USE.

Desejos em design

ABIMAD — ESPECIAL 20 ANOS

HOTELARIA: RESULTADOS 2022 & PERSPECTIVAS 2023

0 01 4785 690677
R$ 32,00

MARAVILHOSA CASA DE CAMPO EM ITÚ (SP) SE TRANSFORMA NO REFÚGIO DA FAMÍLIA

O projeto assinado pelo Korman Arquitetos entregou novidades incríveis como a piscina de borda infinita, anexos de lazer e um novo jardim, além de um projeto de interiores repleto de arte e proximidade com a natureza


karams®
VISITE-NOS
NA ABIMAD 35
31 DE JANEIRO À
03 DE FEVEREIRO 2023
RUA A41 - SÃO PAULO EXPO
Rod. dos Imigrantes, s/n Vila água Funda | São Paulo-SP
karams.estofados
karams.com.br
Karams Estofados


PICASSO E TARO
SAIBA MAIS
FOTO: @DECORLAB
karams_estofados
Karams
karams

Onde a **Qualidade, Pós-venda** e **Inovação** se encontram.

O atendimento excelente, unido perfeitamente com a qualidade em cada item, é a chave para levar a inovação e o conforto que a sua empresa precisa.



Lançamento

FLEX MESH

Mais qualidade aliada ao perfeito Conforto em um novo conceito.

www.ajimport.com.br

WhatsApp: (11) 95940-0870 | Telefone: (11) 4126-7070

@grupoajimport

Grupo Import



Cada detalhe importa





CALLAS.COM.BR



ideale

www.idealeestofados.com.br
/Idealeestofados
/idealeestofados
17 98195 0047



Somos um showroom **coletivo e permanente** de marcas do segmento de móveis e decoração, com soluções completas para o seu negócio.

ASPECTO

DECORTEXTIL

EMPÓRIO
STUDIO CASA

HARIZ

I'M IN

karams

KZ
HOMESTOCK

nusa dua

TERATAI

TREES&CO



DECOR LAB

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

decorlabbr /espacodecorlab.com.br

(11) 91555-6625



ARQ & DECOR COM CARA DE BRASIL

Design, arquitetura, decoração e móveis. No decorrer do processo criativo, surge o cuidado em perceber as relações entre os sentidos humanos: a visão, o tato, a audição e o olfato das pessoas; como elas percebem e traduzem isso em experiências, conforto, cuidado consigo e com a família. Momentos. A fabricação de móveis revela em si, uma profissão milenar que atravessa gerações, transformando casas em lares. Não é só o mais bonito, mas aqueles que são sustentáveis, orgânicos, práticos, aqueles que se posicionam às mudanças do tempo e duram. Tudo está baseado na possibilidade da forma de escolher como viver de forma satisfatória dos indivíduos. Somos expansivos, criativos e iluminados! Somos aqueles que buscam o melhor a cada dia. Somos moveleiros, lojistas, arquitetos, decoradores, designers, jornalistas e paisagistas. Pertencemos. Somos o ontem e o hoje. Insights e tradições. Somos o amanhã!

O legado do setor moveleiro é a qualidade de vida, o prazer em viver em nossas casas através do design, da arte. Em um mundo que muitas vezes parece correr para o lado contrário, nós respeitamos a natureza, as pessoas e sabemos que sempre poderemos melhorar. E evoluir é um hábito bem peculiar dos criadores. A indústria, o varejo, os profissionais e os consumidores se conectam pelos sonhos e também através da materialização dos produtos. E é desta forma que trouxemos nesta edição, o projeto da casa de campo de Itú, cidade do interior de São Paulo. O projeto assinado pelo escritório Korman Arquitetos, entregou novidades como piscina de borda infinita, anexos de lazer, saunas e um novo jardim, além de um projeto de interiores repleto de arte e proximidade com a natureza. Quanta conexão!

Destaque para a matéria do caderno ABIMAD – ESPECIAL 20 ANOS, que traz um apanhado desde a criação da associação até a realização de cerca de R$ 1 bilhão em negócios na edição de 2022. Esta seção traz também entrevista com Paulo Mourão, atual presidente da Associação, com percepções evolutivas e expectativas para os próximos períodos.

E é neste palco que nós nos aproximamos ainda mais dos leitores, público seleto, para viver momentos especiais durante a Abimad'35, no espaço assinado pela Revista USE DESIGN, representada por mim. Ficamos muito felizes com o convite! Na sala de imprensa, um ambiente com 250m2 onde apresentamos a nova edição e os lançamentos de diversos associados para os visitantes e convidados!

Um incrível artigo com os resultados 2022 & perspectivas 2023 para o setor de turismo, em especial a segmentação da hotelaria com Paulo Mancio. Vale conferir!

Na seção Formas & Formatos, a personalidade da moradora expressa nos detalhes, através do projeto de Bruno Moraes, que segue um conceito delicado, nuances de verde, plantas e madeira, um estilo original e aconchegante que exalta a brasilidade e proporciona a sensação de tranquilidade.

Esta edição expressa mais do que nunca, o nosso jeito brasileiro de ser. Nossos talentos, dons e evolução. Venha conosco e identifique-se!

Excelente leitura e um feliz e próspero 2023!

Sol Andreassa



MÓVELBRASIL

BALNEÁRIO CAMBORIÚ 2023

23 a 26 MAIO 2023 | **Balneário Camboriú SC**

A novidade de maior impacto comercial de 2023

Uma feira contemporânea e atrativa aos negócios

Marcas selecionadas para a média alta decoração





No cenário inspirador de Balneário Camboriú,
o saudável encontro dos negócios com a experiência turística.

MÓVELBRASIL
BALNEÁRIO CAMBORIÚ 2023

movelbrasil | Móvel Brasil
www.movelbrasil.com.br

Realização

SINDUSMOBIL

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

COMERCIAL
comercial@grupomultimidia.com.br
Carlos Eduardo de Miranda
carlos.eduardo@grupomultimidia.com.br

TI
Adilson Alves da Cruz

COLUNISTAS
Maria Jose Dantas
Paulo Occhialini Mancio

CURADORIA BRAVO!
Bruno Stippe

COLABORADORES
Camila Gino
Danilo Costa
Eduardo Pozella
Emilie Guimarães
Fabiane Antoniassi
Glaucia Ferreira
Ivan Liebl
Maria Helena Antoniadis
Paula Chaves
Ricardo Pereira

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 Itda., 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 9 - N° 22 - 2023 - Jan | Fev | Mar

Proibida a reprodução total ou parcial sem a autorização prévia.

revistause.com.br



#9

05 a 08 de Junho de 2023
No Serra Park
em Gramado | RS

Participe da feira
mais charmosa
do país

9ª edição do Salão de Gramado está chegando com muitas novidades

salaodegramado.com.br
/salaodegramado

PRÊMIO SALÃO DE GRAMADO DESIGN

CONTEÚDO





16 **HOSPITALITY EXPERIENCE**

20 **FORMAS & FORMATOS**
A PERSONALIDADE DA MORADORA EXPRESSA EM CADA DETALHE

28 **BRAVO!**

32 **NOSSA CAPA**
MARAVILHOSA CASA DE CAMPO EM ITÚ (SP) SE TRANSFORMA NO REFÚGIO DA FAMÍLIA

JAN | FEV | MAR 2023

USE.
Desejos em design





44 ABIMAD – ESPECIAL 20 ANOS

56 ARCHITECTURAL EXPERIENCE WITH PAULO MANCIO

HOTELARIA: RESULTADOS 2022 & PERSPECTIVAS 2023

58 INTERNACIONAL | SALONE DEL MOBILE

61 DESIGN BR

62 GLOBAL DESIGN | CAMILA GINO

A ERA DO LUXO CONSISTENTE

68 ACONTECE

69 EXPRESSO | BUSINESS

70 AGENDE-SE



Imagem: ilustrativa

UMA REFLEXÃO PARA FAZER MELHOR TUDO QUE JÁ FAZÍAMOS BEM

A hospitalidade pede passagem para um novo ciclo de prosperidade

Maria Jose Dantas

Para começar bem o ciclo desse novo ano, vamos dar o primeiro passo com o pé direito. Uma dose extra de otimismo só faz bem, a nossa conversa vai ser boa. Para tratar sobre hospitalidade como um segmento de negócio, necessariamente passamos por uma enorme cadeia de serviços até chegar aos meios de hospedagem e direcionar a nossa fala para a hotelaria, que já se reergueu e continua crescendo de 2020 para cá, onde muitos já superaram os resultados de 2019, comparado ao mesmo período. Isso é fruto de estratégia, inovação, colaboração e muito trabalho, é claro!

Levando em conta que passamos esse recente período em recessão, em função da pandemia que provocou grandes estragos em empresas de quase todos os segmentos, podemos considerar que, apesar de todas as perdas, também houve ganhos. Ganhamos muito aprendizado, vieram novas ferramentas tecnológicas, mudamos o nosso jeito de aprender, o jeito de ensinar e de nos comunicar com nossos hóspedes e clientes. Se fizermos uma retrospectiva desses dois anos, nos tornamos mais fortes.

As lições aprendidas foram muitas. A hotelaria deu uma grande demonstração de força e resiliência nesse período tão crítico. A capacidade de se reinventar foi experimentada por todos com maior ou menor intensidade e, para muitos, essa foi a única alternativa para se manter no mercado. Hoje vemos um mercado aquecido, a retomada dos grandes eventos, a volta do corporativo, um crescimento extraordinário do turismo interno e a vida volta ao seu curso.

Todo esse movimento que impulsionou a hotelaria é também um elemento encorajador para novos investimentos. Isso justifica o nascimento de tantos novos empreendimentos no Brasil. O Panorama da Hotelaria, um estudo da Hotel Invest de maio do ano passado, realizado juntamente com o FOHB, projetou a abertura de 124 novos empreendimentos até 2026. O setor hoteleiro, um dos mais importantes da cadeia do turismo, é também o mais relevante pilar da hospitalidade.

Que bom que temos demanda, a ocupação dos hotéis teve uma recuperação surpreendente, alguns destinos se destacaram nesse ranking. Mas tudo isso requereu dos gestores grande capacidade de adaptação.

Das lições aprendidas, a primeira a ser colocada em prática foi aprender a trabalhar com quadros muito enxutos. Muitos perderam times que levaram anos para formar, onde perderam-se com eles as referências e a identidade das empresas. É hora de reconstruir! A busca por profissionais experientes nunca foi tão acirrada, todos os setores da hotelaria passaram e ainda estão passando por esse processo de recomposição das suas equipes. Nesse momento, os gestores trabalham fortemente para resgatar e reconstruir os seus padrões de qualidade e a sua identidade. O nosso negócio é hospitalidade e tudo o que fazemos é entregar serviços. Precisamos manter e elevar os nossos níveis de entrega.

Para falar sobre a nossa hospitalidade genuína, precisamos ter um olhar muito especial para toda essa estrutura de serviços e para os nossos times, que são aqueles que transformam uma simples hospedagem em uma experiência inesquecível. O nosso maior ativo são as pessoas, aquelas que têm o DNA da hospitalidade, não importa qual a função, importa a missão, porque em qualquer lugar onde elas estiverem trabalhando terão prazer em servir, acolher e encantar.

O verdadeiro sentido da palavra hospitalidade também se traduz nas pequenas e generosas ações diárias para fazer o outro sentir-se bem, são os valores do hóspede que norteiam as nossas práticas no dia-a-dia, é um conceito que nos remete à afetuosidade, ao bem-querer, ao bem-estar, ensina a gentileza e a generosidade do ato de servir. Isso porque a prática dos princípios da hospitalidade requer de nós uma intensa doação em prol do outro.

Fazendo uma pequena reflexão desse turbulento período, somos todos vencedores. Ganhamos quase todas as batalhas, nos fortalecemos, aprendemos, ensinamos, doamos o nosso tempo. Também recebemos em troca generosas doações, seja de atenção, de tempo ou de afeto, não importa. O que vale mesmo é saber que fizemos o melhor que pudemos com as condições que tínhamos e que faremos ainda melhor com as condições que criaremos. Tudo isso sem perder de vista os princípios que nos norteia, a hospitalidade!



Crédito divulgação

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 | contato@mariajosedantas.com | WhatsApp: (21) 99500 9726

Comvis

Produtos para Comunicação Visual

No mercado brasileiro a mais de vinte e quatro anos, a Comvis Comunicação Visual vem se destacando devido ao seu alto padrão de qualidade, e a sua busca por constante aprimoramento de processos produtivos, a fim de trazer o que há de mais novo no mercado para seus clientes. Colaboradores bem treinados e Know-How aliados a um espaço produtivo de 2500m^2 fazem da Comvis a parceria certa para seus novos negócios.

Produtos Garantidos Comvis.

- Execução de projetos para aplicação interna e externa;
- Tratamento anticorrosivo para estrutura e revestimento;
- Revestimento em aço galvanizado, inox, ACM e chapas perfuradas.
- Imagem em película adesiva e policromia digital;
- Pintura Automotiva a base de Laca Nitrocelulose, Poliuretano e Epóxi;
- Iluminação com maior aproveitamento de energia;
- Mídias de alta qualidade;
- Seleção de cores por processo Pantone;
- Sistemas de manutenção elétrica.

Diferenciais Comvis.

- Sala de apresentações e reuniões com projeção audiovisual de última geração
- Berço de termoformagem
- Profissionais capacitados
- Matéria prima selecionada
- Departamento de criação completo
- Departamento de Engenharia e produtos
- Seccionadora / Router CNC / Plasma CNC
- Frota própria



Nosso objetivo é construir parcerias duradouras com empresas que mantêm, como diferencial competitivo, a imagem de sua marca e pontos de distribuição.

R. Francisco Alves de Lima, 71-B - Costeira - S. J. dos Pinhais - PR
CEP 83.015-510 | 41 3995.9648 | www.comvis.com.br



Projeto de Bruno Moraes

Fotos de Guilherme Pucci

A PERSONALIDADE DA **MORADORA** EXPRESSA EM CADA DETALHE

O projeto segue um conceito delicado, com nuances de verde, plantas e madeira, um estilo original e aconchegante que exalta a brasilidade e proporciona a sensação de tranquilidade



O palco agora é a Vila Madalena, São Paulo. Um bairro que exala arte através do grafismo em seus muros e fachadas, pelo tradicional Beco do Batman, local conhecido pelas exposições de arte frequentes a céu aberto, gastronomia eclética e músicas ao vivo. A "Vila" como é carinhosamente chamada por seus moradores, foi reconhecida em 2022 como o 13º bairro mais legal do mundo, pela revista Time Out.

E é neste bairro fantástico que a planta aberta deste apartamento duplex de 135m², com todos os ambientes conectados, possibilita uma entrada maravilhosa de luz natural, valorizando cada área.

As soluções de marcenaria adotadas resolvem várias questões, desde o móvel da TV até a porta que camufla a escada ou o cantinho da sapateira, desenhado especialmente para a cliente.







FUNCIONALIDADES DO PRIMEIRO PISO

Neste projeto foram aplicados móveis com materiais de reuso, a exemplo dos bancos que foram feitos com a madeira reaproveitada da escada do apartamento. Essas peças versáteis podem estar em vários ambientes, mas na varanda ajudaram a criar um cantinho para ler, tomar sol ou reunir os amigos desfrutando da paisagem.

Cozinha com ótimas soluções de armazenamento deixam a vida mais prática e, claro, não desperdiçam nenhum centímetro do ambiente. Neste projeto, os armários foram planejados para cada necessidade da moradora.

Para a máquina de lavar roupas não conflitar com o funcionamento da cozinha, a área de serviço foi transferida para um canto do ambiente onde ela conseguiu ser camuflada com a marcenaria sob medida e mimetizada com dobradiças e trilhos.

O lavabo atende todos os requisitos de um ambiente convidativo e acolhedor. Além de traduzir a personalidade e delicadeza da moradora, a porta de entrada é discreta, também mimetizada e encanta a qualquer um que passa. A bancada é grande e em quartzo branco, as paredes são revestidas com um porcelanato que simula granilite, para deixar o ambiente mais "vivo", e as luzes são amareladas, para proporcionar o conforto necessário ao uso do ambiente. O espelho é em formato orgânico.









A LIBERDADE DE BEM VIVER - SEGUNDO PISO

Subindo para a área íntima do apartamento, temos a escada. Os degraus e espelhos foram revestidos com madeira maciça e, na parte inferior da parede, balizadores iluminam cada degrau.

Antes de entrar aos quartos, temos o hall íntimo, que se tornou um espaço bem útil para a cliente. Repare que um canto sem uso ganhou um móvel desenhado pelo escritório – ele tem bastante espaço de armazenamento para livros e vários outros itens, além do nicho onde a moradora pode deixar a cafeteira à vista. É interessante não precisar descer até a cozinha para tomar um café.

Um dos prazeres da moradora é receber bem as visitas. E o 'recepcionar com carinho' dela, significa ter um quarto especial para os hóspedes. Esse ambiente conta ainda com um closet corredor, que dá acesso ao banheiro.

Como a cliente também trabalha em casa, o quarto de visitas foi escolhido para planejar o home office. A mesa desenhada pelo escritório não apenas aumenta de tamanho, como permite que a moradora possa voltar o móvel para a melhor vista, desfrutando da paisagem da Vila Madalena. Para isso, um tampo de madeira, com estrutura de serralheria e rodízios de silicone foi utilizado: assim, a peça resulta em um L que, quando ampliada, se movimenta com bastante facilidade.

Ao segregar o closet do quarto, a porta de madeira com palhinha, que remete ao mesmo estilo da sala de estar, foi instalada. Quando falamos em banheiro de hóspedes, os cuidados devem ir além da escolha dos itens essenciais como toalha de banho, de rosto e outros. É preciso um espaço confortável para que a visita se sinta bem e acolhida.

Os mesmos conceitos usados no lavabo e em toda a casa, continuam neste ambiente. No cômodo, um painel ripado verde menta reveste o espaço do espelho, novamente em formato orgânico. Marcenaria e palhinha também estão presentes.



SUÍTE PRINCIPAL

Exibindo originalidade e conforto desde a porta com vidro canelado que dá acesso ao closet, até a posição em que o ar-condicionado foi instalado, e o mood retrô se dá por conta da madeira e serralheria presentes no quarto.





BMA STUDIO

O escritório Bruno Moraes Arquitetura executa consultoria imobiliária, projetos residenciais, comerciais, corporativos e decoração de interiores. Além disto, gerencia e coordena obras & reformas com equipe própria e um sistema de gestão integrado.

https://brunomoraesarquitetura.com.br/



Imagem ilustrativas



VIEIRAS NA MANTEIGA COM ERVAS

Chef Bruno Stippe

As vieiras são moluscos bivalves marinhos, encontradas em diversos oceanos, porém de forma abundante na América do Norte, norte da Europa, e Japão, e suas mais variadas receitas, são consideradas nobres e refinadas. Podem ser consumidas cruas, assadas, cozidas e grelhadas. Sua maciez requer cozimento rápido e cuidadoso para não passar do ponto. Na França é conhecida como a famosa Coquille Saint-Jacques, sendo as vieiras o principal ingrediente.

Uma curiosidade interessante sobre suas conchas coloridas com formato de leque e padrão ondulado, é que são apreciadas por malacologistas e colecionadores, e que se tornaram símbolo de heráldica e de Santiago Maior, mantido pelos peregrinos que viajam para Santiago de Compostela.

É também a concha representada na tela do pintor italiano Sandro Botticelli, O Nascimento de Vênus. Por sua vez, a concha presente nesta obra-prima simboliza a fertilidade e o prazer. O formato da concha remete ao sexo feminino e costuma ser considerada também o símbolo do batismo.

No Brasil, podemos encontrar fazendas marinhas desse molusco, na região litorânea do estado do Rio de Janeiro, Ilha Grande, cultivadas em gaiolas subterrâneas.

INGREDIENTES

- 12 vieiras GG limpas,
- 5 colheres sopa de manteiga,
- 1 colher sopa de banha de porco natural,
- 1 colher chá de pimenta tipo calabresa,
- 2 colheres sopa de salsa verde fresca picada,
- 1 colher sopa de hortelã fresco picado,
- ½ dose de conhaque,
- 1 colher sobremesa de molho de pimenta caseiro,
- 1 colher sobremesa de catchup,
- 4 dentes de alho esmagados,
- Sal e pimenta do reino a gosto.

MODO DE FAZER

Inicialmente, é importante preaquecer o forno em temperatura máxima, e ajustar a grade para a parte alta do forno.

Misturar muito bem o catchup com o molho da pimenta e o conhaque. Salgar e acrescentar a pimenta do reino às vieiras cruas, passar na mistura do molho e massagear bem, derreter uma colher da manteiga e da banha, colocar uma vieira em cada casca ou recipiente que você deseje assar, cobrir cada uma com a mistura da manteiga e banha aquecida. Assim que o forno estiver aquecido no máximo (em média 20 min. após acender), leve as vieiras para assar por aproximadamente 10 minutos, nesse tempo aqueça a outra colher de manteiga e junte a pimenta calabresa, o alho moído, a salsa picada e a hortelã picado e reserve.

Assim que estiverem douradas retire e cubra com o outro molho de ervas e volte ao forno por 3 minutos, retire e sirva imediatamente.

Bom apetite!



Imagem: divulgação



Imagem: divulgação



Chef Bruno Stippe

CHEF BRUNO STIPPE | BREVE RESUMO PROFISSIONAL

- Chef Proprietário da Cantina C...Que Sabe! Em São Paulo.

- Presidente fundador da Federação Italiana de Chefes no Brasil, e Supervisore Latino América.

- Campeão Mundial em 2009 de Ristogelateria.

- Apresentador do Programa semanal de TV Pilotando o Fogão desde 1988.

Fale com o Chef: bstippe@gmail.com ou instagram.com/bruno.stippe

MARAVILHOSA CASA DE CAMPO EM ITÚ (SP) SE TRANSFORMA NO REFÚGIO DA FAMÍLIA



Fotos: Eduardo Pozella



O projeto arquitetônico assinado pelo Korman Arquitetos, entregou novidades como piscina de borda infinita, anexos de lazer, saunas e um novo jardim, além de um projeto de interiores repleto de arte e proximidade com a natureza



O paisagismo da entrada, assinado pela profissional Catê Poli, se mistura com os elementos naturais da fachada, dando boas-vindas às visitas

Espaço associado ao conforto e a natureza, a casa de campo é o refúgio para os muitos que anseiam momentos de paz e tranquilidade, fugindo um pouco da vida corrida das grandes metrópoles. Esses recantos podem contar com diversas formas de lazer, como espaços de convivência, meditação, jardins e piscinas, combinados geralmente com um décor mais rústico em busca da conexão com o natural.

Neste projeto, revitalizar e renovar foram as palavras da vez e, assim, a reforma capitaneada pelo escritório Korman Arquitetos, das arquitetas Ieda e Carina Korman, transformou essa casa de campo, com 940 m2, em um local ainda mais aconchegante e convidativo para a família.



FACHADA NOBRE

À primeira vista, uma fachada imponente sob um esplêndido céu azul. Projetada totalmente de ripas de madeira garapeira, a entrada conta ainda com um extenso gramado e generosas pisadas de 2,50 x 1 m, feitas de granito itaúnas levigado, que abrem o caminho de forma triunfal.

No jardim de entrada, o projeto de paisagismo foi assinado pela paisagista Catê Poli, que escolheu manter as palmeiras existentes e mesclar outras espécies como a congeia, bela-emília-branca, zamioculca, murta, moreia-branca, ipê-branco, fênix e clusia, entre outras, para deixar o clima ainda mais agradável.

NATURALIDADE NO ESTAR

Para o hall de entrada, a arquiteta Carina Korman lembra que a casa já possuía o pé direito duplo, atributo que tornava a edificação perfeita para caprichar no uso de obras de arte maiores para preencher o espaço. *"Procuramos fazer um hall, ao melhor estilo entrada de hotel, com muita personalidade. Exploramos bastante as peças artísticas e, para completar, um lustre bem decorativo, com aros de led logo chama atenção de quem adentra a casa. O resultado ficou maravilhoso!"*, conta orgulhosa.

A sala de estar segue o mood contemporâneo presente no hall de entrada e, para quebrar o excesso de branco nesse espaço mais íntimo e gostoso, as profissionais apostaram em um tapete azul de Kilim, da By Kami, para adicionar um pouco de cor. Nesse mesmo espaço, a sala de jantar foi integrada recebendo uma mesa de oito lugares e um décor dinâmico com um trio de espelhos acima do buffet. Outra novidade do projeto de interiores foi a expansão da casa e a integração com a sala de televisão.

"Uma solução bem interessante dessa integração foi que, após retirarmos a parede que terminava a casa, aproveitamos o pilar para construir uma lareira escultural que passou a dividir a sala de estar da sala de televisão. O elemento será muito bem aproveitado nas noites de inverno, quando a família poderá se reunir para ver um filme e se aquecerem juntos", explicou Ieda Korman. A estrutura foi executada com base de alvenaria e recoberta com granito apicoado, em uma altura mais baixa para conter fuligem e a lenha. O rebaixo de tijolos foi reforçado para suportar altas temperaturas.

Na varanda da casa principal, as arquitetas idealizaram dois ambientes. No primeiro, elas posicionaram uma mesa grande, com 10 lugares – para ninguém ficar de fora –dos descontraídos café da manhã. Seguindo mais à frente, um lounge para descansar e bater altos papos nos fins de tarde. *"Diferente dos tons de dentro da casa, aqui nós aproveitamos para colocar inserir diversas nuances azul, com estampas, texturas diferentes e móveis de corda náutica"*, disse Ieda.



A lareira de ferro, com pintura de aço corten, e a cristaleira, desenhada exclusivamente para a família, são os charmes da sala de televisão





As flores no centro do espaço logo chamam atenção e recepcionam as visitas com muita leveza e concordância com o gallery wall e peças de arte

ANEXO DE MUITO LAZER

Ainda não contente apenas com a parte principal da casa de campo, as arquitetas vislumbraram, onde não havia nada, um anexo com área gourmet, saunas, spa e espaços de convivência. Construído para ser um caixote de vidro, a área está totalmente imersa na paisagem e possui vistas tanto para a casa, quanto para a mata.

O primeiro pavimento do anexo guarda a área gourmet toda equipada com cooktop, churrasqueira, forno de pizza e coifa industrial, tudo distribuído na ilha com tampo de granito café imperial. *"Escolhemos essa pedra por ser um material extremamente resistente para uma área de amplo uso. Optamos pela cor em tons de marrom para combinar com a casa e para que não manchasse muito"*, explicou Carina.

"A edificação ganhou salas de convivências para receber diversos convidados. O primeiro com uma mesa de 12 lugares e a segunda com sofás e poltronas superconfortáveis para relaxar curtindo a paisagem", completaram as arquitetas.

"No andar inferior do anexo da casa, implementamos uma área de descanso para tomar sol e relaxar. Na constituição, o pergolado é acompanhado por espécies de plantas que, segundo Catê Poli, crescerão daqui um tempo, propiciando uma sombra muito gostosa", disse leda.



Construída no declive do local, o anexo está imerso na paisagem de Itu, permitindo admirar o lago próximo e saudar a majestade do pôr-do-sol



O forro em detalhes de madeira transmite a verdadeira sensação de casa de campo





Para ficar mais descontraído, o estar com pergolado dispõe de pufes, em tamanhos e cores diferentes

SOMBRA E ÁGUA FRESCA

Na área externa, a piscina foi posicionada próximo a varanda da casa principal e ao anexo, de forma que todos pudessem aproveitar. A construção, com profundidade de até 1,40m e uma borda infinita com revestimento de pedra hitam, produz um contraste entre as tonalidades dos materiais.

"Como em Itu o sol se faz bastante presente, ombrelone era um item que não poderia faltar. Definimos peças grandes de fácil rotatividade para sombrear qualquer canto", conta Carina. Para completar, a cenografia destaca as chaises e mesas de alumínio que não esquentam no calor.

KORMAN ARQUITETOS

Com mais de 35 anos de história nos segmentos residencial, corporativo e comercial, o escritório conta com diferentes gerações no comando de projetos personalizados e exclusivos, realizados no Brasil e exterior. Carina se uniu aos pais, Silvio e Ieda, para juntos darem forma a ambientes criativos, com uma linguagem moderna e atemporal. O trio assina reformas dos mais variados estilos e concebe espaços do zero, num trabalho que inclui o acompanhamento da obra e a finalização da decoração.





O destaque da piscina aquecida é o revestimento da parede em pedra madeira, típica de Itu, que completou com a proposta rústica e relaxante da casa

A piscina de borda infinita conversa com o paisagismo da Catê Poli e presenteia moradores e convidados uma vista deslumbrante







LISTA DE FORNECEDORES CASA ITU KORMAN ARQUITETOS

FACHADA

Paisagismo: Catê Poli

HALL DE ENTRADA

Mesa redonda: Estar Móveis

Lustre: Yamamura

Vaso grande: Vasart

Escultura de madeira: Studio Lopomo

Aparador: ArboREAL

Vaso em cima do aparador: LS Selection

ÁREA DE ESTAR AO LADO DO ANEXO

Poltronas e lareira: Eco Flame Garden

ÁREA DA PISCINA

Mesas: Milênio Móveis

Paisagismo: Catê Poli

Obra piscina: Salvador Salton

SALA DE JANTAR

Mesa e buffet: Estar Móveis

Cadeiras: Breton

LIVING

Sofá: Breton

Tapete: By Kamy

Móveis: Breton

Mesa de centro: Estar Móveis

Lareira: Salvador Salton





ANEXO CASA

Engenheiro: Salvador Salton

Mesa: Breton

Cadeiras, banquetas e sofá: Milênio Móveis

Churrasqueira: Polytec Churrasqueiras

ANEXO ANDAR DE BAIXO

Espreguiçadeiras: Artefacto Beach & Country

Paisagismo: Catê Poli

Pufes: Eco Flame Garden

COMPLEMENTOS

FullHouse (móveis)

Yamamura (iluminação)

Santorini (pedras)

Portobelloshop Pinheiros (revestimentos)

Zeni (marcenaria)

Casa Frato (tapetes)

Casa Mineira (almofadas e enxoval)

Tai Azulejos: azulejo cozinha

VARANDA

Móveis: Milênio Móveis

Cestos: Retrobel

Mesa: ArboREAL

CAMINHOS DA ABIMAD

Então, em março de 2003, nascia a mais importante entidade moveleira de linha alta da América Latina

Poucas são as entidades que resistem ao tempo. Mais raras são aquelas que com duas décadas ainda são capazes de projetar um futuro de inovação, expansão de negócios, ampliação de mercados e reinvenção.

A ABIMAD transformou-se ao longo dos anos, resistindo às intempéries do mundo, adaptando-se às mais variadas alterações de cenários políticos e econômicos, tendo flexibilidade para provocar mudanças no dia a dia das indústrias e varejo do Brasil e diversos outros países.

Juntos, Paulo Allemand (Formanova Móveis), Francisco Marcos Martins (Arte Nova Móveis), Gilmar Giachellin (Móveis Nordeste) e José Lúcio Aragão (Indústria Margareth), tornavam realidade o desejo de levar ao mercado, uma nova maneira de apresentar e valorizar seus produtos.

Um ano depois era realizada a primeira feira da entidade, originalmente chamada de Unidade Móvel, e que em sua segunda edição transformou-se na feira ABIMAD, tendo como foco da mudança o fortalecimento da associação e a necessidade de torná-la conhecida.

Em meados de 2005 foi criado um departamento internacional para promover a associação e a feira: o ABIMAD Export, projeto de fomento à exportação, junto com o selo 'Quality for Export' de capacitação das empresas parceiras para o mercado internacional, além da Revista Hall, publicação exclusiva para associados, lojistas e profissionais do setor de decoração e design.

A realização dos negócios se tornou ainda mais evidente. A Associação estabeleceu as condições para a realização de negócios, criando ainda mais oportunidades para lojistas e indústrias se relacionarem e entregarem seus lançamentos aos consumidores: em 2008, a entidade passa a realizar duas edições por ano, a consagrada edição de inverno da ABIMAD, que acontece anualmente até os dias de hoje, no segundo semestre.

Na sequência, em fevereiro de 2009, acontece a 6ª edição da feira ABIMAD, com 168 expositores e 35 compradores internacionais, que realizam cerca de 670 reuniões. O tema da feira foi uma homenagem ao arquiteto Oscar Niemeyer, contando a história de sua vida profissional. O paisagismo do pavilhão foi inspirado em suas mais famosas obras.

No ano de 2010, em fevereiro, realizou-se a edição com 156 expositores em 30 mil m² de área de exposição. O lounge temático prestou homenagem aos Beatles. A edição da feira de julho, contou com a participação de 71 expositores.

A entidade atinge o número de 187 empresas associadas no ano de 2011. Em fevereiro, aconteceu a feira com 157 expositores. A arte do grafite foi o tema da edição. Em julho, 69 expositores apresentam suas novidades, cujo tema foi o "Design conecta Pessoas e Negócios".

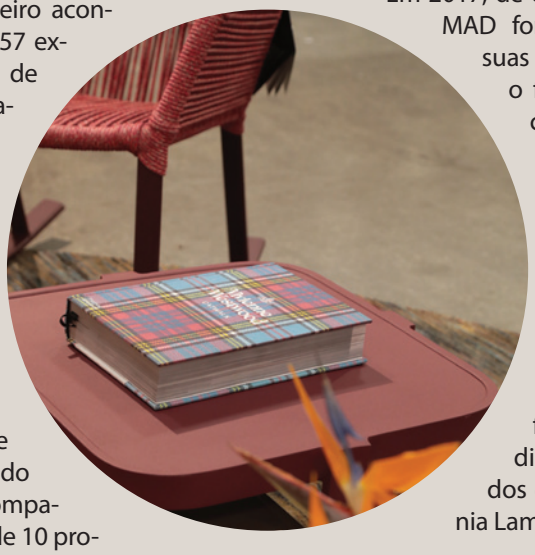


Imagem: divulgação

EXCELÊNCIA E OUSADIA PARA NOVOS CICLOS DE CRESCIMENTO

A condição para novos ciclos de crescimento estava dada. Todo o esforço para colocar em evidência os fabricantes e talentos brasileiros para o País e o mundo, ganhava ainda mais fôlego e a ABIMAD mostrava a excelência em ser a maior feira do segmento de mobiliário e acessórios de alta decoração da América Latina.

Uma ação de superlativos. Em fevereiro acontece a 13ª. edição, com a presença 157 expositores e 55 importadores vindos de 14 países. A campanha 2012 é inspirada no mundo da moda, seguindo a tendência do Colorblock. Naquele momento, a ABIMAD desenvolve um novo logotipo para a feira e um novo slogan: a arte de vender tendências.



Em 2013, já com 10 anos de existência, para contar a história da Associação foi desenvolvida uma campanha com o mote: "10 anos de história, contada por quem entende do assunto". Os visitantes puderam acompanhar o histórico da ABIMAD na visão de 10 profissionais do setor de alta decoração, entre eles Fabrizio Rollo, Francisco Calio e Douglas Lorca (A Especialista).

Um salto para a 15.ª edição da feira da ABIMAD, onde foram trazidos cerca de 700 lojistas de todas regiões do Brasil, que tiveram suas despesas com passagens aéreas, estadias, alimentação e traslados, durante os quatros dias do evento totalmente custeados pela Associação, sendo a única feira da América Latina que subsidia a participação dos principais lojistas do País.

Notoriamente, houve um aumento de 20% no número de público. Foram cerca de 24mil visitantes divididos entre lojistas, arquitetos e decoradores de todos os Estados brasileiros e importadores de dezenas de países da América Latina: como Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Guatemala, México, Panamá, Paraguai, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai, Venezuela, além dos Estados Unidos.

Em 2014, a feira deixa o Centro de Exposições Imigrantes, que se transformaria em São Paulo Expo, e passa a ser realizada no Expo Center Norte. Ano de Copa do mundo no Brasil, e a ABIMAD usou como mote da campanha de sua feira de fevereiro a frase de impacto: "Design inspirado no talento brasileiro". Já na 18.ª edição, a feira ocupou dois pavilhões, totalizando uma área de 26.800 m², sendo 18 mil m² de estandes no pavilhão Expo Center Norte, e 97 expositores.

Mantendo a essência da Associação, em 2015 na 19ª edição da feira, contabilizaram-se 180 expositores e um volume de vendas de R$ 500 milhões durante os quatro dias de feira. O tema da campanha foi "Mergulhe na alta decoração".

Em 2016, a 22ª edição da ABIMAD foi também palco para jovens talentos do design nacional. Atento ao movimento de popularização do design, que se desenvolve no País, o evento buscou atender a essa nova e crescente demanda do mercado.

Em 2017, de cara e casa nova, a 23ª edição da ABIMAD fomentou o mercado moveleiro com suas novidades e lançamentos, mantendo o foco no trabalho autoral de jovens e consagrados designers nacionais. Esta edição marcou o retorno da ABIMAD ao espaço de convenções – São Paulo Expo Exhibition & Convention Center, junto de 152 expositores associados.

Na 25.ª edição, no ano de 2018, o Coworking ABIMAD foi um espaço multiuso preparado para receber profissionais da imprensa, influenciadores digitais, formadores de opinião, convidados e expositores, com curadoria de Virginia Lamarco.

Com o advindo da pandemia mundial Covid-19, em 2020 somente a feira de fevereiro foi realizada.

O tão esperado retorno aconteceu em 2022 já apresentando um rump-up excelente, rompendo fronteiras em um momento de desafio da retomada dos eventos presenciais. Foram apresentados mobiliários com sinuosas curvas, formatos orgânicos, elementos naturais, refletindo tendências mundiais do período. Baseada nos pilares "Ressignificar, comunicar, inspirar e revelar", a feira chega a sua 33.ª edição no ano de 2022.

Em sua 34ª edição no mesmo ano, se utilizou o mote "ABIMAD Completa". Mantendo a essência da entidade, observando em retrospecto, ver onde Associação e Feira chegaram é uma vitória fantástica para todo o setor.

Dos 64 expositores da primeira edição ao volume de cerca de R$ 1 bilhão em negócios no evento de janeiro de 2022, as perspectivas para o setor num futuro próximo são excelentes.

Numa trajetória marcada por sucessos, inovação e reinvenção, os 20 anos da Associação serão mais que bem festejados. E quem dá o pontapé inicial das comemorações é a ABIMAD'35, com mais de 140 expositores e expectativa de 20 mil visitantes, seguida do lançamento do livro com a história da Associação e da feira de julho, que será toda focada nessas duas décadas de realizações.

Crédito: Henrique Padilha



ENTREVISTA COM O PRESIDENTE PAULO MOURÃO

O presidente da ABIMAD Paulo Mourão, que é também diretor da tradicional Studio Casa, indústria de móveis paranaense, conversa com a editora chefe da Revista USE DESIGN, traçando um panorama do setor em 2022, e as expectativas para os próximos períodos. Temas importantes como sustentabilidade, evolução do design do móvel brasileiro e a força representada pela união dos fabricantes que compõe a Associação desde 2003 são abordados nesta entrevista exclusiva.

USE DESIGN: como empresário e presidente da ABIMAD, importante associação do setor moveleiro do país, qual sua percepção sobre o mercado mundial de móveis e decorações em 2022?

Paulo Mourão - O Brasil nunca exportou tantos móveis como no ano passado. Segundo dados da Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel), foram US$ 983,3 milhões de peças vendidas para 172 países, receita 50% maior que a de 2020, um recorde histórico. Em relação ao exterior houve a retomada dos grandes eventos mundiais como o iSalone em Milão realizado em junho 2022. Em 2023 ele voltará a ser realizado em abril, e existe uma grande expectativa com relação ao seu formato. Em 2022 a feira estava um pouco reduzida e vários expositores apostaram em eventos personalizados em espaços fora da feira. Esse modelo de negócio também ocorreu no Brasil em 2022, mas com o fortalecimento das feiras e o fim das restrições da Covid-19, isso deve acontecer com menos frequência em 2023.

Como você vê a evolução do setor moveleiro e varejo de móveis e artigos decorativos nacional quando comparados a outros países com histórico no mundo do design, como a Itália, a Dinamarca e a Arábia Saudita por exemplo?

PM - Eu sempre acreditei na indústria moveleira do Brasil como a melhor opção para quem deseja utilizar produtos com design sofisticado e moderno, aliado a alta qualidade de manufatura. O mobiliário brasileiro apresenta uma enorme diversidade de componentes e design, totalmente compatível com o que se estabeleceu como modelo e tendência mundial, além de agregar, em coleções específicas, aspectos culturais através de produtos exclusivos só encontrados em nosso país e muito valorizados no exterior. Com relação ao varejo, ainda precisamos avançar muito no conceito de marcas. Vejo no exterior que as marcas dos fabricantes são um forte aliado de valorização do produto e de alavancagem comercial no varejo. Nós precisamos migrar para isso, mesmo porque isso é essencial para avançarmos no modelo de venda através de e-commerce e meios digitais. Hoje os produtos que são comercializados nas lojas apresentam nomes e marcas das lojas e não dos fabricantes como regra de mercado.

Um case de sucesso: em 2023 a ABIMAD completa 20 anos de existência. Um marco importante junto de fabricantes, importadores e varejistas do Brasil e diversos outros países. Como a ABIMAD colaborou para evolução deste importante segmento?

PM - Desde a realização da 1ª feira da ABIMAD em São Paulo, o nosso evento se tornou a principal feira do segmento, pois ela apresenta ao mercado, já no início do ano, os lançamentos dos principais fabricantes de alta decoração que abastecem as lojas em todo o país. Nos anos seguintes criamos o ABIMAD Export e a edição de julho. Com isso consolidamos o nosso evento como o principal evento comercial e de



Crédito: Rodrigo Zorzi

lançamento de tendências do mobiliário de alta decoração da América Latina. Para manter essa liderança, desenvolvemos inúmeras parcerias com agentes e entidades referência em alta decoração do mercado, com a mídia especializada e uma rotina de seleção cuidadosa de associados e expositores para o nosso evento. Também é importante destacar a criação de um diferenciado programa para clientes VIPs que participam dos nossos eventos. Sempre valorizamos a importância dos nossos clientes e procuramos desenvolver o melhor programa para prestigiar e ampliar a parceria comercial entre eles e nossos associados.

Em sua trajetória junto ao setor moveleiro e varejo de luxo no Brasil, você presenciou diversas trocas de governo, leis e normativas. Qual sua expectativa para os próximos períodos para o mercado décor do Brasil?

PM - A sensação que tenho é que o Brasil conseguiu mesmo com a grave crise econômica que vivenciamos decorrente dos diversos escândalos de corrupção, da contínua crise política e instabilidade jurídica, e obviamente com as inúmeras restrições impostas na economia pela pandemia da Covid-19, recuperar-se antes do previsto e o nosso segmento apoiado pela mudança dos hábitos de trabalho e lazer em casa, experimentou um forte consumo de mobiliário e artigos para o lar já em 2021. No primeiro semestre de 2022 houve um crescimento no faturamento do setor moveleiro de +6,9%. Isso, considerando os reajustes verificados no IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo). Todos nós temos uma expectativa muito grande para 2023, considerando a evolução do desempenho de crescimento do mercado, ancorado pelos indicadores econômicos que o mercado vinha apresentando em 2022, com a redução do desemprego, redução da máquina pública, a política federal de desoneração fiscal, o gradativo aumento da renda per capita e a possível redução do alto endividamento das famílias, que aliás entendo ser este o maior entrave para a forte retomada do consumo. Ainda é muito cedo para avaliarmos como será o reflexo das medidas tomadas pelo novo governo, que de certa forma são dissonantes da estratégia econômica adotada pela gestão passada. Mas os indicadores da economia brasileira continuam sólidos e o consumo vem aumentando já neste início de ano, o que garante um forte crescimento do nosso segmento capitaneado inclusive, com o crescente lançamento de empreendimentos imobiliários de alto padrão em todo o Brasil. Também precisamos ficar atentos com a recuperação das grandes economias mundiais, tendo em vista o nosso crescente desempenho nas exportações de mobiliário já vivenciado em 2021 e 2022. A indústria moveleira gera mais de 255 mil empregos diretos em mais de 18 mil empresas, que em 2021 tiveram um valor de produção estimado em aproximadamente R$ 78,1 bilhões. Em relação ao mercado externo, o Brasil é o 28º maior exportador de móveis do mundo, com exportações de USD 1,03 bilhão em 2021.

coleção
Sentido
BERNECK

Valorize as sensações.
Escolha uma direção.



@berneckoficial @berneckSA Berneck Berneck S.A. Berneck Oficial www.berneck.com.br

TAPECOURO

TAPETES PLANEJADOS

LANÇAMENTOS 2023



LINHA ORGANIC HIGH - REF. AMARILIS

@tapecouro

VENHA NOS VISITAR ▼

ABIMAD'35 | RUA B - STAND 23
DE 31/JAN a 03/FEV

ABCASA.FAIR | AVENIDA G Stand 11073
DE 07/FEV a 11/FEV

Acesse Nosso
Catálogo Online



LINHA ORGANIC HIGH - REF. MAGNOLIA

www.tapecouro.com.br

ALUMINAS



"A minha satisfação é poder contribuir com o desenvolvimento do mercado moveleiro do Brasil para o mundo, criando sustentabilidade e gerando desenvolvimento no segmento."

Adarlan Rodrigues
Diretor



Exclusividade e paixão são os combustíveis que garantem há 30 anos a nossa presença nos maiores projetos residenciais e nas principais redes de hotelaria do mundo. Aluminas vem inovando e se capacitando a cada versão, criando tendências e ressignificando o design no quesito requinte e elegância.

30 Anos
A nossa **inspiração** vem de dentro

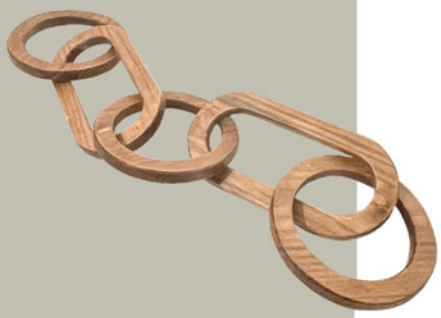
EDUARDO MOURÃO
STUDIO CASA













studiocasafabrica@yahoo.com.br

@eduardomouraoarquitetura
@studiocasa_em

(41) 3649-1066
(41) 9 8517 - 6590







AS PRÓXIMAS EDIÇÕES DA PRINCIPAL FEIRA DE MÓVEIS E ACESSÓRIOS DE ALTA DECORAÇÃO DA AMÉRICA LATINA JÁ TÊM DATAS MARCADAS

WWW.ABIMAD.COM.BR

ABIMAD

2023
18 - 21 JULHO

2024
30 JAN - 02 FEV
16 - 19 JULHO

SÃO PAULO EXPO

/ABIMADFEIRAS

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

HOTELARIA: RESULTADOS 2022 & PERSPECTIVAS 2023

Paulo Mancio

Inicialmente quero registrar que estar novamente com vocês aqui na revista USE DESIGN é um grande prazer! Desejo a todos um maravilhoso e abençoado 2023, com muito amor, saúde e paz, e que todos possam viajar, viver experiências positivas, conhecer novos lugares e pessoas, porque esta é, de fato, a essência da vida.

Atualmente, uma das maiores virtudes econômicas que o Brasil preserva é o turismo. Esta atividade envolve milhares de pessoas, empresas e performances infinitas. Na atividade hoteleira que é um dos tripés do turismo, observo que após a grande circunstância que a pandemia do Covid-2019 nos impôs, tivemos um segundo semestre de 2022 e já este início de 2023 com resultados pujantes, vivendo o famoso "efeito mola", onde todas as ações que ficaram represadas, expandiram-se de forma gigante neste período.



Segundo o Índice de Atividades Turísticas, medido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), publicados neste mês de janeiro; em novembro de 2022 o volume de atividades turísticas no Brasil cresceu 11,8%, na comparação com o ano anterior. Os números foram impulsionados, principalmente, pelo aumento na receita de empresas que atuam com locação de automóveis; transporte aéreo; serviços de bufê; restaurantes; e transporte rodoviário coletivo de passageiros. Em termos regionais, dez das doze unidades da federação investigadas apontaram avanço nos serviços voltados ao turismo. Os destaques foram para São Paulo (16,2%), Minas Gerais (26,4%), Paraná (15,9%), Rio Grande do Sul (15,0%) e Rio de Janeiro (4,4%). Apesar da comparação com o mês anterior (outubro) apontar uma variação negativa de 0,1%, a movimentação financeira registrada no mês de novembro alcançou 97,5% do patamar pré-pandemia de Covid-19 (fevereiro de 2020), demonstrando a recuperação progressiva do setor.

No indicador acumulado de janeiro a novembro de 2022, o índice de atividades turísticas apresentou expansão de 32% frente a igual período do ano anterior. O número foi impulsionado pelo aumento na receita de empresas dos ramos de transporte aéreo de passageiros; restaurantes; hotéis; locação de automóveis; transporte rodoviário coletivo de passageiros; e serviços de bufê. No quesito regional, o acumulado do ano mostra taxas positivas em São Paulo (39,1%), Minas Gerais (51,9%), Rio de Janeiro (16,3%), Rio Grande do Sul (40,1%) e Bahia (26,0%). A Pesquisa Mensal de Serviços (PMS), no qual o Índice de Atividades Turísticas faz parte, produz mensalmente indicadores que possibilitam acompanhar o comportamento do setor de serviços, incluindo o Turismo. A Pesquisa também apontou que o setor de serviços no Brasil está 10,7% acima do nível pré-pandemia (comparativo que leva em conta o mês de fevereiro de 2020).

Com estes dados, percebemos que este "novo normal" nos trouxe evidentemente novos hábitos, costumes, ideias, comportamentos e reflexões. Nos deu de presente atitudes e relações mais humanas, e, portanto, este arcabouço que

chamamos de experiência de viagem deverá estar preparado para estes novos conceitos. Mas você deve estar se perguntando: quais são estes novos conceitos? No que tange a arquitetura, considerar a idade e construções da cidade, e da existência de objetos arquitetônicos que transcendem o tempo e continuam emocionando as pessoas, como a Torre Eiffel, as Pirâmides do Egito, o Museu do Amanhã no Rio de Janeiro e tantos outros mundo afora. A sintonia do espaço construtivo e o entorno é parte fundamental. A funcionalidade. A nossa obrigação de considerar sobretudo, a necessidade da satisfação dos usuários, oferecendo o maior número possível de opções que cada indivíduo possa ter na diversidade. Quanto ao mobiliário e decoração falamos da humanização da utilização, e é por isso que o processo de criação destas peças se dá de dentro para fora, como a surpresa do recheio de um lindo bolo, que também deverá surpreender, tanto quanto sua imagem externa.

Quanto ao atendimento, as ferramentas digitais que foram aceleradas durante o período de 2019, 2020 e 2021 são fundamentais, tanto quanto a questão da ampliação da disponibilidade de itens para assepsia das mãos, atendendo este novo hábito da humanidade, além claro, da conectividade, do conforto visual e físico, da possibilidade de áreas de lazer mesmo em hotéis econômicos por exemplo, e segurança como um todo, tendo áreas de conectividade ampliadas, tais como piscina, restaurante, áreas próximas a praia, no hall, centro de convenções, no bar, corredores, sem esquecer do conforto e ergonomia para tais atividades junto do celular ou tablet, que quase ninguém abre mão hoje em dia; merecem também toda nossa atenção. Para finalizar, unindo a todas as questões acima, aquela que foi a sigla mais procurada no Google nos últimos períodos, a ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance). E se há algo que eu gostaria de pedir a todos é que façam o uso desta, que não é apenas uma tendência ou moda, mas sim uma realidade que vai nos ajudar a construir o hoje e um futuro melhor para todos: precisa fazer parte da nossa cultura, do nosso dia a dia, para tudo o que formos realizar.

E se você chegou até aqui para saber o que penso sobre o futuro do nosso setor, digo sem delongas: o futuro é muito promissor, e cabe a nós, profissionais da hospitalidade fazer a nossa parte, construindo-o em sintonia com o ESG, que é irrefutável, conduzidos pelo que procede da lógica, pelo racionalismo, que por sua vez se mistura a uma tendência emocional e nos conduz a organicidade, ao humano, ao sentir, ao vibrar felicidade. E reforço: o que me seduz na arquitetura e design é a pluralidade e a capacidade de mudar a vida das pessoas; eis como enxergo e sinto todo o processo evolutivo da hotelaria.



Imagem: ilustrativa



Foto Paulo Mancio: Ricardo Pereira

PAULO MANCIO

Vice-presidente Sênior de design e construção, engenharia, desenvolvimento e sustentabilidade técnica. Membro do Conselho Diretivo do Green Building Council Brasil. Membro do Conselho do World Trade Center Curitiba - Joinville. Criador e curador do curso Programa: Hospitality Design @programahospitalitydesign. Também criador e curador do maior evento de hospitalidade da América Latina: Accor Design & Technical Summit.

paulo.mancio8@gmail.com

facebook.com/paulo.mancio.7

instagram.com/paulo_mancio/

INOVAÇÕES NO SALONE DEL MOBILE 2023

A 61ª edição do Salone del Mobile.Milano chegará ao público com fortes inovações conceituais, que apontam novos caminhos para o formato dos eventos expositivos no universo mundial do design



Imagens: divulgação

Camila Gino

Novas configurações para o mais movimentado evento do design mundial. Em conferência à imprensa nos últimos dias de 2022, Maria Porro, presidente do Salone del Mobile.Milano, anunciou que o evento se apresentará em 2023 com nova roupagem, em um novo layout que revela a evolução futura da feira com o salão Euroluce, voltado à iluminação. A edição 2023 do Salone terá assim um papel fundamental na evolução da feira, fiel à proposta de gerar valor para empresas expositoras e visitantes do universo do design e do mobiliário.

"Graças ao trabalho em equipe, o salão Euroluce se transformará em uma grande experiência para o visitante, com oportunidades de conhecer e realmente tocar em produtos de altíssima qualidade e aprender mais sobre temas ligados ao mundo da iluminação através de uma oferta cultural de alto nível dirigida a compradores, profissionais e comunidade de design em geral", antecipa Maria Porro. "Gostamos de imaginá-lo como um diálogo entre arquitetura e design, uma fonte de inspiração e enriquecimento para o visitante."

O Salone del Mobile.Milano 2023 será realizado entre 18 e 23 de abril nos pavilhões de Rho Fiera Milano.

FLUÊNCIA E CONTEÚDO

Segundo a organização, houve um grande investimento em recursos e energia para o Euroluce (Pavs. 9-11 e 13-15). O salão bienal dedicado à iluminação terá um layout expositivo revolucionado, retrabalhando o conceito de proximidade inerente a tantos centros históricos da Itália, criando um anel irregular, geometricamente poligonal, fluido e livre, concebido pelo estúdio Lombardini22 e pensado para otimizar o fluxo do usuário na exposição.

O novo formato expositivo está repleto de conteúdo cultural interdisciplinar e experiencial, que vai da arquitetura à arte (exposições, palestras, workshops, instalações), com curadoria de Beppe Finessi, ao lado de vários jovens curadores e convidados especiais, como artistas contemporâneos de destaque. O estúdio de design Formafantasma terá um papel fundamental, fazendo do Euroluce uma cidade ideal, dentro do novo layout, em uma antecipação da possível evolução do formato futuro das próprias feiras de negócios.



Salone del Mobile.Milano: a evolução do próprio conceito da feira segue em curso em 2023, com novidades como o disruptivo novo layout do salão de iluminação Euroluce



Com um design feito a mão, aliado à tecnologia de ponta, que emociona o público brasileiro e internacional, como no balanço Gunga, com projeto de Marta Manente, a Modalle já confirmou sua participação como expositora em Milão em 2023

EXPERIÊNCIA OTIMIZADA

Esta abordagem se estenderá, em certa medida, à feira como um todo, repensando o formato em uma perspectiva inovadora e contemporânea e apresentando soluções e propostas adequadas e eficazes para fazer face aos desafios que se colocam ao cenário das feiras.

Depois de ouvir atentamente todas as empresas expositoras – "algumas das quais voltarão com grande entusiasmo após um período de ausência, e outras que estrearão com igual confiança" – o Salone disponibilizará novas ferramentas de apoio e visibilidade através de sua Plataforma Digital e os serviços online a ela associados. Da mesma forma, uma pesquisa aprofundada foi realizada, envolvendo mais de 2.300 entrevistas de campo com visitantes de todo o mundo, na tentativa de verificar a melhor forma de melhorar a experiência da feira e sua acessibilidade. Isso desencadeou uma nova visão para a próxima edição do Salone, que será realizada em um único nível no recinto da feira, uma decisão que permitirá otimizar a experiência do visitante.

"A cadeia moveleira, apesar das dificuldades enfrentadas, se prepara para fechar 2022 com alta de 12% em relação a 2021. As pesquisas do FederlegnoArredo Study Centre Monitor apontam que isso também se reflete nos resultados do macrossistema de decoração (com vendas equivalentes a 4,58 bilhões de euros), que teve um aumento de 12,7% nos primeiros nove meses de 2022, com a Itália registrando uma tendência de crescimento de 14,7%, enquanto as exportações aumentaram 11%. As estimativas são de que o macrossistema possa fechar 2022 com alta de 8,1%", assinala o presidente da FederlegnoArredo, Claudio Feltrin.

SALONESATELLITE

Também o SaloneSatellite estará em um novo local, de forma totalmente natural, dentro dos pavilhões do Euroluce, já que representa o futuro do design por excelência. A edição de 2023 dedicará um foco particular às escolas e universidades de Design com o tema "Design School: Building the (im)possible. Process, Progress, Practice". Com isso, o SaloneSatellite se propõe a destacar a contribuição marcante que elas deram e continuam a dar para a formação de jovens designers e para o avanço do design.

PRIMEIRA EDIÇÃO DO PRÊMIO SALÃO DE GRAMADO DE DESIGN ABRE AS INSCRIÇÕES

A 9ª edição do Salão de Gramado, feira de design, decoração e mobiliário de alto padrão será de 05 a 08 de junho, no Serra Park, em Gramado (RS). Promovida pela XPO Feiras e Eventos, a organização anunciou para esta edição, a 1ª edição do Prêmio Salão de Gramado de Design, "O Oscar do Design do Brasil", cujo pré-lançamento aconteceu em junho do ano passado para jornalistas e convidados.

A cerimônia de premiação será dia 04 de junho no icônico Palácio dos Festivais onde acontece o famoso Festival de Cinema, em Gramado. Os produtos premiados ficarão em exposição na mostra de design que será realizada durante a 9ª edição do Salão de Gramado.

Com curadoria da designer Marta Manente e também idealizadora do Prêmio, este será o 1º Prêmio Internacional Salão de Gramado de Design 2023 destinado a designers de produtos e indústrias de móveis, objetos e iluminação do Brasil e da América Latina com o objetivo de descobrir novos talentos criativos, potencializando a ferramenta fundamental para agregar valor e diferenciação no mercado do design assinado, ao produto e à marca que o produz. Assim como qualificar e contribuir com a evolução do design autêntico em sua importância em toda cadeia produtiva do mercado moveleiro, da concepção ao consumidor e acima de tudo, incentivar o design genuíno que favorece o bem-estar e a qualidade de vida do consumidor.

A comissão julgadora será composta por grupos de especialistas no setor do design de produtos e móveis, entre eles professores, jornalistas, críticos de design, associações e profissionais de design que avaliarão os produtos em diversas categorias: Design com tecnologia emprega à produção, Design com traços contemporâneos, Brasilidade aplicada ao design, Iluminação e objetos de design para casa, Design de impacto positivo, Talento em ascensão – esta categoria visa lançar novos talentos no mercado e é direcionado à jovens designers formados com até 25 anos de idade.

Entre os prêmios, o Troféu Ouro Olga Krell é em homenagem à grande dama de decoração brasileira, que foi uma das idealizadoras da feira do Salão de Gramado em sua primeira versão em 1998 e criadora de diversos títulos, que até hoje são referências no mercado editorial da arquitetura e decoração. Olga Krell também deu voz ao artesanato brasileiro e incentivou e divulgou projetos de vários profissionais da arquitetura, decoração e paisagismo do Brasil.

Aos interessados em participar do prêmio as inscrições estarão abertas a partir de 03 de março e encerrando às 23h59 do dia 03 de abril de 2023 para saber mais acesse o site: www.premiodesign.salaodegramado.com.br

SOBRE O SALÃO DE GRAMADO

Em 2023, Salão de Gramado será palco de tendências e lançamentos. Será a primeira feira brasileira a acontecer após o Il Salone de Milão trazendo com exclusividade as novidades e referências exibidas na Itália. Serão mais de 100 expositores apresentando o que há de mais moderno, design, tecnologia e inovações. Além dos expositores, o evento contará com a 3ª edição do Talks do Salão com discussões e conteúdos com os maiores especialistas em design, decoração e indústria moveleira.

9ª Edição Salão de Gramado

Data: De 05 a 08 de junho de 2023

Horário: de 05 a 07 de junho das 10h às 19h | 08 de junho das 10h às 17h00

Local: Serra Park – Viação Férrea, 100 – Gramado (RS)

Informações: A3 Comunicação

A ERA DO LUXO CONSISTENTE

Entrevista com Esther Schattan, fundadora e sócia-diretora Ornare

Camila Gino

Um nome que não apenas ouvimos, mas sentimos. Ornare. O padrão impecável de qualidade em acabamento, materiais, estética, ferragens, funcionalidades, pesquisa, tecnologia e inovação proposto pela marca nos transporta imediatamente à uma espontânea sensação de qualidade de vida, com beleza, conforto, fluência e bem-estar. Luxo, como bem explica Esther Schattan nesta entrevista exclusiva, é acima de tudo conforto, facilidade, sustentabilidade. Depuração. Morar bem, estar bem. E é o que a marca que completa 37 anos em agosto de 2023 se propõe a oferecer desde sua origem, o que faz toda a diferença ao olharmos para sua trajetória no Brasil e no mundo, afinal trata-se de uma marca que ultrapassa as fronteiras territoriais do luxo, para ser reconhecida e desejada nos mercados de mais elevado padrão global. Hoje, a Ornare atua com 15 showrooms no Brasil, nas capitais: São Paulo, Rio de Janeiro (02), Brasília, Salvador, Cuiabá, Goiânia, Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis, Maceió e Manaus e nas cidades de Ribeirão Preto e Jaú. E já tem 09 showrooms no exterior: Miami, Dallas, Houston, Los Angeles, Nova York, Hamptons, Brooklin, Greenwich, nos Estados Unidos, além de Dubai, onde tem seu showroom no ornamental, sólido-fluído edifício The Opus by Omniyat, joia arquitetônica com projeto de Zaha Hadid. Também exporta para o Canadá e para os países do Caribe, incluindo o Panamá. E segue em expansão, abrindo novos mercados.

De 2020 para 2021, a Ornare cresceu 30%, mesmo percentual registrado em 2022. Para 2023, a projeção de crescimento é de 15% em relação a 2022. No mercado externo, as vendas da marca representam cerca de 20% do faturamento e a projeção é de que esse número represente 40% nos próximos anos. Para atingir este propósito, a marca segue projetando-se no mercado internacional. Este ano, já confirmou presença no Salone del Mobile em Milão, na ICFF em Nova York, na Dubai Design Week e na WestEdge Design Fair, em Los Angeles. Nesta entrevista, Esther Schattan, a inspiradora sócia-diretora e fundadora da Ornare com o esposo, Murillo Schattan, faz uma profunda análise da sociedade contemporânea e sua relação com a vida e o morar, revelando também aspectos da visão estratégica da marca, assim como posicionamentos importantes quanto a temas mais que relevantes na moderna pauta mundial, como sustentabilidade e ESG, uma concepção atualizada do luxo hoje e no futuro e o empoderamento feminino. "É uma história a ser desenvolvida individualmente e em equipe. A gente precisa de apoio, e eu quero para as mulheres aquilo que eu fiz, mas talvez com mais apoio, mais ajuda e mais modernidade."

Como está a trajetória da Ornare? O que mudou para a empresa após o advento da pandemia?

Em nossa trajetória de 36 anos, sempre atendemos com o mesmo objetivo, que é de falar a mesma linguagem dos arquitetos e designers. O atendimento é por arquitetos e designers dentro da Ornare, muito elaborado, tem muito detalhe. Quando compram conosco, o que esperam? Um sonho realizado. Isso sempre foi assim. Projeto, qualidade e pós-venda. E, desde o início, quando a pessoa recebia o projeto na casa dela, sempre ficava encantada e queria mais. E foram pedindo outros ambientes feitos por nós. Então, esse é um desejo de uma parte da população de querer um bem-estar, um estilo de vida, uma linguagem, que a gente imprimiu ao longo dos anos. Obviamente que sempre tem a evolução do design, das ferragens, da tecnologia, e a gente continua atendendo o público de uma maneira bem específica. Onde tem conhecedor de design, ele conhece a Ornare. Durante a pandemia, primeiro, a gente achou que todo mundo ia fechar as portas, que ninguém nunca mais iria querer comprar nada. O que a gente viu foi exatamente o contrário, o que as pessoas queriam era, por ficar em casa, ter a melhor casa. Então passaram a olhar de forma mais crítica, com um olhar merecedor de outras coisas. Falaram, "eu mereço conforto, design, uma casa melhor". Isso contemplou tudo. Foi uma evolução da humanidade para dentro da casa. E mesmo quem trabalha em casa quer um fundo bonito para aparecer, não só mais a roupa, mas o seu bem-estar. Então muita gente comprava não só para se sentir bem, mas para trabalhar, para ter uma estante bonita, bem arrumada, que as pessoas reconhecessem. Quando você vai a um consultório médico ou a um dentista, um advogado, sente o efeito de que será bem tratado e que o profissional tem uma boa visão pelo modo como ela lhe recebe. Então, na casa como um local de trabalho, passa a ser não só seu lar, mas seu CNPJ. Então tem o seu trabalho para ser mostrado ou até para receber as pessoas na sua casa, com terapia, por exemplo. Isso requer uma casa mais bonita. Todo mundo com uma casa ainda melhor, com qualidade de vida melhor, do design, com mais luxo, um morar que fizesse por merecer.

Este novo olhar, para a casa e para a vida, deve permanecer na sua percepção?

Outra coisa aconteceu com a pandemia foi que a morte estava muito mais presente. Podia acontecer com qualquer um. Foi realmente muito triste. Então, como você não sabia se ia ter vida, também passou a gastar para fazer o melhor da sua vida naquele instante. Começou a ser um presente muito mais forte que o futuro. E isso está se perpetuando. As pessoas, mesmo agora, continuam falando "eu mereço o melhor". Estou no banco, investindo, mas quero o melhor na minha vida hoje. O ensino também cresceu muito, as pessoas buscaram melhorias na sua vida cultural, os museus, tudo melhorou. Todos acordaram juntos para a vida. Então você percebe que são mudanças. Configurações que devem permanecer. Um jeito de viver, de pensar que realmente mudou na sociedade. Eu vi um filósofo dizendo que que as coisas não vão melhorar e todo mundo vai ficar na mesma. Eu e mais milhões de pessoas achamos o contrário, que a gente está na vida para melhorar, fluir. Nós, seres humanos, estamos sempre tentando melhorar. Melhor qualidade de vida para si, para todo mundo em volta, para os funcionários. Em geral, é uma evolução do mundo. Não só no design. Acho que são mudanças que vieram para ficar mesmo.



Esther Schattan, sócia-diretora e fundadora da Ornare: "Esse luxo de que estamos não é um luxo aleatório. É um luxo depurado, estudado, que dá harmonia, conforto, que faz com que a pessoa se sinta encorajada a viver. Que dá uma luz diferente" Crédito foto: Divulgação



Showroom em Dubai, no icônico edifício The Opus by Omniyat, com projeto de Zaha Hadid: expansão internacional nos principais expoentes globais do consumo de luxo. Crédito foto: Laurian Ghinitoiu Lowres

E isso tanto no Brasil quanto no mundo, correto? Porque vocês têm uma atuação bem global, não é?

Também em Portugal, por exemplo, tem uma invasão de pessoas que estão procurando qualidade de vida. Portugal é um lugar da Europa bonito para se morar, chique. Dubai, que abrimos há um ano, já dobrou de tamanho, em termos de equipe, porque tem demanda. Porque as pessoas querem viver melhor. Então, o próprio tamanho do mercado de luxo de certa forma aumentou, porque pessoas que tinham um potencial de consumo, mas que às vezes por segurança ou por outras questões preferiam esperar, também passaram a consumir mais, ingressaram nesse consumo de forma mais frequente, certo? Aumentou essa população capaz de consumir luxo?

Por esse sonho e também por esse novo hábito de trabalhar em casa, de ficar mais tempo em casa. Para curtir ou trabalhar. Por todos estes motivos que comentei, se precisa mostrar a casa, ela tem que estar bonita. E, se você trabalha neste mercado, sabe reconhecer boas. Precisa ter ambientes adequados.

Isso influenciou as novas linhas que vocês vão trazer em 2023?

Lançamos continuamente. A cada feira, evoluimos o produto. O que está no showroom é um conceito, uma ideia do que a gente apresenta ao cliente, porque na casa dele envolve o design do arquiteto, a ideia do cliente. Então fica melhor porque tem evolução das matérias-primas o tempo inteiro, está sempre evoluindo. A feira acontece em um momento para fazer o registro daquela evolução, do design, das coisas novas que surgiram. Tudo que a gente teve sempre, a gente continua. A linha Lite, que a gente ganhou prêmio em 1997 com o Marcelo Rosenbaum, continua. De Miami a Dubai, tem. E tem a última linha Shaker, que a gente apresentou na feira de Milão 2022, e a Round, do Ricardo Bello Dias. A gente acabou de fazer um decorado da Construtora San Remo, em Curitiba, com projeto do arquiteto Jayme Bernardo, ficou lindo! O cliente que vai visitar o decorado, quer comprar o closet como está ali, para seu apartamento. E agora vêm outras ideias, até por conta da evolução do comportamento, de novos materiais, existe uma sinergia de tudo isto com o inconsciente coletivo. Dos



profissionais que estão envolvidos com a criação, do Estúdio Ornare, que é liderado pelo Murillo [Schattan]. Sempre surpreende.

Então, com tudo isso, vocês já estão trabalhando em novidades que trazem este espírito de época, certo?

E uma premissa que é superimportante, que você vê nas linhas da Ornare, que é o descanso para o olhar. Então vem esta linha nova, com certeza na Feira de Milão, em abril. Estaremos em um lugar muito bonito. Agora, esse luxo de que estamos não é um luxo aleatório. É um luxo depurado, estudado, que dá harmonia, conforto, que faz com que a pessoa se sinta encorajada a viver. Que dá uma luz diferente. Além disso tudo, existem estas novas palavras, que são o ESG [Environmental, Social and Governance]. Mas a gente há 36 anos mantém essa filosofia na empresa, não vem de agora. Vem como uma evolução de nomes e de comportamento. Porém sempre tivemos na Ornare, no DNA, várias ações que estão ligadas a tudo isso que está se falando hoje. O que é algo muito importante nesse novo luxo de que estão falando. Sempre fizemos isso, independentemente de a sociedade saber ou não. Sempre foi uma premissa da empresa. Nosso processo fabril, trabalhamos com madeira com selo FSC, temos selo Carbon Free, e ultimamente apoiamos o Instituto Terra, como empresa parceira, dando suporte ao plantio e preservação da mata atlântica. Além disso, temos cuidado com a fábrica, com os processos, com os EPIs, com o material, para reduzir ao máximo acidentes e o impacto ambiental. Com a mídia, a gente sempre dá retorno. Com todos os stakeholders que envolvem a empresa e o produto. No pós-venda, dando atenção, garantia. Tudo isso faz parte de uma empresa socialmente responsável. Além disso, doamos produtos, parte das vendas, também fazemos um trabalho com os retalhos. Hoje não temos retalhos, eles são reaproveitados em ONGs que os transformam em produtos. Que nós compramos para dar de presente para nossos clientes e amigos.



Expositora da sempre avant-garde Eurocucina no Salone del Mobile 2022, a Ornare prepara lançamentos para esta edição 2023 da feira que é a principal referência mundial em design e mobiliário, a ser realizada entre 18 e 23 de abril em Milão. Crédito: Divulgação

Hoje a Ornare está tem uma ampla distribuição no Brasil e também no exterior, certo?

Estamos em 15 cidades do Brasil. Nos Estados Unidos, são 08 showrooms. E com interesse em abrir em outros lugares também. Uma das razões por que a gente vai para Milão é abrir este mercado para outros lugares. A gente quer Canadá, México, Panamá, Caribe, América do Sul, em alguns lugares que são possíveis, porque tem um mercado aberto. E Europa. Em Dubai, estamos há um ano. E já com clientes de Riade. Então, não é mundial, mas vamos crescendo, devagar porque escolhemos muito bem quem serão nossos parceiros.

A Ornare é um grande expoente do design brasileiro de luxo no mundo, com uma linguagem e uma atuação que são universais e de um padrão que a coloca entre as melhores marcas mundiais. Certa vez, em uma entrevista há muitos anos com os Irmãos Campana durante o Salone del Mobile, no início dos anos 2000, lembro-me de que eles comentaram, em linhas gerais, algo como: trazemos o Brasil e a brasilidade porque são referências inerentes a nossa formação, de onde viemos, não como uma intenção de brasilidade, mas porque estão lá, assim como outras referências importantes em nossa vida. Como você vê esta questão, da colocação das marcas e do design brasileiro no cenário global? Ser percebido como brasileiro é importante na questão de competitividade global?

Quando fomos para Miami a primeira vez, que foi nossa primeira vez fora do Brasil, e começamos a trabalhar, ninguém queria saber se a gente era brasileiro, chileno, canadense ou até americano. Ninguém nem perguntava isso. Queriam saber se tinha qualidade, pontualidade, pós-venda. Estão muito mais preocupados com isso do que com outras coisas, porque tinha várias empresas estrangeiras que chegavam, abriam e depois de um ano iam embora. Isso acontece muito no mercado em geral. Então, é um trabalho de formiguinha, você tem que estar lá, mostrando o tempo inteiro que você não vai embora, que você está presente. Isso não adianta ser exatamente brasileiro, chileno, coreano, o que eles querem é esse trabalho. Com o tempo, na medida em que você se sedimenta, pode falar de brasilidade ou de marca, mas o que o que as pessoas buscam como clientes é segurança, conforto e um prazer naquela compra. E eu vou lhe falar aqui: as marcas de moda que você compra também não são pelo país que elas representam. É porque aquela marca fala com você de uma maneira emocional e segura. Por outro lado, é óbvio que, se a gente ressalta o nosso lado brasileiro, é muito importante para nós, brasileiros. E temos ajuda também do próprio governo para levar essa marca brasileira para alguns lugares onde não existe esse conhecimento, como o Salão de Milão, os Estados Unidos, a Abimóvel faz esse trabalho lindamente. Tem nacionalidades que se protegem, que se cuidam. Isso tem que ser criado aqui no Brasil. Cultivar uma união, de construção de uma marca. De uma entrada nacional forte.

Além da inspiração que você é para o setor, para o morar, para o design, para a arquitetura e o mercado de luxo, você tem um papel muito importante como mulher empreendedora, como mulher que abre caminhos e realiza muitas conquistas. E você tem uma participação ativa nas questões de empoderamento feminino. Por que, em meio a uma agenda tão movimentada como a sua, você considera importante se dedicar também à questão feminina?

Quando você fala isso, vem um filme da vida, não é? Porque você também já passou várias questões, sendo mulher, não é? Tem um perfil de carreira dos homens. Você viu isso quando teve filhos. Então é uma história a ser desenvolvida individualmente e em equipe. A gente precisa de apoio, e eu quero para as mulheres aquilo que eu fiz, mas talvez com mais apoio, mais ajuda e mais modernidade. Eu venho de uma geração que não tinha tantas mulheres ainda nessa busca de trabalho, de carreira. Fiz Engenharia Química, eu era a única da classe. Meus amigos eram os meninos da classe. E as poucas mulheres que eram minhas amigas, elas mesmas me viam às vezes um pouco diferente. Então, é importante conseguir conversar, trocar ideias, conselhos. E é uma coisa que tem acontecido. Você vê como esses grupos são fortes e que existe a possibilidade de a mulher se juntar, se apoiar, se cuidar. Porque ainda é necessário. É um contínuo, tanto da evolução do ser humano quanto das mulheres. A gente vai abrindo novas ideias, outras perspectivas, outras formas de trabalhar. Você vê que, com a pandemia, as mulheres conquistaram muito mais postos porque mostraram para o mundo corporativo que conseguem fazer tudo junto ao mesmo tempo. Esta versatilidade feminina. Houve muita visibilidade feminina na pandemia. Sempre busquei. E fico muito feliz, sou enxergada, sou vista sim. E posso fazer essa diferença, posso dar isso, que as pessoas possam perguntar para mim ideias. Então faço parte de movimentos, sim. O Mulheres do Brasil, quando elas começaram em Nova York, nos Estados Unidos, disponibilizamos nosso showroom em Nova York. Eu sou conselheira, junto com Luiza Trajano, Cris Tuna e várias mulheres que hoje têm esta visão pelas outras, do Programa Winning Women. Dou visibilidade a todos os grupos que me procuram. E na verdade há preconceito contra todos, por ser jovem, por ter determinada nacionalidade, etc. Na escola, me chamavam de "Olivia" porque eu era muito magra. Olha só. Hoje, diriam que era bullying, não é? Então, tudo o que você tem que fazer tem que ser independente do que podem julgar. E buscar ajuda, seja com amigas, nos livros, com a chefia, com os movimentos. Estou sempre disposta, as pessoas me procuram mesmo, a gente está aqui para fazer as pontes e ser parte da ajuda, não é só da mulher, mas de outros movimentos também.

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

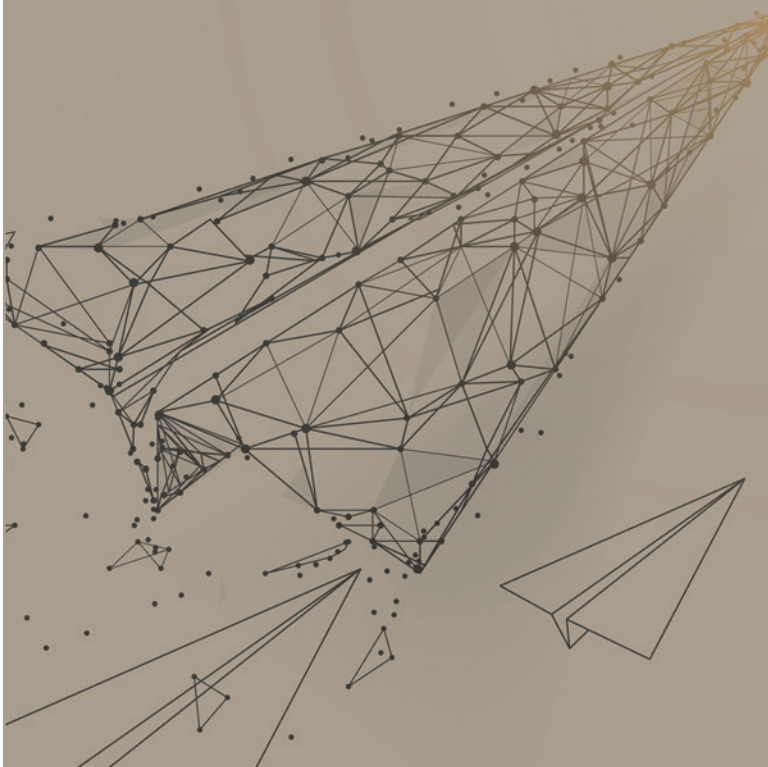
PLANO CORPORATIVO
10 ASSINATURAS
04 EDIÇÕES
R$ 1076,00


ENTREGA EM TODO TERRITÓRIO NACIONAL


VERSÃO DIGITAL DISPONÍVEL PARA LER QUANDO E COMO PREFERIR

+55 (11) 3675.4114

assinaturas@revistause.com.br



MÓVEL BRASIL ABRE CREDENCIAMENTO PARA FEIRA EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ

Está aberto o credenciamento de lojistas e profissionais do setor de móveis e decorações para visitar a Móvel Brasil 2023 em Balneário Camboriú. Os dados deverão ser preenchidos no link credenciamento do site www.movelbrasil.com.br. A feira acontecerá no Expocentro, de 23 a 26 de maio, na cidade catarinense que se tornou o mais celebrado litoral brasileiro.

A Móvel Brasil 2023 reunirá marcas de referência da média alta decoração, de diversos polos moveleiros do país. O evento terá um mix inteligente e completo de linhas de produtos, incluindo estar, jantar, cozinha, dormitório, lazer e planejados. Do clássico ao contemporâneo, haverá móveis voltados aos mais variados estilos e com alto padrão de qualidade, acabamentos sofisticados e design exclusivo.

A feira está sendo desenhada para se tornar o encontro dos negócios com a experiência turística. "Balneário Camboriú, com suas amplas atrações e um moderno centro de eventos, oferece um cenário inspirador para as melhores oportunidades comerciais", destaca Fernando Hilgenstieler, presidente da Móvel Brasil 2023.

O Expocentro, onde acontecerá o evento, está localizado às margens da BR 101 e é facilmente acessível por rodovias e aeroportos. A cidade de Balneário Camboriú, por sua vez, possui uma ampla e moderna estrutura turística. A Móvel Brasil, que chega este ano à sua 14ª edição, é promovida pelo Sindusmobil – Sindicato das Indústrias da Construção e do Mobiliário de São Bento do Sul.

CADASTRO DE LOJISTAS

Para lojistas que ainda não participaram de nenhuma edição da Móvel Brasil, promovidas em São Bento do Sul, a organização da feira está colocando à disposição um cadastro para poderem receber benefícios, como passagem aérea e hospedagem. Os dados devem ser preenchidos no site www.movelbrasil.com.br. Lojas com potencial, por ordem de manifestação e respeitando o limite de vagas, serão selecionadas pela comissão técnica. Lojistas que participaram de edições anteriores já possuem cadastro para análise da organização.

CREDENCIAMENTO DE HOTÉIS

Para facilitar a vinda de lojistas e profissionais do setor de móveis e decorações, a Móvel Brasil 2023 está credenciando redes hoteleiras de Balneário Camboriú. Já estão conveniados, oferecendo descontos exclusivos, os hotéis Atobá, Brasil Express, Ibis Budget, Ibis Styles, Marambaia, Plaza Camboriú, Sagres e Santa Inn. Os contatos podem ser vistos na área Visitantes do site oficial da feira.



Imagem divulgação

FATORES INDISPENSÁVEIS PARA O CRESCIMENTO

Com produtos que estão presentes em milhares de escritórios e casas brasileiras, a AJ Import compartilha fatores que considera indispensáveis para o crescimento do varejo, baseados no modelo de negócios, estudos de mercado e experiências de 12 anos de atuação

Desafiar limites, explorar novos mercados e regiões, apresentar novos modelos, materiais e inovações. Estas são algumas formas de bem atender e incrementar o setor. Mas é preciso ir além. A AJ Import traduz o respeito aos seus clientes entregando produtos com a máxima em qualidade, atendimento humanizado e ágil, e sem dúvida, excelente pós-venda para todos. Mas como compartilhar desta cultura e transferi-la aos lojistas e profissionais no dia a dia? Confira abaixo, estratégias e motivos para vender mais e melhor:

- Oferecer produtos de alta qualidade com garantia: a percepção dos consumidores mudou. Na maioria das vezes, a forma de pesquisar e comprar também. E quem diria, a forma de pagar também passou por mudanças ao longo dos últimos 10 anos. Logo, oferecer produtos com qualidade garantida nas mesas, cadeiras e banquetas é uma premissa da AJ Import. Revender ou aplicar em seus projetos, trará o melhor custo x benefício, sem retrabalhos ou problemas.

- Tornar-se referência em um mercado competitivo não é tarefa fácil: a qualidade garantida das cadeiras, banquetas e mesas sempre foi algo fundamental. Fornecer modelos com certificados do Inmetro foi um passo gigante para consolidar mais vendas, e essa segurança o lojista e profissionais podem e devem repassar aos consumidores. Produtos validados e seguros fazem parte dos critérios de compra do consumidor moderno.



- E se precisar de assistência? A assistência deve ser uma solução para os consumidores. Torná-la ágil e inteligente é uma missão para cativar o cliente a longo prazo. Este é um dos diferenciais da AJ import. Experiência e infraestrutura para resolver rapidamente.

- Parcerias. O ponto chave para o sucesso contínuo é entender o que cada cliente realmente deseja. Parcerias diferenciadas, com muitas particularidades são capazes de mudar o seu negócio. No caso da AJ Import, ao observar esse gap do mercado como um todo, realizamos um processo de aprendizado contínuo dentro da organização para ocupar esse espaço onde se faz necessário ouvir o cliente e apresentar soluções com comprometimento.

- Produtos inovadores com propriedades impactantes para o mercado: um super case de sucesso da AJ Import foi o implemento do sistema Back System em um dos modelos, criando maior variação de ajuste no encosto, facilitando seu conforto com retrocesso suave e sem impacto. Foi aprimorado o conforto no assento com uma espuma atendendo aos critérios e exigências atuais, braços reguláveis e maior suavidade no deslocamento dos rodízios para que se tenha uma experiencia superior ao esperado. A **cadeira Flex Mesh**, é uma das novidades para 2023, e já se tornou uma das mais desejadas para trabalhar em ambientes corporativos ou home office.

Informações: AJ Import | Imagem divulgação

2023

NACIONAIS

ABUP DECOR SHOW
Local: Pro Magno - São Paulo – SP
Data: 04 a 07 de fevereiro
www.abup.com.br

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

HOME & GIFT | TEXTIL & HOME
Local: São Paulo Expo - São Paulo – SP
Data: 12 a 15 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
Local: São Paulo Expo Imigrantes – São Paulo – SP
Data: 18 a 21 de julho
www.abimad.com.br

EQUIPOTEL
Local: Expo Center Norte – São Paulo – SP
Data: 19 a 22 de setembro
www.equipotel.com.br

INTERNACIONAIS

SALONE DEL MOBILE MILANO
Local: Milão – Itália
Data: 18 a 23 de abril
www.salonemilano.it

HIGH POINT MARKET
Local: High Point – EUA
Data: 22 a 26 de abril
www.highpointmarket.org

ICFF + WANTEDDESIGN MANHATTAN
Local: Nova York – EUA
Data: 21 a 23 de maio
icff.com

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

DESIGN MIAMI | BASILEIA
Local: Miami – EUA
Data: 13 a 18 de junho
www.designmiami.com

PARIS DESIGN WEEK
Local: Paris
Data: 07 a 16 setembro
www.maison-objet.com

LONDON DESIGN FESTIVAL
Local: Londres - Inglaterra
Data: 16 a 24 de setembro
www.londondesignfestival.com

DDW - DUTCH DESIGN WEEK
Local: Eindhoven - Holanda
Data: 21 a 29 outubro
ddw.nl



AB CASA .FAIR

7 A 11 FEV 2023

EXPO CENTER NORTE
SÃO PAULO - SP - BRASIL

A FEIRA DE NEGÓCIOS COM MAIS OPORTUNIDADES, MAIS FORNECEDORES E MAIS CONTEÚDO PRA QUEM É LOJISTA

As melhores condições em uma feira com estrutura completa para te receber.

Escaneie o QR CODE e credencie-se ou acesse abcasafair.com.br


LANGER
MÓVEIS
MÓVEIS CORPORATIVOS | CADEIRAS | MESAS | POLTRONAS | SOFÁS | ESTANTES
comercial@slanger.com.br | (47)99153.7101 | @s.langermoveis