mobília, desarrollada en conjunto con la oficina italiana Adolini+Simonini, estuvo expuesto durante el Salón Internacional del Mueble de Milán, en el espacio BRAZIL S/A, un local de relación entre empresas y profesionales de los sectores de arquitectura, decoración y artesanía. El diseño de la pieza, de madera y aluminio, se inspiró en conexiones urbanas, como andamios y tuberías, y permite una serie de acabados diferentes. La silla forma parte de una colección de muebles para exteriores.

facebook.com/tapetestapis
twitter.com/midiatapis
youtube.com/tapisonline

www.tapetestapis.com.br
contato@tapetestapis.com.br
11 3667 - 5548

16 abimad
a arte de vender tendências

Rua Barra Funda, 1001 - Barra Funda - SP

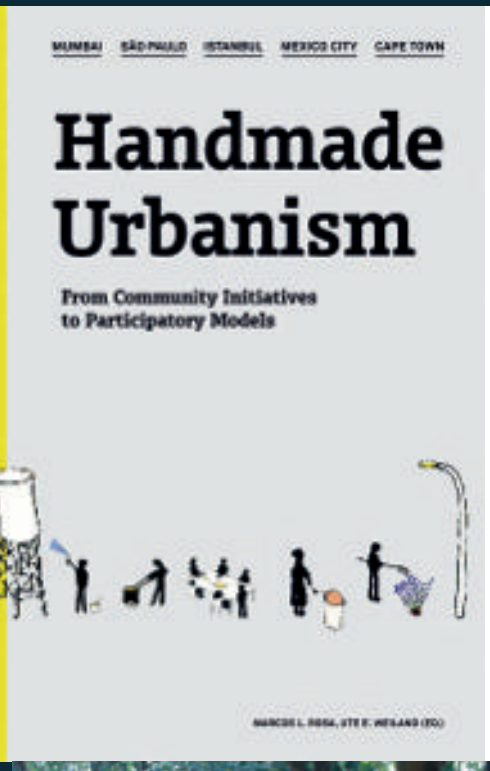
Reconhecida como uma das mais importantes designers brasileiras, Claudia Moreira Salles apresenta suas peças e revela seu processo criativo em um novo livro. A obra, bilíngue, publicada pela Bei Editora, também será lançada em Nova York, na abertura de uma exposição de móveis e objetos da artista na galeria Espasso.

Reconocida como una de las más importantes diseñadoras brasileñas, Claudia Moreira Salles presenta sus piezas y revela su proceso creativo en un nuevo libro. La obra bilingüe, publicada por Bei Editora, también se lanzará en Nueva York, en la apertura de una exposición de muebles y objetos de la artista en la galería Espasso.

Já está disponível no Brasil o livro "Handmade Urbanism-From Community Initiatives to Participatory Models", de Marcos L. Rosa e Ute E. Weiland com ilustrações de Paulo Ayres. A publicação examina o potencial transformador existente em 15 iniciativas comunitárias e rascunha uma possível visão de cidade impactada por esses processos segundo referências compiladas em Mumbai, São Paulo, Istambul, Cidade do México e Cidade do Cabo, de 2007 a 2012, a partir da plataforma do Deutsche Bank Urban Age Award. A edição, em capa dura com 224 páginas, inclui o DVD do documentário "Urban Future", que oferece ao leitor mais informações com documentação sobre os projetos.

Ya está disponible en Brasil el libro "Handmade Urbanism-From Community Initiatives to Participatory Models" , de Marcos L. Rosa y Ute E. Weiland con ilustraciones de Paulo Ayres. La publicación examina el potencial transformador existente en 15 iniciativas comunitarias y hace un borrador de una posible visión de ciudad impactada por estos procesos según referencias compiladas en Mumbai, São Paulo, Estambul, Ciudad de México y Ciudad de Cabo, de 2007 a 2012, a partir de la plataforma de Deutsche Bank Urban Age Award. La edición, con tapa dura y 224 páginas, incluye el DVD del documental "Urban Future", que ofrece al lector más informaciones con documentación acerca de los proyectos.

WWW.HANDMADEURBANISM.COM

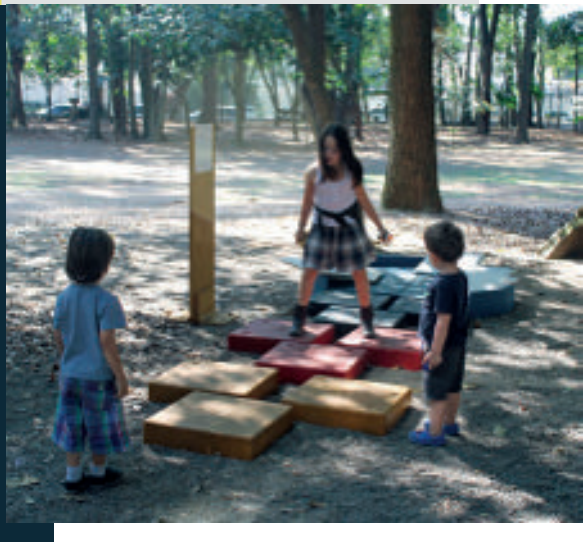


DESIGN WEEKEND SÃO PAULO

Inspirado nos eventos de Paris e Nova York, acontece entre os dias 15 e 18 de agosto a 2ª edição do São Paulo Design Weekend, evento que ocorre simultaneamente em diversos espaços públicos e privados da capital paulista para promover o design e suas conexões com a arte, arquitetura, urbanismo, decoração, inclusão social, agregação de valor, negócios e inovação tecnológica. Idealizado pela Summit Promo e Abril Mídia, com curadoria de Pedro Ariel, da Revista Casa Claudia, o evento conta com seminários, cursos, palestra, feiras de negócios, exposições de designers, instalações, intervenções urbanas, entre outros. Na edição de 2012 foram realizados 363 eventos em mais de 160 locais.

DESIGN WEEKEND SÃO PAULO

Inspirado en los eventos de París y Nueva York, se realiza, entre el 15 y el 18 de agosto, la 2ª edición del São Paulo Design Weekend, evento que se realiza simultáneamente en diversos espacios públicos y privados de la capital paulista para difundir el diseño y sus conexiones con el arte, arquitectura, urbanismo, decoración, inclusión social, aporte de valor, negocios e innovación tecnológica. Idealizado por Summit Promo y Abril Mídia, con curaduría de Pedro Ariel, de la Revista Casa Claudia, el evento cuenta con seminarios, cursos, conferencias, ferias de negocios, exposiciones de diseñadores, instalaciones, intervenciones urbanas, entre otros. En la edición de 2012 se han realizado 363 eventos en más de 160 locales.



WWW.DESIGNWEEKEND.COM.BR
CRÉDITO: PEDRO ARIEL / DIVULGAÇÃO

tokglass.com.br
tokglass

DESIGN X MÓVEIS

De acordo com pesquisa sobre o mercado moveleiro realizada pela IEMI Inteligência de Mercado, o design atrai mais que a qualidade durante a compra de móveis. Para 41,1% dos consumidores, o fator beleza é o que chama a atenção em primeiro lugar, no momento da compra; seguido de 18,6%, que buscam móveis duráveis e resistentes e 10,3%, que procuram sofisticação. Os cinco produtos mais comprados pelos consumidores são: guarda-roupa (13,7%), sofás (12%), cama-box e colchão (8,5%), armário de cozinha (8%) e rack de televisão (8%).

DISEÑO X MUEBLES

Según el estudio sobre el mercado de muebles realizado por IEMI Inteligência de Mercado, el diseño atrae más que la calidad durante la compra de muebles. Para el 41,1% de los consumidores, el factor belleza es lo que llama la atención, en primer lugar al realizar una compra; luego, el 18,6% busca muebles duraderos y resistentes, y el 10,3% busca sofisticación. Los cinco productos más comprados por los consumidores son: guardarropa (13,7%), sofás (12%), cama-box y colchón (8,5%), armario de cocina (8%) y rack de televisor (8%).

MOBILIÁRIO EM SANTA CATARINA

Os gastos dos catarinenses com móveis em 2013 vão somar R$ 2,4 bilhões no comércio local, com crescimento de 4,5% em relação ao ano passado. As estimativas são do Pyxis Consumo, ferramenta de dimensionamento de mercado do IBOPE Inteligência, que também projeta um gasto por habitante no Estado de R$ 443,00. Segundo a pesquisa, a classe B é a que apresenta o maior potencial de consumo em Santa Catarina (44,63%). Logo atrás está a classe C, com potencial de consumo de 38,57%.
A pesquisa refere-se apenas ao consumo domiciliar, ou seja, às compras de pessoa física junto a varejistas do ramo e inclui armários, mesas, sofá, cadeiras, móveis de marcenaria, infantis, de jardim, entre outros.

MOBILIARIO EN SANTA CATARINA

Los gastos de los habitantes de Santa Catarina con muebles en 2013 van a sumar R$ 2,4 mil millones en el comercio local, con crecimiento del 4,5% en comparación con el año pasado. Las estimativas son del Pyxis Consumo, herramienta de dimensionamiento de mercado del IBOPE Inteligência, que también proyecta un gasto por habitante en el Estado de R$ 443,00. Según el estudio, la clase B es la que presenta el mayor potencial de consumo en Santa Catarina (44,63%). Enseguida está la clase C, con potencial de consumo del 38,57%. El estudio se refiere sólo al consumo domiciliar, o sea, a las compras de personas físicas con minoristas del sector e incluye armarios, mesas, sofás, sillas, muebles de carpintería, infantiles, de jardín, entre otros.

MIAMI

Com o aquecimento do mercado imobiliário americano, depois da crise de 2008, as empresas estrangeiras voltam seus interesses para os brasileiros, que estão cada vez mais interessados em adquirir imóveis nos EUA, principalmente em Miami. Os compradores brasileiros procuram, em sua maioria, apartamento na média de três (3) quartos, de frente para o mar. As áreas de preferência continuam sendo Sunny Isle e Miami Beach. A média dos preços dos imóveis que os brasileiros compram vão de U$S 300 mil até alguns milhões. O mercado de venda de imóveis na Flórida cresceu 8% no ano passado. E neste ano, está estimado um crescimento entre 6 a 10%. "Miami, além de ser um excelente local para compras, tem muitos brasileiros, o que acaba por facilitar na hora de comprar e até mesmo de morar. Paulistanos que estão adquirindo imóveis na cidade sentem muita segurança, além de procurar um local agradável para a família", explica Bea Nahuz, da Exit Realty Brickell - Miami (EUA), empresa especializada em assessoramento para compras de imóveis em Miami.

MIAMI

Con el calentamiento del mercado inmobiliario americano, tras la crisis de 2008, las empresas extranjeras dirigieron sus intereses a los brasileños, que están cada vez más interesados en adquirir inmuebles en EEUU, principalmente en Miami. Los compradores brasileños buscan, en su mayoría, apartamento con un promedio de tres (3) dormitorios, de frente para el mar. Las áreas de preferencia siguen siendo Sunny Isle y Miami Beach. El promedio de los precios de los inmuebles que los brasileños compran van de US$ 300 mil hasta algunos millones. El mercado de venta de inmuebles en Florida creció un 8% en el año pasado. Y, en este año, se estima un crecimiento entre el 6 y el 10%. "Miami, además de ser un excelente local para compras, tiene muchos brasileños, lo que termina facilitando en el momento de comprar o, incluso, vivir. Paulistanos que están adquiriendo inmuebles en la ciudad se sienten muy seguros, además de que buscan un local agradable para la familia", aclara Bea Nahuz, de Exit Realty Brickell - Miami (EEUU), empresa especializada en asesoramiento para compras de inmuebles en Miami.

Linhas assinadas pelos mais renomados designers e marcas exclusivas importadas do mundo todo.

LISTA DE ASSOCIADOS

LIST OF ASSOCIATES

A

2A Cerâmica
+55 19-3581-3281
www.2aceramica.com.br

6F Decorações Exportação Imp. e Com. Ltda.
+55 11-4126-3600
www.6f.com.br

Abitare Home Ltda.
+55 27-3322-0189
www.abitarehome.com

Acervo Casa
+55 21-3325-0913
www.acervocasa.com.br

Ana Verona
+55 15-3264-1279
www.anaverona.com.br

Anjos do Brasil - D´Angelis
+55 45-3286-1177
www.anjos.ind.br

Antica Comércio de Objetos de Dec. Ltda.
+55 11-4586-1748
www.antica.com.br

Antiqua Ind. Com. de Objetos Ltda.
+55 35-3371-3344
www.antiquaobjetos.com.br

Art Caixas Ltda.
+55 35-3261-2548
www.artcaixas.com.br

Art Home - Importação e Exportação Art Home Ltda.
+55 11-5523-5333
www.arthome.com.br

Art Image Indústria e Comércio Ltda.
+55 11-5521-0834
www.artimage.com.br

Artesania Actual
+55 41 3649-1470
www.artesaniaactual.com.br

Arte Nova Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 43-3325-4040
www.artenova.ind.br

Artes & Ofícios Artesanato Ltda.
+55 81-3468-2000
www.arteseoficios.net

Artisan - Crestof Ind. e Com. de Estofados Ltda.
+55 48-3438-4368
www.artisan.ind.br

Aspectto Design Ind de Móveis Ltda.
+55 54-3452.7233
www.aspectto.com.br

Assad Abdalla Neto & Cia Ltda.
+55 11-3272-1033
www.abdallaimports.com.br

B

Barroca Almofadas - Barraco Chique Decorações Ltda.
+55 34-3236.4667
www.barrocaalmofadas.com.br

Bartelli Móveis
+55 54-3268-0600
www.bartelli.com.br

Bell Arte Indústria de Estofados Ltda.
+55 47-3274-1600
www.bellarte.com.br

Bolis Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 49-3324-2457
www.bolis.com.br

Bonté Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 54-3293-3467
www.bonte.com.br

Brasil Post - Garden Pais. P. Pte Ltda.
+55 18-3221-4699
www.moveisbrasilpost.com.br

Brisa Móveis
+55 43-3253-3074
www.brisamoveis.com.br

BTC Decorações e Presentes Ltda.
+55 11-5660-2600
www.btcmail.com.br

Buchara Com. Imp. Exp. Ltda.
+55 19-3794-7102
www.buchara.com.br

Butzke Importação e Exportação Ltda.
+55 47-3312-4000
www.butzke.com.br

By Art Design
+55 11-4723-8585
www.byartdesign.com.br

C

Cabbage Trees
+55 21 3416-6450
www.cabbage.com.br

Camacã Design em Madeira
+55 71-3377-1096
www.camacadesign.com

Carolina Haveroth Arte Cerâmica Ltda.
+55 47-3323-1099
www.carolinahaveroth.com.br

Cartago Ind. de Tapetes Ltda.
+55 19-3816-5009
www.cartago.com.br

Casalecchi Móveis Ltda.
+55 19-3651-4233
www.casalecchi.com.br

Century Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 44-3264-8550
www.centuryestofados.com.br

Cerâmica Artística Mazzotti Ltda. Epp
+55 19-3581-3962
www.ceramicamazzotti.com.br

Chies e Silva Ind. e Com. de Móveis Ltda Me
+55 54-3459-1390

CGS Indústria e Comércio de Móveis Ltda.
+55 45-3264-1801
www.cgsmoveis.com.br

China Shopping Vacheron do Brasil Ltda.
+55 11-5666-7999
www.chinashopping.com.br

Cia das Fibras - Grão Lume Decorações Ltda.
+55 11 2305-7564
www.ciadasfibras.com.br

Cia das Folhas - All Leaves Com. Imp. e Exp. Ltda.
+55 11-3831-0300
www.ciadasfolhas.com.br

Coisas do Brasil
+55 34-3318-2100
www.coisasdobrasil.ind.br

Conforflex Móveis Ltda.
+55 51-3712-1102
www.conforflex.com.br

Cores da Terra - Cerâmica e Ferro
+55 73-3537-2281
www.coresdaterra.com.br

Cristais di Murano - Originalle
+55 47-3327-0459
www.cristaisdimurano.com.br

Cristais São Marcos Ltda.
+55 35-3714-1892
www.cristaissaomarcos.com.br

Cristaleria San Carlos
+55 11-5031-8433
www.sancarlosdobrasil.com.br

D

D & D Internacional Decoração e Design
+55 83-3342-0817
www.dedinternacional.com.br

Daf Indústria Metalúrgica Ltda.
+55 54-3388-9510
www.moveisdaf.com.br

Dall Oglio Madeiras Ltda.
+55 45-3264-3035
www.dallmoveis.com.br

Deco Metal - Artefatos de Alumínio e Metal Ltda.
+55 43-3253-1267
www.decometal.com.br

Decorare Textil Ltda.
+55 83-3245-3344
www.decorareonline.com.br

Decoratto Interiori - TopDecor
+55 47)3035-2808
www.topdecor.ind.br

Decorville Ltda.
+55 51-2125-4700
www.decorville.com.br

Deluse - Indústria de Móveis Deluse Ltda.
+55 54-2105-7766
www.deluse.com.br

Designan Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 41-3677-2320
www.designan.com.br

Di Frizon Indústria e Comércio de Móveis Ltda.
+55 54-3286-5655
www.difrizon.com.br

Doimo Brasil
+55 31-3626-9350
www.doimobrasil.com.br

Dona Flor Mobília Ind. e Com. de Móveis
+55 43-3251-4917
www.donaflormobilia.com.br

Du Nectar Tecnologia Textil
+55 11-3873-1499
www.dunectar.com.br

E

Elisê Móveis Ltda.
+55 54-3281-9012
www.elise.com.br

Elite Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 47-3373-0661
www.elitemoveis.ind.br

Elos Móveis e Estofados Ltda EPP
+55 54-3454-9917
www.elosestofados.com.br

Empório Tapetes Indústria e Comércio Ltda.
+55 48-3245.5010
www.emporiotapetes.com.br

Enele Indústria de Estofados Ltda.
+55 49-3344-8999
www.enele.com.br

Espaço Eduardo Moraes E.M Trading Móveis de Decor
+55 21-2716-5533
www.eduardomoraesimport.com.br

Essenza Design Indústria de Móveis Ltda.
+55 54-3293.1077
www.essenzadesign.com.br

Estobel Indústria de Estofados Ltda.
+55 54-2109-3000
www.estobel.com

Estofados Ferrari
+55 32 - 3539 4350
www.estofadosferrari.com.br

Estofados Germânia Ltda.
+55 54-3281-1299
www.germania.com.br

Estofados Jardim Ltda.
+55 47-2106-7599
www.estofadosjardim.com.br

Estofados Tironi Ltda.
+55 47-3370-4141
www.estofadostironi.com.br

Ethnix
+55 11-3313-4141
www.ethnix.com.br

F

Feeling Estofados Ltda.
+55 47-3376-1300
www.feelingestofados.com.br

Fibras Artes - Artes Primavera Móv. Ind. Com. Ltda.
+55 21-2676-3787
www.fibrasarte.com.br

Flexpelle Indústria de Estofados Ltda.
+55 44-3233-3124
www.flexpelle.com.br

Formanova Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 48-3286-0644
www.formanovamoveis.com.br

Formato Móveis
+55 11-3686-3119
www.formatomoveis.com.br

Formiline Móveis
+55 44-3268-1878
www.formlinemoveis.com.br

G

Galerie Estambul Ltda.
+55 31-3288-4020
www.estambultapetes.com.br

German Interiores
+55 61-3354-7979
www.german.com.br

Gold Line - Polo Design Ind. e Com. de M. Ltda.
+55 44-4001-3030
www.goldline.ind.br

Green House - Outdoor Importação e Exp. Ltda.
+55 19-3885-5051
www.greenhousemoveis.com.br

GS Móveis de Vime Ltda.
+55 41-3372-1216
www.gsmoveis.com.br

H

H.A. Rocha Decorações
+55 45-3037-1919
www.helainyrocha.com.br

Helizart Ltda.
+55 31-3227-9613
www.helizart.com.br

Hermann Móveis
+55 54 3286-2710
www.hermann.ind.br

Heringer Decorações
+55 62-3086-8700
www.silviahenringer.com.br

Herval Móveis e Colchões
+55 51-3564-8300
www.herval.com.br

Home & Garden Com. de Art. de Dec. Ltda. EPP
+55 11-3644-5283
www.homeegarden.com.br

inGarden

reflete seu estilo...

linha
maraú

www.ingarden.com.br

I

Idea Tissot
+55 54-34214000
www.tissot.com.br

Indústria de Móveis Ancezki Ltda.
+55 54-3453-3224
www.ancezki.com.br

Indústria de Móveis Apolo
+55 32-3539-4322
www.moveisapolo.com.br

Indústrias Artefama SA
+55 47-3631.1200
www.artefama.com.br

In Garden Móveis Exportação Ltda.
+55 51-3043-2442
www.ingarden.com.br

Italsofa Nordeste SA - Natuzzi Group
+55 11-6193-5987
www.italsofa.com

J

Jhovini Móveis
+55 54-3458-3105

Jowanel Ind. de Móveis Estofados Ltda.
+55 17-3421-7095
www.pollusmoveis.com.br

K

Kleiner Schein Móveis
+55 48-3623-3333
www.kleinerschein.com.br

L

La Casa Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 43-3336-4641
www.lacasadesign.com.br

La Galeria Comercial Ltda.
+55 11-5678-7565
www.lagaleria.com.br

Latin American Handcraft Com. e Dec. Ltda. - Attico
+55 11-5181-1574
www.atticodesign.com.br

Leôncio de Souza Queiroz Neto Lês Coussin
+55 19-3295-7437
www.lescoussins.com.br

Liberal e Marini - AM Liberal Decorações Ltda.
+55 21-3154-2324
www.liberalmarini.com

Lider Interiores
+55 37-3244-1309
www.liderinteriores.com.br

Lucatti Artes e Decorações Ltda.
+55 13 3313-1747 / 246
www.lucattiartes.com

M

Mannes Ltda.
+55 47-3373-9200
www.mannes.com.br

Marizza Prado - Campo Verde Ind. e Com.
+55 17-3234-2188
www.marizzaprado.com.br

Marka Indústria e Comércio de Estof. Ltda.
+55 43-3336-1114
www.markaestofados.com.br

Melyana Comércio Ltda.
+55 21-2527-8020
www.melyana.com.br

Mempra Indústria de Móveis Ltda.
+55 43-3172-6600
www.mempra.com.br

Messy Plus Distribuidora e Importadora Ltda.
+55 11-3028-3300

Metal Nobre - JCV Palma e Cia Ltda.
+55 44-3262-6163
www.metalnobrepresentes.com.br

Minuano
+55 51-3547-1616
www.salvatoreminuano.com.br

Miori Comercial Ind. e Distrib. Ltda.
+55 11-5641-5877
www.miori.com.br

Mobilier Decor
+55 48-4107-0994
www.mobilierdecor.com.br

Modali Design
+55 11 3661-2200
www.modali.com.br

Modali Indústria e Comércio de Móveis Ltda.
+55 11-3826-0077
www.modali.com.br

Modulaque Ind. e Com. de Móveis Ltda.
+55 44-3267-1331
www.modulaque.com.br

Monaco Tapetes
+55 11-4144-9100
www.monacotapetes.com.br

Móveis Armil Ltda.
+55 54-3286-8270
www.moveisarmil.com.br

Móveis Cacique
+55 35-3531-1559
www.moveiscacique.com.br

Móveis Clement Ltda.
+55 47-3633-4800
www.moveisclement.com.br

Móveis e Design Sir Ltda.
+55 37-3331-4329
www.sirdesign.com.br

Móveis Irimar Indústria e Comércio Ltda.
+55 47-3644-2599
www.irimar.com.br

Móveis James Ltda.
+55 47-3631-0300
www.moveisjames.com.br

Móveis Rudnick S/A
+55 47-3631-1000
www.rudnick.com.br

Movelim Indústria Moveleira Ltda.
+55 43- 3274-5500
www.movelim.com.br

N

New Way Com. Artigos Decorativos Ltda.
+55 32 3331-6914
www.hobnob.com.br

Nusa Dua Ltda EPP
+55 47-3367-5504
www.nusadua.com.br

P

Parma Móveis Ltda.
+55 32-3539-2500
www.parmamoveis.com.br

Plano de Luz Comércio de Ilum. Ltda.
+55 41-3019-6809
www.planodeluz.com.br

Pollus Ind. e Com. De Móveis Ltda.
+55 17-3426-1234
www.pollusmoveis.com.br

Pólo Design Ind. e Com. de Móveis e Estofados Ltda.
+55 44-3029-4057
www.polodesign.ind.br

Q

Quadrum e Arte Comercial Ltda.
+55 11-3222-7612
www.quadrumeart.com.br

R

Raffinato Móveis e Decorações Ltda.
+55 41-3297-1213
www.raffinato.com.br

Recliners Indústrial Ltda.
+55 19-3422-0752
www.recliners.com.br

Reginez
+55 34-3336-5795
www.reginez.com.br

Renar Móveis S/A
+55 49 3246-9500
www.renar.com.br

Ribeiro e Pavani Com. Imp. Exp. de Artigos
+55 11-3414-1000
www.ribeiroepavani.com.br

Rivatti Móveis Ltda.
+55 54-3028-6666
www.rivatti.com.br

Roncali Decor Móveis e Decorações Ltda.
+55 54-2521.7776
www.roncalidecor.com.br

Ronconi Ltda.
+55 41-2169-6644
www.ronconi.com.br

S

Sandra Fuganti
+55 43 3327-6648
www.sandrafuganti.com.br

Sankonfort Colchões Ind. e Com. Ltda.
+55 11 2813-6161
www.sankonfort.com.br

Santa Mônica Ind. e Com. de Tapetes - Chronos
+55 11-3686-0255
www.smonica.com.br

Sarquis Samara Atelier de Escultura Ltda.
+55 43-3321-0186
www.sarquissamara.com.br

Scarazzato Ind. Com. de Molduras Ltda.
+55 43-3256-9560
www.scarazzato.com.br

SD Design Indústria de Móveis Ltda.
+55 54-2105-5566
www.sddesign.com.br

Sier Móveis Ltda.
+55 32-3539-2100
www.siermoveis.com.br

Silva Santos
+55 51-3054-5400
www.silvasantosmoveis.com.br

Singh Comércio Imp. e Exp. Ltda.
+55 11-4522-6735
www.singh.art.br

Spazzio Nobre - M. E. Gonçalves Indústria de Móveis Ltda.
+55 43-3274-8800
www.spazzionobre.com.br

Steel Forma Indústria e Comércio de Móveis e Decor
+55 43-3328-0335
www.steelforma.com.br

Studio Casa
+55 41-3649-1066
www.studiocasa.com.br

Style Brazil
+55 11 3931-5388
www.stylebrazil.com.br

Stylofino Indústria e Com. de Quadros Ltda.
+55 11-4443-2635
www.stylofino.com.br

SV Móveis e Decorações Ltda.
+55 54-3283-2388
www.svmoveis.com.br

T

Tapetah Artigos para Decoração Ltda.
+55 11-2458-0121
www.tapetah.com.br

Tapetes São Carlos Ltda.
+55 16-3362-4000
www.tapetessaocarlos.com.br

Tapis Comércio e Confecções de Tapetes Ltda.
+55 11-3667-5548
www.tapetestapis.com.br

Tec Line Móveis
+55 54-2621-6886
www.teclinemoveis.com.br

Terra do Sol
+55 83-3226.2751
www.terradosol.art.br

Til -Modas Second Skin.
+55 11-34680200
www.tiloriente.com.br

Tok Glass Ind e Com de Cristais Ltda.
+55 51-3483-3700
www.tokglass.com.br

Tupy - Cerâmica Artística Tupy Ltda.
+55 11-4221-4544
www.tupy.ind.br

Tumar Ind. de Móveis Ltda.
+55 54 3463-8533
www.tumar.com.br

U

Universum do Brasil Indústria Mov. Ltda.
+55 54-3293-1488
www.universum.com.br

Urban Imp. Comércio e Distribuição Ltda.
+55 11-3225-0049
www.urbanbrasil.com.br

V

Ventura e Pereira Imp. e Exp. Ltda.
+55 31-3542-2748

Via Star Com. de Imp. e Exp. Ltda.
+55 11-2225-9090
www.viastar.com.br

Vila Nobre Estofados Ltda.
+55 54-3211-3322
www.vilanobre.com.br

Vimeza Indústria de Móveis Ltda.
+55 54-3283-1622
www.vimeza.com.br

Voler Móveis Ltda.
+55 54-3293-3111
www.voler.com.br

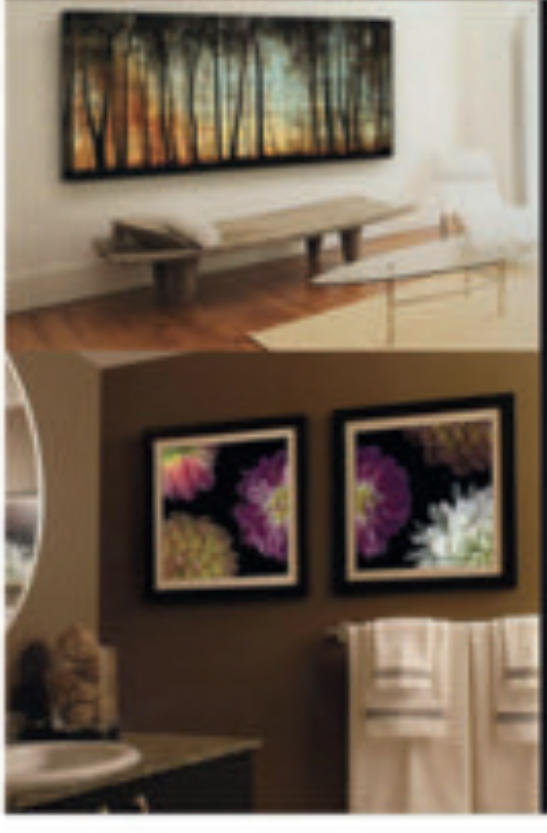
W

Wharehouse Artes e Decorações Ltda.
+55 11-5524-0476
www.wharehouse.com.br

Quadrum & Art

existem muitos ambientes...

nós temos o quadro certo para cada um



www.quadroecor.com.br

vendas@quadrumeart.com.br

Fone: 11 3222-7612

Em 2014 a feira da Abimad estará de casa nova!

EXPO CENTER NORTE

12-15 FEVEREIRO 2014 SÃO PAULO • BRASIL

17ª abimad

a arte de vender tendências

Local

EXPO CENTER NORTE

Realização

abimad 10 ANOS

www.abimad.com.br facebook.com/RevistaHall