

USE.

Desejos em design



A ICÔNICA ARQUITETURA DO JO&JOE RIO DE JANEIRO

No coração da capital carioca, uma verdadeira joia volta a vida com sua arquitetura fascinante, para atender os novos anseios dos clientes e hóspedes do mundo todo com infinitas possibilidades

A MAGIA DA HOTELARIA, ALIADA AO

DESIGN E CONFORTO DA KARAMS

Wabi Sabi

São tempos de ressignificação - mais ainda, de reconexão com as verdades que mais acreditamos sobre a essência do mínimo, sobre a transcendência entre a base e o primitivo.

A partir de uma filosofia milenar que projeta a valorização das histórias, a profundidade de nossas memórias e o tom acolhedor do nosso mais íntimo refúgio.

Convidamos você para essa jornada juntamente conosco na ABIMAD 35 em fevereiro de 2023, com diversas novidades no setor moveleiro.

Em uma releitura contemporânea da filosofia e estética japonesa Wabi Sabi, convidamos o usuário para uma jornada leve e tênue, como um passeio que capta o melhor dos nossos sentidos e a melhor das contemplações que podemos observar.

Em tons crus e essência naturalista, buscamos desdobrar uma expressão eufônica e uma atmosfera sutil, afinal, nosso espaço é sempre um pouco mais do que já somos e estamos.





Créditos: QUADRUN



Créditos: DecorTêxtil



A PRÓXIMA EDIÇÃO DA
PRINCIPAL FEIRA DE MÓVEIS
E OBJETOS DE ALTA DECORAÇÃO
DA AMÉRICA LATINA JÁ TEM
DATA MARCADA



WWW.ABIMAD.COM.BR

ABIMAD'35

**31 JANEIRO
3 FEVEREIRO
2023**

SÃO PAULO EXPO

    /ABIMADFEIRAS

Evento exclusivo para profissionais do segmento.
Proibido a entrada de menores de 16 anos.



RECORDES NO SETOR DE TURISMO IMPULSIONAM A ECONOMIA

...E um dos maiores prazeres da vida ressurgiu com força total, o que traz um ano de excelentes resultados para o turismo nacional! Viajar é fundamental e ponto final! Que os bons ventos sempre tragam os melhores resultados para nosso setor! A inércia causada pela pandemia colocou em xeque as premissas e o futuro do turismo mundial, e questões que até então eram imutáveis, foram questionadas até a exaustão pelo mercado. Quais seriam os novos rumos? Hoje percebemos que no percurso natural das coisas, a hora da retomada chegou! Os resultados apresentados pelas principais entidades do país, são unânimes em comprovar: temos resultados muito melhores do que os períodos pré-pandemia! Isso significa progresso, força e recordes financeiros! Confira na matéria: Turismo nacional registra faturamento de R\$ 94 bilhões no semestre: 33% mais que 2021. Uma vocação nacional que pode alcançar ainda melhores resultados!

Então, nesta edição especial hotelaria, trouxemos na matéria NOSSA CAPA, todas as referências e desafios das obras que trouxeram vida ao Largo do Boticário. Além da contextualização histórica, entrevista completa com Paulo Mancio - Chief D&TS Officer Accor América do Sul, sobre o processo de revitalização de um dos maiores patrimônios históricos do Brasil junto da nova construção, sobre o design, o cuidado com o meio ambiente e os anseios dos novos clientes e hóspedes do mundo todo!

Confira também conteúdo sobre o incrível museu Planeta Água, - o primeiro museu interativo do Brasil sobre a temática do Brasil, que abre suas portas na capital paranaense, e um artigo de Maria Jose Dantas e Marcelo Boeger sobre a mudança nos valores e nas expectativas dos consumidores, que aceleraram a adaptação dos meios de hospedagem às boas práticas ambientais.

BEM BRASIL: receita de Arroz Carreteiro do Chef Bruno Stippe, que compartilha conosco suas experiências de especialista em comida italiana e mediterrânea e também como churrasqueiro de CTG – Centro de Tradições Gaúchas, como discípulo do famoso Darcy da Costela de Ouro.

O Ministro do Turismo Carlos Brito, conversa com a editora chef da Revista USE DESIGN, traçando um panorama do setor em 2022, com as expectativas para os próximos períodos. O turismo no alto e à frente! Confira.

Estas e outras informações do varejo de luxo e do mundo dos negócios corporativos com exclusividade, pra você!

O meu muito obrigada por estarem conosco em mais uma edição da USE DESIGN!

Muitas novidades vêm aí, preparem-se para um fantástico 2023!

Sol Andreassa

Linha Hotel Ecoflex.

Para seus hóspedes terem
o máximo de **conforto**
e **qualidade.**



Colchões
ecoflex
Faz bem dormir bem

www.ecoflex.ind.br

USE.

PUBLISHER

Sol Andreassa
MTB 0011255/PR

DIRETORIA

Marcelo Colaço

JORNALISMO

jornalismo@grupomultimidia.com.br

ASSINATURAS

assinaturas@grupomultimidia.com.br

PROJETO GRÁFICO

Aldemir Batista

DIAGRAMAÇÃO

Máximo Walesko

FOTO EDITORIAL

Miro Costin

FOTO NOSSA CAPA

Ricardo M. R. Pereira

EDIÇÃO DE IMAGENS

Luiz Antonio Rodrigues - Orô

COMERCIAL

comercial@grupomultimidia.com.br

TI

Adilson Alves da Cruz

COLONISTAS

Maria Jose Dantas
Paulo Occhialini Mancio

CURADORIA BRAVO!

Bruno Stippe

COLABORADORES

Alex Trinks
Amanda Costa
Angelo Miguel
Aurélio Sant'Anna
Ivan roberto Liebl
Letícia Santos
Luciana de Moraes
Luiz Antonio Rodrigues de Oliveira (Orô)
Renata Maffei
Ricardo M. R. Pereira
Victor Maciel
Zaira Sachetti

CONSELHO

Angelo Duvoisin
Aurélio Sant'Anna
Eduardo Daher
Ivo Cansan

GRUPO
MULTIMÍDIA

SÃO PAULO - SP

(11) 4780.3458

CURITIBA

(41) 3235.5015

USE DESIGN

A revista USE DESIGN é uma publicação trimestral do Grupo Multimidia Comunicação Corporativa Ltda., Rua Raul Obladen, 939 – Jardim Itália – São José dos Pinhais, CEP: 83020-500. A revista USE DESIGN não se responsabiliza pelos conceitos e opiniões emitidos nos artigos assinados.

Ano 8 - Nº 21 - 2022 - Set | Out | Nov
Proibida a reprodução total ou parcial sem a autorização prévia.

revistause.com.br

ideale



idealeestofados.com.br



SOFÁ ARAMIS

Design exclusivo, by Amat design



ESTOFADOS
POLTRONAS
LIVING
SOFÁS RETRÁTEIS



Nossos produtos são fabricados com
madeiras oriundas de florestas plantadas.

Valentim Gentil - SP **17 3485.1198**

CONTEÚDO



SET | OUT | NOV 2022

12 HOSPITALITY EXPERIENCE

16 ACONTECE

ABIMAD COMEMORA EM 2023, SEUS 20 ANOS DE ASSOCIATIVISMO E PROGRESSO JUNTO DO SETOR

20 FORMAS & FORMATOS

ESSA É UMA CASA TROPICAL

28 TRAVEL

USE.
Desejos em design



36 BRAVO!

40 EXPRESSO | BUSINESS

TURISMO NACIONAL REGISTRA FATURAMENTO DE R\$ 94 BILHÕES NO SEMESTRE: 33% MAIS QUE 2021

44 NOSSA CAPA

A ICÔNICA ARQUITETURA DE UMA JOIA CARIOCA:
LARGO DO BOTICÁRIO

58 DESIGN BR

61 AGENDE-SE | FEIRAS & EVENTOS

62 ENTREVISTA EXCLUSIVA

TURISMO: NO ALTO E À FRENTE

66 AGENDE-SE



A MUDANÇA NOS VALORES E NAS EXPECTATIVAS DOS CONSUMIDORES ACELERAM A ADAPTAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM ÀS BOAS PRÁTICAS AMBIENTAIS

Por Maria Jose Dantas & Marcelo Boeger

A Revista USE DESIGN é um valioso veículo de comunicação que se expressa bem com diversos segmentos e, cada vez mais, com o setor de hospitalidade.

Quando iniciamos o projeto de escrever essa coluna Hospitality Experience, sobre o setor, pensamos em muitos temas, todos muito importantes. Até aqui, não falamos de ESG - sigla em inglês para definir as boas práticas ambientais, sociais e de governança. Não que os outros temas fossem mais ou menos importantes, mas este deveria encabeçar a lista. Para falar sobre ele, convidei um dos grandes especialistas que conheço, mestre em Gestão Ambiental e em Hospitalidade, Marcelo Boeger, com quem tenho o prazer de compartilhar o artigo desta edição.

Entendo o turismo, com toda a sua grandiosidade, como um setor muito importante para o desenvolvimento da nossa economia e, portanto, um grande aliado para o fomento de uma cultura de preservação ambiental. O setor de hospitalidade está inserido dentro de todo esse contexto e a hotelaria vem se posicionando de forma muito positiva.

Buscando referências recentes sobre o tema ESG, encontrei algumas publicações. Em 2019, um relatório da "Urban Land Institute Hotel Sustainability" apresentou dados de um estudo que citava o setor hoteleiro como um dos que mais necessitavam de ações efetivas para a redução do consumo por metro quadrado de eletricidade e de água. Em relação à produção de gás carbônico, os hotéis também estão entre os que apresentam os maiores índices de emissão.

Os hotéis que já avançaram nesse processo de melhoria e realmente aplicam as melhores práticas ambientais devem dar luz às iniciativas, publicar em seus canais de comunicação, comunicar claramente aos seus hóspedes e clientes, obtendo um argumento comercial que será um diferencial para muitas empresas decidirem onde hospedar seus funcionários ou realizar seus eventos corporativos. A responsabilidade ambiental dos meios de hospedagem começa com a educação interna e, posteriormente, das comunidades do seu entorno. Conscientização é a palavra-chave desse processo que só tem começo, e nunca terá fim.

Passo a palavra ao nosso mestre, Marcelo Boeger, que defende a hospitalidade e sustentabilidade com responsabilidade, zelo, empenho, dedicação e muita competência.

MARCELO BOEGER: CONSCIENTIZAÇÃO DOS INVESTIDORES, DOS PROPRIETÁRIOS E GESTORES DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

A sustentabilidade deve passar a ser um valor para o empreendimento e estar no radar de todos que ali atuam, em todos os níveis, inclusive a equipe operacional. De um lado temos a necessidade da conscientização dos investidores e gestores e de outro, os próprios hóspedes.

Qual o real impacto que a propriedade pode gerar no meio ambiente? Quais são as oportunidades existentes? Como evitar que uma prática errada possa inclusive respingar no próprio entorno e no destino?

Precisamos de uma abordagem abrangente que busque a economia circular a as compras sustentáveis, priorizando insumos mais duráveis, recicláveis e renováveis. Desde a escolha dos produtos químicos para higiene (para que não causem danos a vida aquática devido a sua formulação), das embalagens dos produtos de A/B, dos insumos de lavanderia, priorizando a compra de produtos biodegradáveis e sustentáveis.

Outro ponto importante está na qualidade da água do efluente da lavanderia (seja ela própria ou contratada) ao controlar a diversidade de produtos empregados no processo de lavagem (como tensoativos, amaciantes e alvejantes) dentro de um padrão de qualidade adequado. Outro exemplo vem da própria cozinha: a captação adequada do óleo utilizado como resíduo, evitando entupimento das tubulações e a aplicação de diversos produtos químicos para a sua remoção, além de acabar por prejudicar aos rios e represas, quando não existe um tratamento efetivo.

A redução do plástico pode também agregar enorme valor nesta meta assim como a reciclagem de papelão, vidro, alumínio e demais itens.

A captação de água de chuva ou a mesmo a gestão de recursos hídricos, com uso de redutores ou substituição por torneiras e chuveiros “ecológicas”, que tem uma vazão de água controlada, geram indicadores de redução acima de 70%. Outro ponto está no reaproveitamento com utilização de água de reuso para lavagem de garagens, chafariz e resfriamento de motores e a para determinados fins.

Também podemos olhar para diversas oportunidades na busca por uma matriz de energia limpa (eólica, solar ou biomassa), na instalação de sensores de presença, substituição por lâmpadas LED, aquecimento de água aproveitando calor gerado por outras utilizações da propriedade ou ainda solar.

A aquisição de produtos de fornecedores locais, evitando a necessidade de transportes rodoviários distantes deve estar no radar dos gestores, pois afetam não só o ambiente, como o social. Valorizar este fato junto do hóspede, apresentar um storytelling do uso de produtos de comunidades locais, atualmente pode fazer mais sentido do que o uso de produtos importados.

Uma pesquisa de junho de 2021 do Booking.com, com 29.000 viajantes de 30 países, mostrou que 64% desejam se hospedar em acomodações sustentáveis. Porém 55% acreditam que não há suficientes opções desses meios de hospedagem disponíveis. Podemos perceber que essas práticas podem passar a afetar diretamente na escolha dos hóspedes por não desejarem contribuir para a degradação do ambiente.

Nos últimos tempos já vemos os empreendimentos trabalharem em ações pontuais na direção de eliminar os canudos, copos descartáveis, sacos plásticos e tantos outros insumos usados no dia a dia da operação e percebemos os consumidores mais atentos e conscientes à estas questões.

A percepção que o meio de hospedagem escolhido participa de ações sustentáveis pode gerar maior competitividade e será sentida desde a escolha de itens a venda em frigobar, cardápio do restaurante que valorize a produção e cultura regional, podendo inclusive adotar uma horta interna para geração de seus próprios insumos. Esta percepção passa por sistemas de troca de enxoval durante a hospedagem, a integração com a fauna e flora local, dependendo do tipo de empreendimento, inclusive a integração da própria construção com a paisagem local, gerando o menor impacto possível.

A sustentabilidade resulta em melhores condições de saúde a todos, população do entorno, colaboradores e aos próprios hóspedes. Assim, há benefícios para o ambiente, para o crescimento econômico e para todos nós.



MARCELO BOEGER

Atua como consultor da Hospitalidade Consultoria. Mestre em Planejamento Ambiental (Unibero) e Mestre em Gestão da Hospitalidade (Anhembi Laureate).

Atualmente é VP da AMTSBE (Associação Mundial de Turismo de Saúde e Bem-estar) e Coordenador do Grupo de Excelência em Administração Hoteleira (GEAH) do CRA-SP.

Coautor e organizador de diversas publicações, entre elas: "Towards a Better World" e "Sustainable Development"- (co-autor) Globedit, 2022. "Liderança em 5 Atos", Editora Loyola, 2020 (coautor), 3ª edição. "Indicadores de Hotelaria", 2019, Ed.Sarvier, (coautor), Manual de Hotelaria do Hospital Albert Einstein, (organizador) Editora Manole, 2012 e Gestão Financeira para Maiores de Hospedagem, Atlas.

Fale comigo: marceloboeger@gmail.com | WhatsApp: (11) 99265.0949



MARIA JOSE DANTAS

Consultora especializada em hospitalidade, diretora da Governança Consultoria e presidente nacional da ABG – Associação Brasileira de Governantas e Profissionais de Hotelaria.

Fale comigo: [@mariajosedantasoficial](https://www.instagram.com/mariajosedantasoficial) | contato@mariajosedantas.com | WhatsApp: (21) 99500 9726

O MELHOR IMPACTO ATRAVÉS DO MELHOR CONTEÚDO. PRAZER EM LER.

Conteúdo ideal para lojistas, arquitetos, designers, decoradores, paisagistas, e outros profissionais.

PLANO BIANUAL, 01 ASSINATURA, 08 EDIÇÕES. R\$ 238,00

PLANO CORPORATIVO, 10 ASSINATURAS, 04 EDIÇÕES. R\$ 1076,00



ENTREGA
EM TODO
TERRITÓRIO
NACIONAL



VERSÃO DIGITAL
DISPONÍVEL PARA
LER QUANDO E
COMO PREFERIR

+55 (11) 3675.4114

assinaturas@revistause.com.br



ACONTECE

ABIMAD COMEMORA EM 2023, SEUS 20 ANOS DE ASSOCIATIVISMO E PROGRESSO JUNTO DO SETOR

Comemorando seus 20 anos de atividades em prol da geração contínua de negócios no setor de móveis e acessórios decorativos, a 35ª edição reunirá o que há de melhor para lojistas, profissionais do setor de arquitetura, design e corporativo





A Abimad – Associação brasileira das indústrias de móveis de alta decoração tem criado ao longo de sua história, recorrentes oportunidades propícios à geração e desenvolvimento de negócios do setor, apresentando o que há de mais moderno no mundo do design. Na edição de julho deste ano, além das novas cores, texturas, formas e formatos, percebeu-se que as tendências mundiais estavam presentes nas mais variadas peças expostas, percebidas pelos visitantes de forma unânime, como provam os resultados em números da sua edição de inverno. Confira:

Sob o mote “ABIMAD Completa”, a 34ª edição, reuniu mais de 100 empresas. Com a participação de 44% de expositores de móveis e 56% de marcas de artigos de decoração, a feira recebeu visitantes do Brasil e do exterior, que acompanharam o lançamento de mais de 1 mil produtos, gerando um volume de cerca de R\$ 500 milhões em business. Além dos negócios nacionais, a feira também promoveu, através do projeto ABIMAD Export, rodadas de negócios com a participação de 62 compradores internacionais, de 14 países, entre eles Arábia Saudita, África do Sul e República Dominicana.

Na Abimad’34, a associação apresentou novos expositores, que são sinônimos de qualidade e inovação. Nessa lista, estão presentes marcas como Antica, Arteobjetos, Pollo Decor,

De Lavie Decor, Luana Ramalho Home, Corbelli, Aspecto, Karam's Estofados, Biasa Home, Meridiano Design, By Poli, Elemensis, Riva, Marcos Quintas, Linee Moveis, Única, Artiaio, J. Marcon, Nolan Collection, Heitor Moveis, Traço Objetos e Agile, que, ao lado de outros associados, ocuparam uma área de 25.000m² no pavilhão.

A feira contou também com a **Arena Office Connection** que levou mais de 20 horas de conteúdo baseados no tema “Transformação na Arquitetura Corporativa e Comercial”, mediados por Gustavo Sígolo, Luis Onaga, Karin Guth e pelo jornalista Gumae Carvalho.

UMA LUXUOSA EMBARCAÇÃO E O DOMO GEODÉSICO

Um dos super destaques da edição, foi a presença de um Domo Geodésico e uma embarcação de 33 pés, mega luxuosa no stand da Revista USE DESIGN. O espaço contou com 200 metros quadrados, recebeu lojistas e profissionais para a validação dos produtos, que por sua vez decoraram o barco e Domo. “É a primeira vez que os visitantes da Abimad puderam interagir com produtos dos associados inseridos nos mais diversos contextos decorativos; num ambiente diferen-

te dos cenários tradicionais de feiras, reforça Sol Andreassa, editora chef da revista. Ao todo, foram 16 empresas que participaram ativamente gerando integração, diálogo e novas parcerias. Conheça as marcas:

Ambience, Artefama, Artesania Actual, Bel Metais, Decortêxtil, Domos Cantareira, Colchões Ecoflex, Haris Haus, Karam's Estofados, KZHome, Real PowerBoats, Redes Santa Luzia, Studio Casa, Tapeçouro, Trees&Co e participação especial da Montana Química. Todas colaboraram para o sucesso da ação, comprovando que a Abimad é de fato, uma feira completa.

Pela primeira vez, a ABIMAD também recebeu a Expo ABICOL, evento organizado pela ABICOL (Associação Brasileira das Indústrias de Colchões), que contou com a participação dos principais fabricantes de colchões do País, como Orbhes, Castor, Gazin, Ecoflex, Ortobom, CBP, F.A., Flex, Plumatex, Umalex. Sucesso de público, a parceria deve voltar a acontecer na edição de inverno de 2023.

A feira possui o maior programa de clientes VIPs já visto pelo mercado de feiras nacionais, além de ter criado o projeto exclusivo de fomento às exportações, o ABIMAD Export, com o seu selo Quality for Export, que é atribuído às empresas associadas participantes do projeto.

Hoje, a associação conta com 162 associados de móveis e objetos de decoração, uma gestão dinâmica e transparente, feiras de sucesso e o reconhecimento do mercado pela seriedade na condução da entidade. Em 2023, A Abimad comemora seus 20 anos de associativismo e progresso junto do setor, e neste último semestre, se prepara para a 35ª edição, que acontecerá entre os dias 31 de janeiro e 03 de fevereiro, das 10h às 19h, no São Paulo Expo.



MERIDIANO

Design

Aparadores | Mesas laterais | Mesas de centro
Mesas de apoio | Cabideiros | Bancos | Carrinhos bar

Conheça nossos
produtos:



AMOR PELA MADEIRA

Transformando a madeira
em peças de mobiliário
que inspiram ambientes
de requinte e aconchego.

(54) 3019.7579
(54) 9 9103.5429

meridianodesign.com.br



FORMAS & FORMATOS



Fotos: Estudiony18

ESSA É UMA CASA TROPICAL

A composição de materiais e o layout fluido deixam aflorar a sensibilidade para a manifestação da vida. A luz natural é filtrada pela arquitetura e faz seu desenho efêmero dia a dia, o vento refresca o corpo e balança as flores e árvores cultivadas por Burle Marx



Uma casa que poderia estar em qualquer lugar de clima tropical. Foi cuidadosamente instalada no jardim do Palácio das Mangabeiras, construído na década de 1950 em Belo Horizonte, com paisagismo de Burle Marx e vista para a Serra do Curral. Nídia Duarte sabia da responsabilidade que tinha em mãos: erguer uma estrutura metálica em apenas 20 dias, com muito respeito e real conexão com o ambiente.

"A morada de descanso, chamada de Casa Sui, mostra a afinidade que um bom projeto arquitetônico é capaz de estabelecer com o local que o acolhe. Uma licença para ocupar, sem agredir. Uma vida que se estabelece sem barreiras entre o dentro e fora, unidade", explica a arquiteta presente no elenco da CASACOR|MG, onde expõe o trabalho até o final de setembro.







O efeito de morada suspensa, como um pouso leve sobre o terreno encantadoramente florido. A casa de linha horizontal é emoldurada por uma varanda, portas pivotantes - de autoria da profissional - voltadas para o verde, a paisagem e as acomodações internas. A intenção é favorecer a entrada da luz natural, a circulação do ar e das pessoas em conexão presente.



A paleta neutra - sem ser monótona -, a combinação de materiais naturais de rica texturas transmitem uma atmosfera leve e relaxante. "Escolhi o que mais aconchega nos tecidos, tapete, texturas. Os tons mais claros, acinzentados com o toque caloroso da madeira, o piso na paginação escama de peixe também mais prático", pontua.

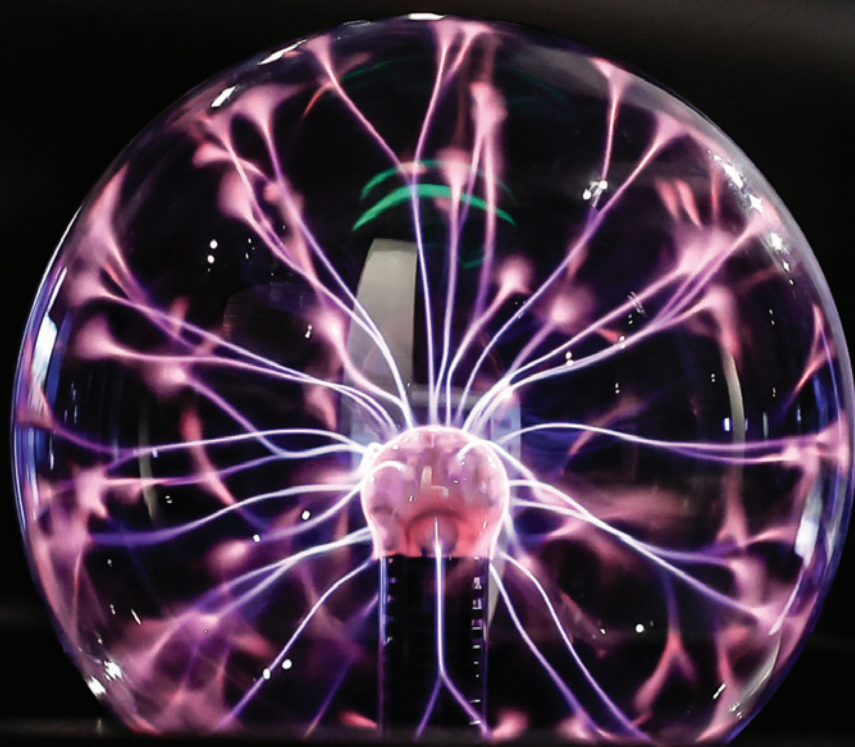
Na sala, o sofá Boomerang de forma orgânica está posicionado para os encontros. O ambiente abriga a banca da cozinha com a mesa de jantar acoplada e todos os equipamentos para o preparo das refeições. Do lado de fora, o Cantinho Alemão foi pensado para servir as refeições matinais. Por ali também é onde pode ser avistado o deslumbrante pôr do sol, os últimos raios que atravessam livremente a malha de vergalhões.

A suíte mais reservada é destacada pela moldura em madeira e o painel de quartzito verde esmeralda utilizado como cabeceira da cama. A pedra também garante a privacidade do banheiro, que fica do outro lado, acompanhado por uma banheira de imersão. De dia, a luz natural dá seu tom. À noite, a iluminação desenhada por Nídia mantém a sensação de tranquilidade e leveza do loft.

Escritório Nídia Duarte Arquitetura & Interiores









PLANETA ÁGUA: PRIMEIRO MUSEU INTERATIVO DO BRASIL SOBRE A TEMÁTICA ÁGUA ABRE SUAS PORTAS

Instigante, provocativo e impactante! É dessa forma que se apresenta o Museu Planeta Água aos visitantes. O tema principal já traz uma provocação: “Porque a vida escolheu a Terra”. A frase afirmativa também pode ser interpretada com uma pergunta, aguçando a curiosidade dos que visitam o espaço.

O Museu Planeta Água é um espaço exclusivo, concebido na primeira estação de tratamento de água da capital e do Paraná, que se propõe a desvendar os mistérios, características, aspectos científicos e interações ecológicas envolvendo a água, revelando sua importância para a manutenção da vida humana e de todas as outras formas de vida na Terra.

Inovador, interativo e sensorial, o Museu adota uma abordagem multidisciplinar e abrangente, apresentando os mais variados aspectos relacionados à água, seus usos e funções – ambientais, científicos, educacionais, históricos, sociais, tecnológicos, de abastecimento e de saúde.

Como proposta de valor à sociedade, o Museu Planeta Água surgiu com a visão de que a mudança só acontece pela educação e pelo conhecimento. Como legado, a proposta do espaço é trazer aos visitantes uma experiência imersiva em todos os aspectos que envolvem a água. Como propósito, o Museu traz à luz a essencialidade do elemento à vida.

Nos dias atuais, a água é muito mais do que transparente: a água se tornou invisível. E esta é uma das mais graves ameaças à existência humana. O acesso fácil, para muitos, banalizou a relação dos seres humanos com a água. A crescente poluição dos rios e oceanos, a destruição das florestas e a exploração desenfreada dos recursos naturais estão transformando rapidamente a feição da Terra. É nesse quesito que o Museu traz uma reflexão.

EXPERIÊNCIAS JUNTO DA BALEIA AZUL & SUSTENTABILIDADE

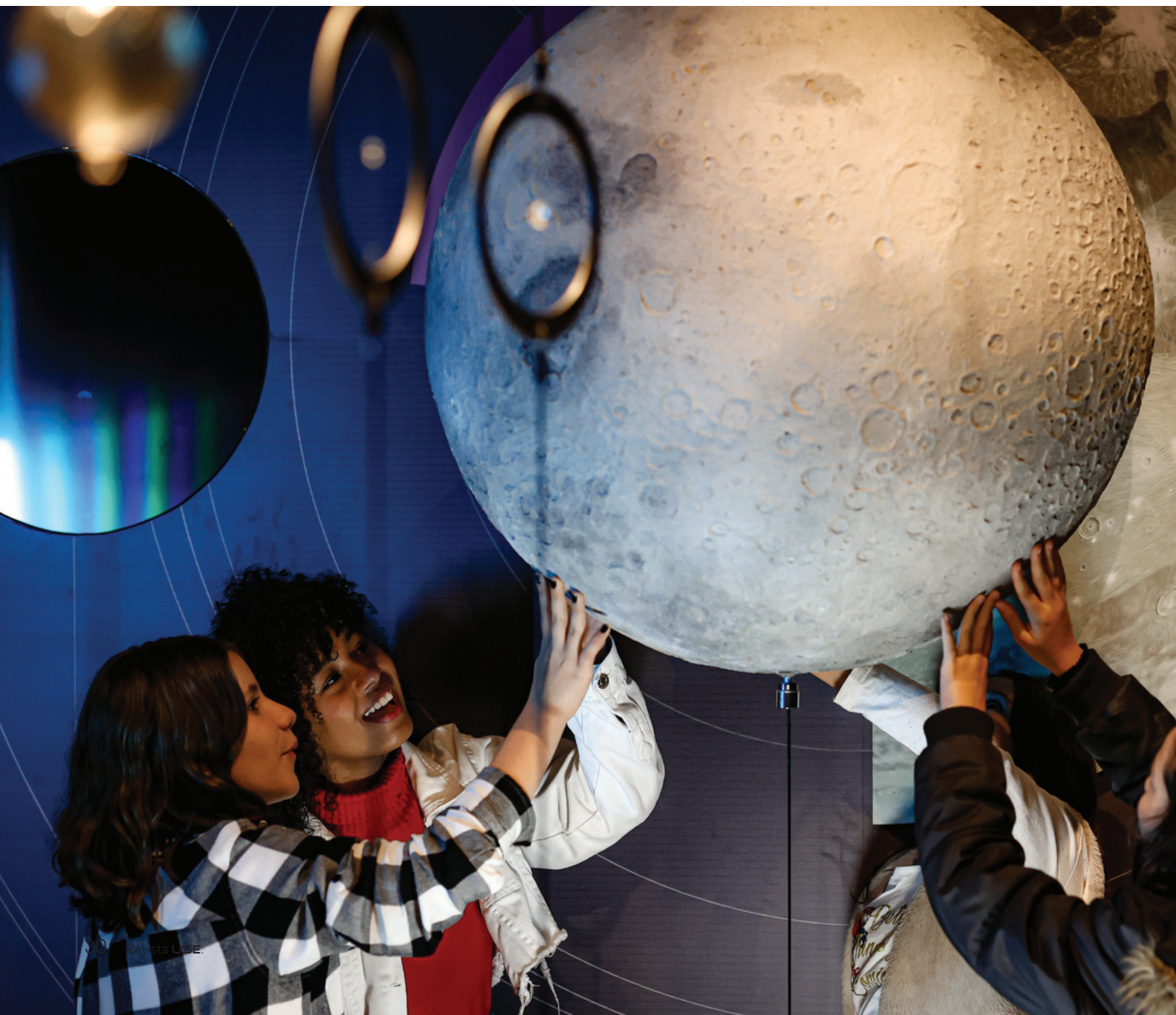
O primeiro grande impacto para quem entra no Museu Planeta Água é a presença do enorme esqueleto de uma baleia azul. Com 23 metros de comprimento e 4 toneladas, o objetivo da peça expográfica é fazer um manifesto contra a poluição dos oceanos, uma vez que a arte foi toda construída com embalagens plásticas. Maior animal do planeta Terra, a Baleia Azul pode medir até 30 metros, pesar 150 toneladas e viver cerca de 90 anos. No Museu, é possível perceber essa grandeza ao observá-la suspensa no ar e transitar embaixo dela, onde há um monitor que apresenta imagens que convida, o visitante, a refletir sobre a urgência da preservação dos oceanos. Essa peça foi construída com mais de 40 mil itens de embalagens plásticas.

O QUE MAIS VOCÊ VAI VER NO MUSEU

Um exclusivo mapa mundi, que apresenta mais de 90 camadas do relevo da Terra, evidenciando a profundidade e os recortes geológicos dos oceanos, trará projeções vídeo mapeadas, com temas como a história dos deslocamentos humanos pelos mares, o lixo nos oceanos e a formação dos Rios Voadores sobre a Amazônia.

UMA AULA MULTIDISCIPLINAR

O Museu nasceu para ser um grande espaço de conhecimento. A intenção é que turistas, estudantes, escolas e universidades possam usufruir desse imenso apanhado de informações sobre o elemento água, desde o seu surgimento até sua escassez e índices de contaminação, nos dias atuais. Para elevar a percepção sobre a importância da água para a



sobrevivência do planeta, foi criado um tour provocativo e analítico para que os visitantes observem, sintam e interajam nas várias etapas do “passeio” imersivo e sensorial.

ORIGEM DA ÁGUA: Nessa primeira etapa, o visitante poderá observar as diversas teorias sobre a origem da água em nosso planeta, desde a formação do Sistema Solar, ocorrida há cerca de 4,5 bilhões de anos, com o surgimento do Sol, da Terra e da Lua, bem como todos os componentes físicos, químicos, biológicos e meteorológicos que permitiram ser quem somos hoje e viver onde vivemos.

RIOS, OCEANOS, GELO E FLORESTAS: um grande espaço que mescla vídeos, ilustrações exclusivas, experiências interativas e informações instigantes traz a presença da água e suas mais diversas formas de apresentação e de interação com a vida na Terra.

OS RIOS VOADORES E O CICLO DA ÁGUA: o fenômeno dos Rio Voadores e sua importância crucial para a vida no Brasil é apresentado de forma criativa e inovadora junto ao ciclo que faz a água circular por todo o planeta.

A GEOLOGIA DA ÁGUA: nesse espaço construído com ilustrações belíssimas e exclusivas, um conjunto de informações mostra a evolução do planeta Terra do ponto de vista geológico e o papel da água nessa história de 4,5 bilhões de anos. Sempre buscando uma conexão com o Paraná, muitos dos fatos que contam a história geológica da Terra são exemplificados com imagens conhecidas do público: as Cataratas do Iguaçu e Vila Velha, além da Araucária e de animais pré-históricos que habitaram a região.

ÁGUA E MORTE: na segunda etapa do tour, vários eventos catastróficos provocados pelos seres humanos são lembrados. O excesso de água

também pode matar e, muitas vezes, está vinculado a ações humanas irregulares, irresponsáveis ou criminosas. Assim romperam-se as barragens de Mariana e Brumadinho, em Minas Gerais, quando os resíduos da mineração formaram avalanches de destruição e morte. A ocupação irregular de topos de morros e áreas contraindicadas para edificações, agravadas pela inação governamental, são o estopim para desabamentos e soterramentos. Navios petroleiros derramam cargas de óleo cru nos oceanos. Indústrias contaminam cursos d’água com diversos metais pesados. Garimpos de ouro despejam mercúrio nos rios. Agrotóxicos provocam envenenamentos e estão associados a diversas doenças, como o câncer. A imersão, nessa etapa do tour é desafiadora.

ÁGUA É PRECIOSA: a discussão, nessa etapa, é o mundo sem água provocado pela desertificação criminosa, decorrente de ações humanas. Os visitantes poderão sentir o aumento da temperatura, pois a intenção é propor a sensação de desconforto, a partir do aumento da temperatura, com sensações relacionadas à cor e à música, que culminam com a mensagem silenciosa transmitida por uma escultura hiper realista de uma mãe com seu filho, já sem vida, vitimado pela falta d’água.

ÁGUA E CONSUMO: a experiência traz à luz vários processos produtivos que envolvem matérias-primas. Em um carrinho de compras, diversos produtos são expostos com grandes etiquetas. Nelas, o visitante pode observar o quanto de água foi necessário para a produção daqueles produtos, ou seja, qual seria o “valor” em água de cada mercadoria. A intenção é mostrar que os seres humanos devem buscar o consumo consciente de mercadorias para não exaurir a água potável que também é utilizada nos processos industriais.

ÁGUA E PRAZER: num espaço que revela situações prazerosas, a água se faz presente de forma sutil, trazendo sensações, cheiros, lembranças. A sequência de ambientes remete o visitante a momentos alegres, revelando a cotidiana e intensa ligação dos seres humanos com a água, como estar na praia, na fazenda, em uma cachoeira ou sentindo o delicioso cheiro do café. O espaço foi construído dentro de uma estação-tubo de ônibus, característica marcante da arquitetura urbana de Curitiba.

ÁGUA E VIDA: nessa etapa, o visitante tem mais uma experiência sensorial. Revela como a água auxilia na respiração e digestão, protege os bebês durante a gestação, ajuda a regular a temperatura do corpo e a pressão arterial, lubrifica as articulações e a pele, conduz nutrientes e auxilia na eliminação de toxinas, entre muitas outras funções no corpo humano.



ÁGUA E ENERGIA: a geração de energia elétrica a partir da água trouxe qualidade de vida para as pessoas ao redor do planeta e possibilitou o desenvolvimento social, industrial e comercial das nações. Saúde, segurança, educação, ciência, cultura e comunicação avançam a partir dessa energia.

ÁGUA É SAÚDE E DESENVOLVIMENTO: uma linha do tempo mostra como as tecnologias para captar, purificar e distribuir a água mudaram a vida de diferentes povos. O domínio da água levou ao desenvolvimento econômico e social.

IDEALIZADORES

Idealizado pela Associação Brasileira do Conhecimento (EGEO) e desenvolvido pela Straub Design, o Museu foi concebido por quatro curadores, desde o início: o diretor do projeto Wilgor Caravanti, o diretor criativo Ericson Straub, o arquiteto Aurélio Sant'Anna e a jornalista e escritora Maria Celeste Corrêa. O Museu Planeta Água é patrocinado pela Companhia de Saneamento do Paraná (Sanepar), CTG Brasil e Compagás, além de contar com o apoio do Banco Regional de Desenvolvimento (BRDE) e da Unesco, desde a sua concepção. Recentemente, o Planeta Água também conquistou o apoio da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, Instituto Fashion Revolution e The Nature Conservancy (TNC). O projeto foi realizado com recursos da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet).

"Trabalhar com o tema “água” foi um presente que o Museu Planeta Água me proporcionou. Talvez seja este o tema mais importante do mundo, sem que, entretanto, a maioria das pessoas tenha ainda se dado conta disso".

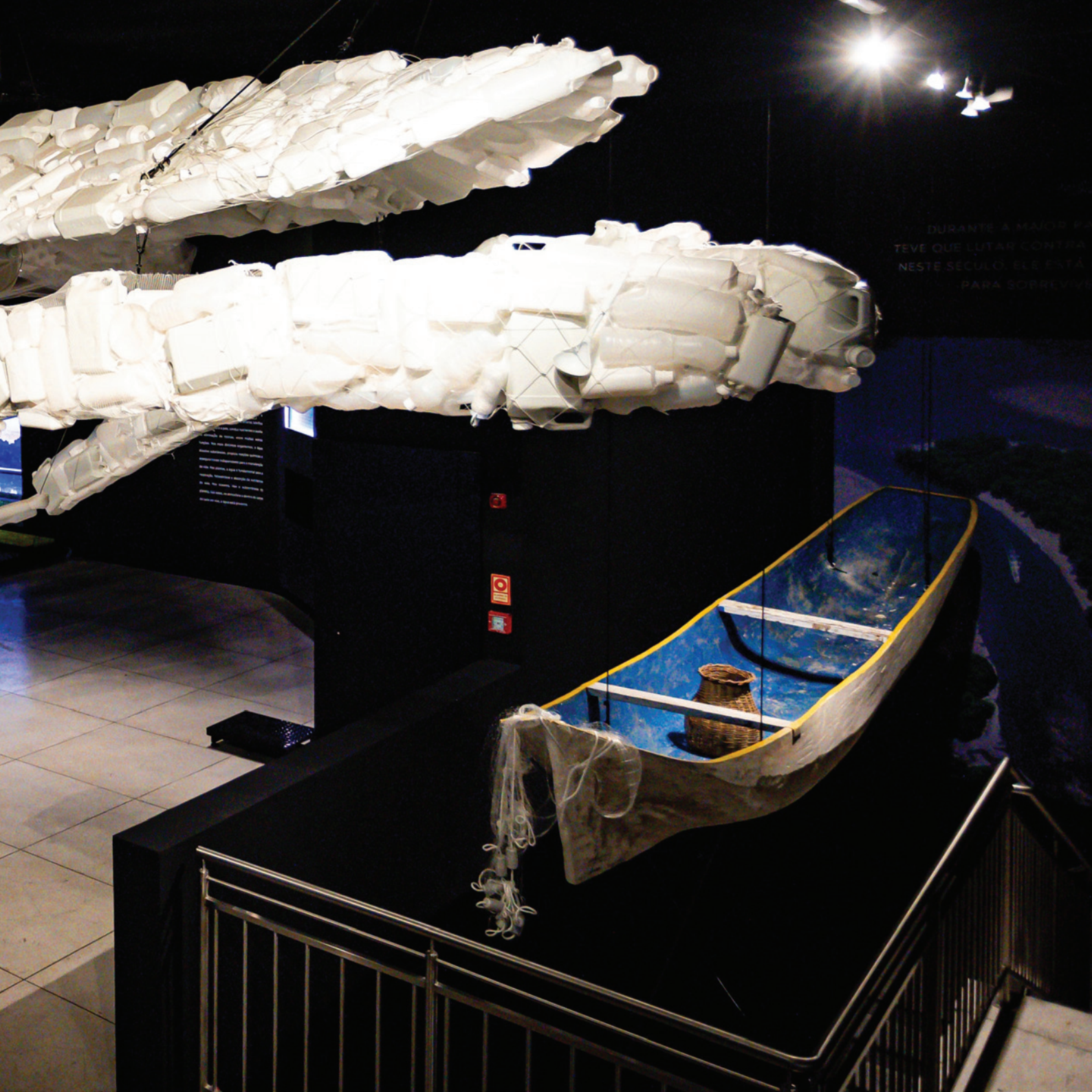
Arquiteto Aurélio Sant'anna







O Museu Planeta Água inaugurado em junho, foi aberto inicialmente para visitação apenas de idealizadores e convidados. A partir de setembro, o espaço abre para visitas agendadas de escolas e, em novembro, para o público em geral também mediante agendamento.



<https://museuplanetaagua.org.br>

@museuplanetaagua

Colaboraram para este conteúdo Zaira Sachetti e Letícia Santos

BRAVO!





ARROZ CARRETEIRO

Por Chef Bruno Stippe

Nosso chef responsável pela coluna BRAVO!, além de especialista em cozinha italiana e mediterrânea foi churrasqueiro de CTG (Centro de Tradições Gaúchas) e discípulo de um dos maiores nomes do churrasco dos anos 70, 80 e 90 no Brasil, o famoso Darcy da Costela de Ouro, churrasqueiro da antiga companhia de aviação VARIG.

O Chef Bruno aprendeu ainda jovem a arte de assar carnes com fogo e brasa, tendo a oportunidade de conhecer diversas formas de fazer o famoso Arroz Carreteiro, prado do qual sente imenso prazer de reproduzir com grande frequência para sua família e amigos próximos.

O Arroz Carreteiro é classicamente feito com o charque, carne seca típica do estado do Rio Grande do Sul, mas que tem substituição constante por carne seca de sol e de sobras do próprio churrasco. Caracteristicamente é um arroz caldoso que deve ser consumido no mesmo instante que fica pronto.

Perfeito para acompanhar o churrasco, como também no final, como um “último prato”, para finalizar a festa. No entanto é maravilhoso se for feito no outro dia com algumas sobras de carne do churrasco do dia anterior.

A seguir, esta receita maravilhosa que serve até quatro pessoas!

INGREDIENTES

2 xícaras de arroz tipo agulhinha,
1 cebola média triturada,
3 dentes de alho moídos,
450g aproximadamente de carne da sobra do churrasco cortadas em pequenos cubos sem a gordura,
½ xícara de salsa fresca picada,
2 tomates maduros picados sem as sementes,
1 colher de banha,
1 colher de manteiga,
Sal o necessário,
Queijo tipo parmesão ralado, fino, para finalização se desejar.

MODO DE FAZER

Levar a carne já picada em 1 litro de água levemente salgada, deixe ferver por aproximadamente trinta minutos, adicione água fervente caso diminua muito a quantidade. Retire os pedaços de carne com uma escumadeira e coloque em um recipiente. Reserve a água da fervura bem aquecida.

Em uma panela refogue a cebola na banha até começar dourar, junte os pedaços de carne, o alho e mexa por uns instantes até estarem bem aquecidos e comecem a refogar, então adicione o arroz e frite bem por uns 2 minutos mexendo sem parar, após isso cubra esse refogado com o caldo fervido de carne até que tenha aproximadamente uns dois dedos acima do nível do arroz, mexa bastante para que tudo fique bem misturado e todo arroz do fundo da panela esteja bem envolto com o caldo. Cozinhe em fogo médio verificando sempre o ponto de cozimento como se estivesse preparando um arroz branco normal, nesse ponto prove o teor de sal do caldo e verifique se há necessidade de adicionar mais sal. Quando estiver quase pronto mas com um volume relativo de água ainda junte os tomates e a salsa picada, misture bem para que estes se espalhem completamente no preparo, sempre verifique o conteúdo do líquido do cozimento, caso seja necessário vá incluindo mais caldo e se este tiver sido todo usado adicione água fervente. O arroz deverá estar macio, mas não mole demais, bem caldoso e quente.

Assim que terminar o cozimento, antes de servir, adicionar a colher de manteiga e mexer bem. Sirva imediatamente assim que terminar o processo, caso deseje, polvilhe queijo ralado.

Bom apetite!





Chef Bruno Stippe

BREVE RESUMO | CHEF BRUNO STIPPE

- Chef Proprietário da Cantina C...Que Sabe! Em São Paulo.
- Presidente fundador da Federação Italiana de Chefs no Brasil, e Supervisore Latino América.
- Diretor USEF (Unione Siciliani Emigrati e Famiglie) e I Love Sicily.
- Apresentador do Programa semanal de TV Pilotando o Fogão há mais de 25 anos.

Fale com o Chef: bstippe@gmail.com
ou [instagram.com/bruno.stippe](https://www.instagram.com/bruno.stippe)



TURISMO NACIONAL REGISTRA FATURAMENTO DE R\$ 94 BILHÕES NO SEMESTRE: 33% MAIS QUE 2021

Apenas no mês de junho, as atividades ligadas ao Turismo geraram ganhos de mais de R\$ 16,4 bilhões

Visto pelo Ministério do Turismo como uma tendência no setor para o ano de 2022, o “Turismo de Luxo” cresceu 10,6% em 2021, superando os índices pré-pandemia. Os dados compõem o Anuário da Associação Brasileira de Viagens de Luxo elaborado em parceria com o Senac São Paulo. Segundo o documento, o segmento faturou R\$ 1,8 bilhão, número 50% superior ao registrado em 2019, e foi ocupado em sua grande maioria por brasileiros viajando dentro do país. De acordo com o levantamento, desde 2017 o segmento não atingia taxas de ocupação hoteleira superiores a 52%. Mas, no último ano, a ocupação média ultrapassou os 57%, chegando a 474.180 Unidades Habitacionais (UH) comercializadas. Este número resultou em um movimento de 876.341 hóspedes, o que é mais que o dobro do registrado no ano de 2019, sendo considerado o melhor desempenho dos últimos anos.

Turismo nacional mostra superação nos seis primeiros meses de 2022. Dados da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo – FecomercioSP, apontam que o setor teve faturamento de R\$ 94 bilhões no semestre, número 33% maior do que o registrado no mesmo período de 2021. Apenas no mês de junho, as atividades ligadas ao Turismo geraram ganhos de mais de R\$ 16,4 bilhões.

HOSPEDAGEM & ALIMENTAÇÃO

Outro segmento que teve boa representação no período foram os serviços de alojamento e de alimentação. A atividade teve faturamento de R\$ 4,59 bilhões em julho, um crescimento de 25,4% quando comparado ao mesmo mês de 2021. As atividades relacionadas a locação de veículos, agência e operadoras, entre outros, registraram índices 4% superiores.

Os serviços relacionados à cultura, recreação e esportes e o transporte aquaviário tiveram alta de 17,1% e 11,6%, respectivamente.

As empresas de transporte aéreo foram as responsáveis pelo maior faturamento no período, com quase um terço (R\$ 5,07 bilhões) do creditado em todo o setor. Além dos transportes aquaviários e terrestres, o segmento aéreo superou, em junho, os índices pré-pandemia. Comparado ao mesmo mês de 2019, o setor teve um crescimento nos ganhos de 5,2%, em 2022.

TAXA DE OCUPAÇÃO DE RESORTS CRESCE 25% NO 2º TRIMESTRE

Os meses de abril a junho, segundo trimestre do ano, registraram números positivos para a hotelaria brasileira. O segmento de resorts ultrapassou em todos os indicadores os resultados de 2019, antes da pandemia de coronavírus. As agências de turismo, que comercializam entre os seus produtos diárias em hotéis, também alcançaram crescimento. Na comparação com o mesmo período do ano passado, 52,1% dos hotéis faturaram mais em consequência de uma demanda maior. Os segmentos mais procurados, segundo balanço divulgado nesta quarta-feira (10.08) pela Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), foram de sol e praia (56,2%), seguidos de cruzeiros (49,3%) e turismo cultural (45,1%). Mesmo com o retorno das viagens internacionais, a maior parte dos serviços comercializados continuou sendo para viagens nacionais, com 60% de vendas de pacotes nacionais e 40% de internacionais.

DESTINOS MAIS PROCURADOS

Em relação aos destinos mais procurados, ainda segundo a ABAV, a lista inclui Fortaleza (CE), Rio de Janeiro (RJ), Gramado (RS), São Paulo (SP) e Salvador (BA). Ainda segundo a entidade, a expectativa é de que o faturamento de 2022 das agências associadas se aproxime ou até supere os R\$ 33,9 bilhões comercializados em 2019, antes da pandemia de coronavírus.

RESORTS

No balanço divulgado recentemente pela Resorts Brasil apontou que os empreendimentos associados registraram crescimento de 25% na taxa de ocupação entre os meses de abril a junho de 2022 ante o mesmo período de 2019 (pré-pandemia). A receita operacional por quarto ocupado (Tre-vPOR), nos meses de abril, maio e junho, já desconsiderada a inflação acumulada no período e já é 4% superior ao mesmo período de 2019.

O Brasil conta, atualmente, com 131 resorts no país que oferecem 31.059 quartos, a maioria (81) em praias. Ainda segundo a pesquisa da Resorts Brasil foram identificados quatro projetos de resorts, que devem ampliar em 997 a oferta de quartos no país nos próximos períodos.





SERRANO

COLCHÕES E ESTOFADOS

Conforto e Qualidade

Você não merece menos que isso!

Conheça mais modelos em nosso site e redes sociais.

www.serrano.ind.br

(47) 98814 9776

@serranocolchoeseestofados.



NOSSA CAPA



Foto: Ricardo M. R. Pereira

142 | Foto: UFF

A ICÔNICA ARQUITETURA DE UMA JOIA CARIOCA: LARGO DO BOTICÁRIO



Uma nova identidade que respeita a ancestralidade e a história do Brasil. O movimentado bairro do Cosme Velho, aos pés do Cristo Redentor e do Morro Santa Marta, tem o privilégio de ser impactado pelo silêncio, rodeado pelo intenso verde das matas, águas mexeriqueiras do rio Carioca e o monumental ícone hoteleiro JO&JOE Rio de Janeiro.

E subindo a rua, com três minutos de caminhada após a estação do Trem do Corcovado, somos conduzidos a uma joia arquitetônica emoldurada pelo verde da Mata Atlântica do Maciço da Tijuca. O JO&JOE Rio de Janeiro abre suas portas para a comunidade e turistas do nosso País e do mundo todo.

Um símbolo restaurado com mais de 190 anos de história, que recebeu o projeto de ocupação do espaço de hotelaria no ano de 2019, aprovado pelo IRPH – Instituto Rio Patrimônio da Humanidade, foi palco de filmes internacionais e festas oníricas, recebendo a visita de grandes personalidades do mundo todo, e resguarda também, memórias de seus criadores: o jornalista Paulo Bittencourt e sua esposa Sylvia Bittencourt. Ao longo dos anos, muitos foram seus moradores, frequentadores e admiradores. Foi ali no pátio, próximo às banheiras de quase dois séculos, que Walt Disney plantou uma árvore e criou o personagem Zé Carioca. E enquanto o bairro crescia assustadoramente junto ao volume de novos prédios residenciais, Clarice Lispector continuava afirmando: “quase todos os domingos vou conversar com Augusto Rodrigues. Ele mora num dos lugares mais

bonitos do Brasil. Entre árvores e borboletas”. Em outra crônica, Clarice confessa sua maior motivação de ir ao Cosme Velho semanalmente: “hoje é domingo. Vou mais tarde ao Largo do Boticário visitar Augusto Rodrigues. Mas na verdade eu vou é ver o largo de novo. O Largo do Boticário me fascina”. (Trecho extraído do livro ‘Largo do Boticário – História e Requalificação’, 2022 | Accor).

Muitas décadas se passaram e foram chegando ao fim os anos dourados, e uma última tentativa para salvar da progressiva deterioração do Largo aconteceu. Foi a realização da quinta edição da Casa Cor em 1995 na unidade rosa, o número 20. Foi nessa ocasião que o imóvel passou por sua última reforma, despertando ainda mais a necessidade de salvar este paraíso. O evento alcançou sucesso em seus objetivos e depois disso pequenas ações foram realizadas em prol do lugar. Entretanto, por sua imensidão e situação, nada foi suficiente. Por fim, em junho de 2018, a rede hoteleira Accor, adquiriu as seis casas do Largo do Boticário, e um novo acordo foi firmado: um termo de ajustamento de conduta junto ao Ministério Público do Rio de Janeiro e ao Inepac, assegurando recuperação do local. A partir do segundo trimestre de 2020, após a aprovação e autorização do projeto, a rede francesa deu início às obras. Os imóveis foram preparados, requalificados e tiveram suas fachadas restauradas, tendo-se o minucioso cuidado de preservar o entorno, também protegido por lei.

Foto: Dhani Borges



EXCELÊNCIA E OUSADIA PARA UM NOVO CICLO DE CRESCIMENTO

A Accor transformou-se ao longo dos seus 55 anos de mercado, dentre estes, quatro décadas no Brasil, adaptando-se às expectativas e desejos de seus hóspedes, dos cenários políticos e econômicos dos inúmeros países em que atuam, tendo flexibilidade para provocar mudanças em seu próprio negócio. Isso se tornou ainda mais evidente nos últimos anos, nos quais com atuação profissional exemplar, dentre vários projetos, concretizou mais um empreendimento icônico.

Primeiro hotel da marca JO&JOE no Brasil, a unidade possui o conceito “Open House” combinando o melhor dos formatos de hospedagem em hostels e hotéis tradicionais. Suas características atuais e suas possibilidades de uso representam um espaço de convivência e hospedagem vibrante, sustentável, cheio de alegria, que está aberto ao mundo, projetado para atender às expectativas de todos aqueles que valorizam a cultura do compartilhar e das novas experiências, e que estão diretamente ligadas à requalificação arquitetônica promovida pela Accor, e que certamente contribuirão positivamente para o turismo do Rio e do Brasil, que é uma de nossas grandes vocações nacionais. A condição para um novo ciclo do Largo do Boticário se deu através da requalificação, entenda-se: reciclagem = intervenção = reutilização = revitalização. E foi nesta fase em que a equipe de arquitetura e design da Accor entra em ação liderada por Paulo Mancio. A unidade conta com 4.157 m²; dispõe de 320 camas em 80 quartos e apartamentos, que hospedam até 8 pessoas, e claro, oferecendo também opções privativas e coberturas. Em geral, todo o layout interno engloba a conexão entre as casas e suas diferentes utilidades. Na parte gastronômica há um restaurante principal e o pub Big Ben Joe, ambos abertos ao público. O complexo ainda oferece três piscinas, entre elas, uma exclusiva e aquecida para os hóspedes em tempos de menos calor; uma quadra de basquete e espaço de coworking.

O projeto foi concebido na gestão de Patrick Mendes, atualmente Accor Group Chief Commercial Officer; Thomas Dubaere, atual CEO Accor América do Sul, foi responsável pela inauguração da unidade.

Vale destacar ainda, que o escritório paulistano MM18, que tem como sócios os arquitetos Mila Strauss e Marcos Paulo Caldeira, assina o projeto de design de interiores.

A DINÂMICA HUMANA NA RECONSTRUÇÃO E NOVAS OBRAS

Personagens importantes deste projeto: o arquiteto, urbanista e engenheiro civil Carlos Rodriguez, líder da equipe de projetos Brasil, colaborou ativamente na gestão geral da implantação, realizando interfaces com diversos setores da

empresa e órgãos públicos, validando e ajustando o budget durante a obra, e nas diversas decisões diárias; este que por sua vez contou com o profissionalismo do engenheiro civil Fernando Guedes que atuou ativamente no dia a dia da implantação, inclusive na gestão dos padrões técnicos e qualidade da obra, gerindo as equipes subcontratadas. Já Thiago Aires, atuou no controle administrativo de contratos, na efetivação dos pagamentos dos fornecedores, auxiliando nos orçamentos e budget, logística de suprimentos, organização da produção e chegada de materiais.

E por fim, com atuação importantíssima, Miguel Pires, arquiteto, líder do setor de design da Accor, foi responsável em gerar a melhor percepção e experiência dos clientes e hóspedes, cuidando da ambientação e decoração geral, conectando o patrimônio histórico, à nova construção e todo mobiliário e suas funcionalidades.

Foram ao todo, mais de 1000 profissionais envolvidos em momentos alternados para a concretização do novo JO&JOE.

QUANDO A SUSTENTABILIDADE E A VIDA SÃO PREMISSAS

A Accor recebeu em julho de 2022, o certificado do Green Building Council Brasil - Life, que revela em suas categorias questões da saúde e bem estar, levando em consideração a qualidade interna do ar, conforto acústico e térmico e de iluminação individual, mesmo em espaços coletivos; uso eficiente dos recursos naturais, reaproveitamento dos materiais, responsabilidade social, consumo consciente, e altruísmo.

O livro ‘Largo do Boticário – História e Requalificação’, que aborda o processo de revitalização do endereço histórico carioca localizado no Cosme Velho, foi lançado no dia 10/08, publicada pela Accor.



Certificado GBC Brasil – Life, recebido em julho de 2022. Imagem: divulgação



Paulo Mancio - Chief D&TS Officer Accor América do Sul.

Foto: Ricardo M. R. Pereira

Nesta edição, o executivo Paulo Mancio - Chief D&TS Officer Accor América do Sul conta como liderou este projeto de revitalização do Largo do Boticário. Confira a entrevista exclusiva para a Revista USE DESIGN:

USE DESIGN: o JO&JOE Rio de Janeiro é a primeira experiência da marca implantada num ambiente arquitetônico preservado, que por sua vez, é referência urbanística, arquitetônica, paisagística e afetiva do Rio. Qual o maior desafio para a equipe de arquitetura e design neste contexto de requalificação e construção?

MANCIO: mantendo a essência da companhia, o empreendimento reforça o compromisso da Accor com as melhores práticas globais de sustentabilidade, ao aliar excelência profissional das equipes, responsabilidade ambiental e como resultado, desenvolvimento econômico para a região. E quando olhamos para tudo o que foi feito, entendo que o maior desafio foi trazer a vida novamente para esta joia do Rio de Janeiro, que reuniu minuciosa exploração histórica, verificação de conteúdos, e núcleos de descoberta de sua originalidade, o que incluiu também a construção do novo prédio na parte posterior do terreno, com muito cuidado para que a parte antiga fosse totalmente preservada.



Luneta terrestre para vista do Cristo Redentor e ao fundo o Morro Santa Marta.

Foto: Sol Andreassa

USE DESIGN: com um investimento total de R\$70 milhões, o JO&JOE Rio de Janeiro disponibiliza 320 camas em 80 quartos e apartamentos, que acomodam de forma individual ou até 8 pessoas; sendo que as casas que compõe o projeto original possuem limite de até 4 pavimentos cada, um verdadeiro desafio para uma unidade hoteleira de um grande centro. Como foi resolvida esta questão para aumentar o volume de quartos e leitos?

MANCIO: muito bem observado. Não havia espaço para erros. Devolver a vida ao Largo do Boticário era o objetivo construtivo, onde os resultados financeiros são consequência destes investimentos. Construir o novo prédio na parte posterior do terreno, foi apenas uma das soluções. A segunda viabilidade desta marca, está no setor de food & beverage – alimentos e bebidas. Neste conceito Open House, os townsters participam ativamente das atividades diárias do hotel, que passa a ser também um local de encontros e lazer para todos, além claro de eventos programados.



“A joia carioca volta a vida com uma arquitetura exuberante para atender os novos anseios dos clientes e hóspedes do mundo todo com infinitas possibilidades”.

Paulo Mancio - Chief D&TS Officer Accor América do Sul.



Paulo Mancio em visita no prédio restaurado, ao fundo as figuras principais: Le Corbusier, Manuel Bandeira, Lúcio Costa, Burle Marx, Augusto Rodrigues, José Lins do Rego, Tarsila do Amaral, Oscar Niemeyer, Affonso Reidy, Candido Portinari, Bruno Giorgi.

Foto: Sol Andreassa

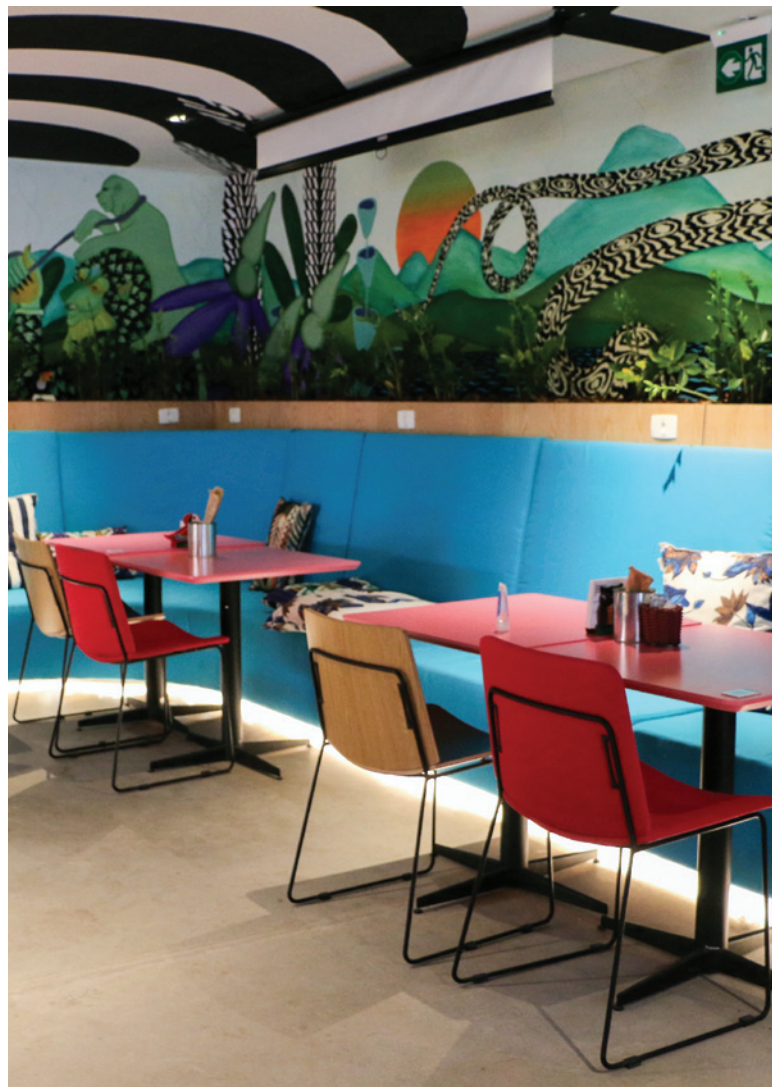


USE DESIGN: em suas mais diversas fases, o imóvel serviu como ponto de encontro entre grandes pensadores e celebridades do mundo todo, inclusive Tarsila do Amaral, Oscar Niemeyer, Candido Portinari, Manuel Bandeira e outros ilustres. Como o projeto arquitetônico foi planejado para manter as características originais do complexo, mas também atender as demandas dos novos visitantes e hóspedes?

MANCIO: realmente essa é uma propriedade que tem uma história espetacular do Brasil, e como grande parte da elite intelectual da época se reunia ali para escrever, estudar, participar de festas e saraus, inclusive para discutir política, foi fundamental selar a proteção a este patrimônio cultural, com apoio do Inepac, que por sua vez, elaborou estudos, fiscalizou e vistoriou a obra em suas mais diversas fases. Por isso que ficou tão original, tão genuíno e tão bonita essa propriedade revitalizada, que aliado a nova construção, moderna e robusta, repletos de pinturas do estilo *street art*, reforçam a diversidade, estilo, trazendo modernidade através do contraste e equilíbrio da unidade como um todo.



Foto: Ricardo M. R. Pereira



Restaurante principal.

Foto: Sol Andreassa



USE DESIGN: neste projeto foram previstos os princípios da ESG - sigla em inglês para definir as boas práticas ambientais, sociais e de governança? Por favor explique.

MANCIO: nossa preocupação vai além dos resultados construtivos e prazos. Nosso cuidado é enorme quanto à sustentabilidade do planeta em que vivemos. Recentemente recebemos o certificado Life do GBC Brasil, que revela o quanto este tema é importante para nós da Accor. São questões que sobressaem o projeto em si e a construção, e se estendem no dia a dia dos colaboradores, hóspedes e clientes, inclusive do impacto ambiental no longo prazo.

USE DESIGN: em diversas áreas do Largo do Boticário, inclusive nos quartos, se destacam pinturas de parede que recebem assinatura de diferentes artistas como Braga, Bruno Novelli, Jotac, Kakau, Marcelo Ment, Mariana Papi e Milton Jofly. Qual o objetivo da inserção deste tipo de arte no projeto, e na sua opinião, como isso pode impactar a vida de seus frequentadores?

MANCIO: a integração entre as gerações, a revelação da arte moderna junto de um patrimônio histórico, o passado e o presente juntos, para cativar, encantar e traduzir um dos nossos estilos, dentre tantos, o estilo JO&JOE de ser.



Telhas originais, vindas de Portugal, recuperadas e inseridas no projeto atual.

Foto: Sol Andreassa



Fachada principal – Casa Amarela.

Foto: Sol Andreassa

USE DESIGN: um território estratégico. O Largo do Botafogo renasce e insere a comunidade local junto aos turistas, sendo o ambiente propício para novas e belas memórias. Na década de 1970, o lugar chegou a servir como cenário do filme 007: Contra o Foguete da Morte. Além das suas características tradicionalistas e inovações, haverão outros atrativos como eventos e atividades frequentes?

MANCIO: clientes e hóspedes do JO&JOE têm acesso exclusivo à uma loja de produtos naturais, uma boutique de produtos locais, restaurantes com bebidas e pratos tradicionais do Brasil, onde há muito espaço para utilização dos visitantes, inclusive uma grade com programação completa, o que inclui aulas de ioga, dança, caminhadas junto à mata, atividades físicas entre outros. Serão múltiplas experiências!



Foto: Dhani Borges

PRINCIPAIS FORNECEDORES JO&JOE RIO DE JANEIRO

FORNECEDOR	CATEGORIA
Ita Arquitetura	Restauração
Atelier Histórica	Restauração Escada Helicoidal
Nossa Casa	Marcenaria Quartos - Bunker e Pizza Bed
Artesian	Mobiliário Interno e Externo
Cremme	Mobiliário Interno e Externo
Tasselo	Mobiliário Interno e Externo
Belcolore	Mobiliário Interno e Externo
Peça Unica	Mobiliário Interno e Externo
Inna	Mobiliário Interno e Externo
Kakau	Arte Quarto Especial e Muxarabi
Meton	Arte Quarto Especial e Corredores
Bruno 9Li	Arte Restaurante e Piscina
Marina Papi	Arte Lobby e Entrada Hotel
Bragga	Arte Restaurante e Áreas Sociais
Marcelo Ment	Arte e Graffiti
Jota C	Arte e Graffiti
Mauricio Prada Paisagismo	Paisagismo
Arteo	Artes
Castor	Colchões
Sonho e Conforto	Enxoval
Teka	Toalhas
Schipper	Louças e Utensílios
Pinheirense	Louças e Utensílios
Tramontina	Louças e Utensílios
Vag	Cortinas



Foto: Ricardo M. R. Pereira

FAIT À LA MAIN AU BRÉSIL FEITO À MÃO NO BRASIL

Design artesanal brasileiro marca presença em Paris, na Maison & Objet 2022

O artesanato e o design brasileiros chegam a Paris, na França, com peças selecionadas pela Casa Bonita para a Maison & Objet 2022, uma das principais feiras internacionais de decoração, design e estilo de vida que ocorre em setembro. A seleção da **Casa Bonita**, em parceria com a ABUP - Associação Brasileira de Empresas de Utilidades e Presentes, reúne trabalhos de designers e artesãos do Ceará, Amazonas, Minas Gerais e São Paulo.

“A ideia é apresentar estes trabalhos, estreitar relacionamentos e gerar novos negócios a partir do potencial criativo brasileiro, país que se sobressai tanto pela riqueza de técnicas, quanto pela diversidade de materiais”, revela Cecília Rima, diretora e curadora da Casa Bonita.

Vasos da Coleção Raízes do Vale, feita por artesãos do Vale do Jequitinhonha, Lucas Lassen, Cecília Rima e Lufe Gomes.

Foto Alexandre Disaro





Cesto Coleção Buriti e Japiim, de Sérgio Matos em parceria com artesãos ribeirinhos do estado do Amazonas - Divulgação

Esta é a primeira vez que as peças da artesã cearense Evailce de Souza, mais conhecida como Nequinho, participam de uma feira internacional. Ex-agricultora, começou a trançar a palha de carnaúba, em 2018, durante um projeto de inovação artesanal realizado pelo Museu A CASA do Objeto Brasileiro. O rápido destaque veio pelo fato dela não conseguir reproduzir fielmente os desenhos propostos pelos designers do projeto. O único jeito foi insistir nas próprias criações, com formas irregulares e abstratas.

Sua força criativa se desenvolveu quando ela se uniu à designer e diretora criativa do Estúdio Avelós, Zizi Carderari, que enxergou um grande potencial e estimulou a criação de novas peças. “Aos poucos, eu sugeri o uso de novas técnicas e tramas de trançado e vi nascer ali um estilo próprio, o que lhe garantiu prêmios e lhe deu a chance de representar o artesanato cearense em diversos eventos de design e decoração pelo país”, afirma Zizi.

De Minas Gerais, a nova Coleção Raízes do Vale apresenta potes, vasos e outros utensílios de cerâmica desenvolvidos por artesãos do Vale do Jequitinhonha, com exclusividade para a Casa Bonita. Idealizada por Lucas Lassen, fundador e diretor criativo da loja de artesanato Paiol, a criação da coleção foi em conjunto e contou com os artesãos, Cecília Rima, o fotógrafo e influenciador digital Lufe Gomes, além do próprio Lucas. “Neste projeto, o objetivo foi o de fortalecer a relação das artesãs com o mercado de atacado, gerando renda de forma recorrente e contribuindo com a manutenção e preservação dos saberes artesanais tradicionais dessa comunidade”, revela Lucas Lassen, que atua no ramo há 21 anos.

A seleção que viaja para Paris conta ainda com a Coleção Buriti e Japiim, do designer Sérgio Matos em parceria com comunidades indígenas e ribeirinhas do estado do Amazonas. Há também uma coleção de pratos de porcelana da artista carioca radicada em São Paulo, Cris Conde, que apresenta pinturas que exploram o universo feminino. Seus pratos, além de serem decorativos, também podem formar aparelhos de jantar artísticos.

Por fim, a Coleção Realça, de Enzo Sobocinski, feita com exclusividade para a Casa Bonita, enfatiza a criação de novas peças a partir de matrizes cerâmicas pré-existentes. Com produção manual, as alças de xícaras são coladas uma a uma, e sua repetição cria um ritmo cadenciado na contextualização de uma linguagem inédita e surpreendente. Os vasos possuem quatro desenhos e alturas diferentes, fazendo alusão ao ritmo dos elementos que se repetem nas peças e criam composições distintas entre si.

A **Maison & Objet 2022** acontece no Centro de Exposições Paris-Nord Villepinte, localizado em Villepinte, perto do Aeroporto Charles de Gaulle, em Paris, França. O evento integra a Paris Design Week, que acontece de 8 a 17 de setembro.

Luminária de palha de carnaúba trançada à mão pela artesã Nequinha (Evanilce Souza).

Fotos: Salvador Cordaro



MÓVEL BRASIL BALNEÁRIO CAMBORIÚ É NOVIDADE PARA 2023

No litoral brasileiro mais celebrado do momento, a Móvel Brasil irá realizar sua nova edição. A feira, que promoveu 13 edições em São Bento do Sul, desembarca agora em Balneário Camboriú. De 23 a 26 de maio de 2023, o evento reunirá marcas de referência da média alta decoração, de diversos polos moveleiros do país.

A Móvel Brasil Balneário Camboriú será realizada no Expo-centro, um moderno centro de eventos inaugurado este ano. Serão 13.000 metros quadrados de área de exposição. Os lojistas irão presenciar um mix inteligente e completo de linhas de produtos, incluindo estar, jantar, cozinha, dormitório, lazer e planejados. Fabricantes de marcas conceituadas irão expor produtos com design, materiais nobres, acabamentos impecáveis e beleza ímpar.

"A feira será moderna, atrativa e focada nas oportunidades de negócios mais eficazes em móveis e decorações. Queremos que os lojistas se surpreendam e se inspirem nesse novo cenário", diz Fernando Hilgenstieler, presidente da Móvel Brasil 2023.

Balneário Camboriú foi escolhida para sediar a próxima edição por ser atualmente um dos mais badalados litorais do país, com facilidade de acesso por aeroporto e rodovias e ampla rede hoteleira e estrutura turística. O próprio Expo-centro está em ótima localização, às margens da BR 101.

O Sindusmobil – Sindicato das Indústrias da Construção e do Mobiliário de São Bento do Sul, promotor da Móvel Brasil, pretende realizar uma feira anualmente. A edição São Bento do Sul permanecerá acontecendo, com o próximo evento agendado para maio de 2024.

Imagens: divulgação



TURISMO: NO ALTO E À FRENTE



O Ministro do Turismo Carlos Brito, conversa com a editora chef da Revista USE DESIGN, traçando um panorama do setor em 2022, com as expectativas para os próximos períodos. As informações são extremamente animadoras para os mais de 50 segmentos envolvidos nesta cadeia produtiva. O turismo no alto e à frente! Confira.

USE DESIGN: qual sua percepção sobre o mercado mundial de turismo em 2022?

BRITO: sabemos que em todo o mundo o retorno ao turismo ocorreu pelo mercado interno. No turismo receptivo, em 2020, como reflexo da pandemia, as chegadas de turistas internacionais caíram 66%, passando de 6,3 milhões em 2019 para 2,1 milhões em 2020. Ou seja, o Brasil deixou de receber 4 milhões de turistas. Mas já temos observado o retorno das viagens internacionais a partir da reabertura das fronteiras entre os países. Neste ano já ultrapassamos a marca de 1 milhão de turistas estrangeiros que desembarcaram no nosso país. Nos cinco primeiros meses, a receita gerada por estes turistas já alcança a cifra de US\$ 2 bilhões, reforçando a importância do Turismo para a recuperação da economia após os impactos da pandemia. Estes números em grande parte podem ser atribuídos ao excelente trabalho que vem sendo realizado pela Embratur na promoção do nosso país no exterior, posicionando o Brasil como um destino responsável e seguro, com um número cada vez maior de pessoas vacinadas contra o coronavírus.

USE DESIGN: um case de sucesso: o turismo foi revelado como primeira atividade econômica da Austrália. Logo, há percepção generalizada da importância da atividade para a população daquele país. Esse desenvolvimento estruturado, que envolve além de incentivos, investimentos, treinamento da população e profissionais, aliado a segurança; com força para alavancar a economia ainda mais, está nos planos de um futuro breve do Brasil? Explique sobre este planejamento e medidas.

BRITO: o turismo é uma verdadeira indústria que movimentou, no ano passado, R\$ 9,8 bilhões na economia do nosso país. Estamos falando de toda uma cadeia produtiva, que reúne mais de 50 segmentos da economia, passando por restaurantes, hotéis, meios de transporte, agências de turismo e uma série de outras categorias cujos profissionais tiram do turismo o seu sustento e o de suas famílias. Esses recursos movimentam a nossa economia, aquecem o nosso setor e reforçam a importância do turismo como atividade econômica. Nós, do Ministério do Turismo, temos trabalho para aprimorar os nossos destinos turísticos, com obras de infraestrutura turística, ações de promoção, atraindo

investidores, ofertando cursos de qualificação para os profissionais do setor, entre outras medidas que impactam diretamente no desenvolvimento do turismo. Um destino bem estruturado, com profissionais qualificados e com atrativos conhecidos, são um atrativo para uma maior permanência dos nossos viajantes nacionais e internacionais, proporcionando experiências únicas para fidelizar o turista ou mesmo ampliar os perfis. Os dados da PNAD Contínua Turismo apontam que, no ano passado, o Brasil registrou 12,3 milhões de viagens, sendo a maior parte motivada por questões pessoais (85,4%), seguida de motivos profissionais (14,6%). As principais finalidades das viagens pessoais são para atividades de lazer (35,7%), seguidas de visitas a parentes ou amigos (32,5%).

USE DESIGN: acompanhando os resultados positivos do primeiro e segundo trimestre de 2022, podemos afirmar que estamos vivendo uma nova fase para o setor de turismo brasileiro. Especialmente durante a pandemia, os destinos nacionais, e que propiciavam baixo volume de pessoas reunidas, foram considerados importantes para a população que passava mais tempo reclusa e tinha opção de viajar. Hoje (2022), qual a importância do turismo doméstico para a nossa economia?

BRITO: no Brasil, temos um mercado interno forte para o turismo, que contabilizou cerca de 20,9 milhões de viagens em 2019, antes da pandemia. Somado a isso, cerca de 11 milhões de brasileiros que viajavam para o exterior todos os anos, tiveram a oportunidade de conhecer melhor o nosso país, de redescobrir o Brasil, durante a pandemia. E as nossas expectativas, incluindo o nosso setor, são as melhores possíveis. Segundo a Sondagem Empresarial com Agências e Operadores de Turismo no Brasil, realizada por nós, cerca de 71% dos empresários brasileiros afirmaram acreditar na ampliação de pessoas interessadas em viajar no 2º semestre do ano. Outro dado que demonstra confiança na recuperação do setor é o fato de que 67,7% dos empresários estão otimistas em relação ao faturamento.

USE DESIGN: o turismo sustentável existe no Brasil? Como o setor pode implementar melhorias a ponto de ser visto como modelo desta prática que é ecologicamente e economicamente viável?

BRITO: o segmento de Turismo de Natureza é uma tendência mundial, que tem se consolidado na retomada das atividades após o início da pandemia de Covid-19. Evidenciando o crescimento no Brasil, as 145 unidades de conservação federais, administradas pelo ICMBio, e que possuem visita-



ção monitorada, contabilizaram 16,7 milhões de visitas em 2021. O número é o maior registrado em pelo menos cinco anos, superando o cenário pré-pandemia. A título de comparação, em 2017 foram registradas 10,7 milhões de visitas. Para promover o Turismo de Natureza no país e incentivar a prática do turismo sustentável, o Ministério do Turismo desenvolve uma série de ações. Apenas em 2022, em parceria com instituições de ensino de todo o Brasil, ofertamos 1.275 vagas em cursos de capacitação de guias de turismo em atrativos naturais. Em outra frente, os ministérios do Turismo e do Meio Ambiente junto com o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) mantêm a Rede Nacional de Trilhas de Longo Curso e Conectividade (RedeTrilhas). A iniciativa busca estimular o turismo em áreas naturais, além da geração de emprego e renda para as comunidades em volta destes percursos.

Vislumbrando o potencial de crescimento do segmento no país, no ano passado, lançamos a campanha promocional Turismo em Natureza. Com o slogan “Viaje pelo Brasil. Gigante pela própria natureza”, as peças publicitárias retrataram a experiência do viajante e a importância de se praticar um turismo consciente, sustentável e seguro. Outra linha de atuação é o desenvolvimento de parcerias com a iniciativa privada para a administração de parques nacionais. Em março deste ano, o Ministério do Turismo finalizou estudos de viabilidade técnica e econômica para a concessão de quatro parques nacionais (da Chapada dos Guimarães - MT; de Jericoacoara - CE; dos Lençóis Maranhenses - MA; e da Serra da Bodoquena - MS).

Com essas concessões, garantiremos um investimento importante para a melhoria da infraestrutura para os turistas, impulsionando a geração de empregos nas comunidades no entorno do parque, além de possibilitar que o dinheiro do governo federal seja investido em outras ações, inclusive fiscalização e preservação. Estes são só alguns dos exemplos do que estamos desenvolvendo neste segmento tão importante para o turismo, considerando ainda que a sustentabilidade é algo que tem sido cada vez mais valorizado pelos turistas.

USE DESIGN: neste nosso imenso território, levando em consideração a diversidade cultural, climas e paisagens; em sua opinião, como o turismo brasileiro é visto atualmente por outros países e seus turistas?

BRITO: minha missão, em parceria com a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, é atuar pelo bem do Brasil e esclarecer boatos sobre o nosso país, apresentando toda a sua beleza e potencial para investidores e turistas. Para os investidores, apontar todas as possibilidades e o que Brasil tem a oferecer. Para os turistas, apresentar

destinos incríveis e informações essenciais para que se encantem com nossas paisagens, costumes e belezas naturais. Temos destinos para todos os gostos e, segundo o Fórum Econômico de Davos, somos um dos países mais ricos do mundo culturalmente e em atrativos naturais. Nada se iguala ao nosso país. Somos a última fronteira de sustentabilidade, preservação e fauna. Temos seis biomas: Pantanal, Pampa, Mata Atlântica, Amazônia, Caatinga e Cerrado. E ainda temos nossa Amazônia Azul com mais de 8 mil quilômetros de costa. E mais do que aquilo que temos, somos um potencial pelo que não temos. Não temos furacão, terremoto, maremoto e outros fenômenos naturais que impactam a circulação de turistas. A nossa última Pesquisa de Demanda Turística Internacional apontou que, em 2019, antes da pandemia, 95,4% dos turistas internacionais que estiveram no nosso país afirmaram ter interesse em voltar e 9 em cada 10 aprovaram a hospitalidade brasileira demonstrando que, para além dos nossos destinos incríveis, o jeito brasileiro de receber seus visitantes internacionais é um grande diferencial.

USE DESIGN: existem novas oportunidades para o turismo receptivo internacional? Por favor, explique.

BRITO: o Brasil registra uma média de 6 milhões de turistas estrangeiros por ano. É um número muito aquém de todo o potencial do país, mas há uma meta de dobrar esse número até 2030 de acordo com o Plano Nacional do Turismo. Para começar a alavancar esses números e posicionar definitivamente o Brasil na prateleira dos grandes destinos internacionais, é preciso melhorar a infraestrutura (o que já está sendo feito), promover cada vez mais o Brasil no cenário internacional – que conta com o impulsionamento após a transformação da Embratur em agência – e promover qualificação do setor para atender cada vez melhor esses turistas. Só no ano passado, capacitamos cerca de 34 mil profissionais do setor por meio de cursos gratuitos e temos a expectativa de encerrar este ano com a oferta de pelo menos 30 cursos gratuitos. Além disso, temos atuado fortemente na melhoria da conectividade área e, também, da conectividade de internet dos destinos brasileiros, bem como na organização de novos roteiros para atração de cada vez mais visitantes no campo do turismo rural, gastronômico, entre outros. Para finalizar, retomando a promoção internacional do país, temos realizado uma série de ações junto a Embratur – responsável pela promoção do Brasil no exterior –, garantindo a participação do nosso país em feiras e eventos internacionais para mostrar ao mundo o que temos de melhor: nosso povo, nossa gastronomia, nossas belezas naturais, nossos biomas, nossa floresta azul, entre outras riquezas.



USE DESIGN: quais os impactos do turismo na distribuição regional de renda?

BRITO: o turismo é uma atividade que gera emprego e desenvolvimento. Um setor que respondia, antes da pandemia, por 8% do PIB nacional e 7 milhões de empregos no país, movimentando mais de 50 segmentos da economia. Vimos toda essa geração de riqueza ser ameaçada pela pandemia de Covid-19 com a suspensão das atividades por meses. Contudo, números do próprio setor já têm demonstrado a retomada do turismo em todo o país. Por exemplo, nos primeiros sete meses do ano, mais de 45,6 milhões de passageiros passaram pelos nossos aeroportos, número 52% maior do que os embarques realizados no mesmo período de 2021. Em julho, o turismo rodoviário superou o período pré-pandemia em 9,33% na comparação com o ano passado. No segundo trimestre deste ano (abril a junho), quatro em cada 10 operadoras de turismo ultrapassaram o volume de vendas registrado antes da pandemia. Já o turismo corporativo mais do que triplicou o faturamento no primeiro semestre deste ano em relação a 2021. Todos esses números confirmam o potencial do setor de turismo para gerar mais emprego e desenvolvimento, contribuindo para a plena recuperação da economia do país, de forma local, regional e nacional.

2023

NACIONAIS

ABIMAD DE VERÃO

Local: São Paulo Expo Imigrantes – São Paulo – SP
Data: 31 de janeiro a 03 de fevereiro
www.abimad.com.br

ABUP DECOR SHOW

Local: São Paulo - SP
Data: fevereiro
www.abup.com.br

ABCASA FAIR

Local: Expo Center Norte – São Paulo – SP
Data: 07 a 11 de fevereiro
www.abcasafair.com.br

EXPOREVESTIR

Local: São Paulo - SP
Data: 14 e 17 de março de 2023
www.exporerevestir.com.br

MÓVEL BRASIL

Local: Expocentro - Balneário Camboriú – SC
Data: 23 a 26 de maio
www.movelbrasil.com.br

SALÃO DE GRAMADO

Local: Centro de Feiras e Eventos Serra Park - Gramado - RS
Data: 05 a 08 de junho
www.salaodegramado.com.br

ABIMAD DE INVERNO

Local: São Paulo Expo Imigrantes – São Paulo – SP
Data: 18 a 21 de julho
www.abimad.com.br

ABCASA FAIR

Local: Expo Center Norte – São Paulo – SP
Data: 18 a 22 de agosto
www.abcasafair.com.br

INTERNACIONAIS

MAISON & OBJET

Local: Paris – França
Data: 19 a 23 de janeiro
www.maison-objet.com

SALONE DEL MOBILE MILANO

Local: Milão – Itália
Data: 18 a 23 de abril
www.salonemilano.it

IMM SPRING EDITION

Local: Colônia - Alemanha
Data: 04 a 07 de junho
www.imm-cologne.com

WORLD HOTEL

Local: Varsóvia – Polônia
Data: 07 a 09 de dezembro
www.worldhotel.pl





HOTEL EXPERT

Especialistas em hotelaria

Quem é parceiro da Gazin Colchões conta com o Hotel Expert, um setor de atendimento e vendas expert em hotelaria que o ajuda a proporcionar a melhor experiência para seus hóspedes!

Além de soluções para seu negócio, o Hotel Expert tem uma linha de colchões exclusivos para hotéis. Tudo com a máxima qualidade e conforto, do jeito que o seu hóspede merece.

Gazin Colchões, feito por gente feliz!

0800 648 1616
www.colchoesgazin.com.br



0800 703 1616
www.gazinatacado.com.br



*Um conceito inovador para
atendimento exclusivo a lojistas
e ao mercado corporativo.*

+ conveniência
+ facilidade
+ estilo

Somos um showroom
coletivo e permanente de
marcas importadoras e
fabricantes de móveis e
decoração.

**DECOR
LAB**

Visite nosso showroom
Av. Mofarrej, 974 - Vila Leopoldina - SP



decorlabbr



/espacodecorlab.com.br



Saiba mais em