

USE.

Desejos em design

VERTICALIDADE E IMPACTO: O DESIGN ESCULTURAL DE RONALD SASSON EM MILÃO

*VERTICALITY AND IMPACT:
RONALD SASSON'S SCULPTURAL
DESIGN IN MILAN*

BRASIL NO CENTRO DO DESIGN MUNDIAL: ABIMAD'39 ATRAI COMPRADORES DE 29 PAÍSES E AMPLIA MERCADOS

*BRAZIL AT THE HEART OF WORLD DESIGN:
ABIMAD'39 ATTRACTS BUYERS FROM
29 COUNTRIES AND EXPANDS MARKETS*





Infusing spaces with Brazilian spirit

Dando vida aos ambientes
com espírito brasileiro



From the design lines to the choice of materials, we blend tradition, comfort, and originality to turn furniture into experiences. We bring warmth, creativity, and elegance into homes — a true expression of the Brazilian soul.

Dos traços do design à escolha dos materiais, combinamos tradição, conforto e originalidade para transformar móveis em experiências. Levamos calor, criatividade e elegância aos lares — uma verdadeira expressão da alma brasileira.

weiku

EMPRESA ALEMÃ LÍDER EM ESQUADRIAS DE LUXO

German company, leader in luxury window and door systems in Brazil



PROJETTA
by weiku

**PORTAS PIVOTANTES EXCLUSIVAS
ATÉ 8,5M DE ALTURA**

Exclusive Pivot Doors, Elegance up to 8.5m (27.9ft) in Height



  
@weikudobrasil





BRASIL EM ALTA: A FORÇA DO DESIGN NACIONAL NO CENÁRIO GLOBAL

O design tem o poder de desafiar limites e provocar novas perspectivas. Nesta edição da USE DESIGN, exploramos a fusão entre a arte e a funcionalidade em criações que impactam e transcendem o tempo. Nossa capa traz o talento escultural de Ronald Sasson, que, em parceria com a Tecline, apresenta uma coleção exclusiva na Piloto Milano. Em meio ao efervescente cenário do Salone del Mobile e do Fuorisalone 2025, sua obra se impõe com formas verticais e marcantes, reafirmando o design como expressão artística e sensorial.

O Brasil segue conquistando seu espaço no centro do design mundial. A ABIMAD'39 reuniu compradores de 29 países e fortaleceu a presença do mobiliário brasileiro no mercado internacional. Já a Expo Revestir 2025 registrou sua melhor edição, com um público mais qualificado e um novo formato de visitação que impulsionou negócios e conexões. A Marmomac Brazil estreou no país para celebrar as pedras naturais brasileiras, revelando ao mundo sua riqueza em textura, desenho e história.

Além das formas e materiais, o design também se manifesta na experiência. O Varanda D.Inner traduz essa essência ao transformar a gastronomia em um espetáculo sensorial. O chef Fábio Lazzarini dá continuidade ao legado de sua família, proporcionando um menu degustação que eleva os ingredientes a outro patamar de excelência e refinamento.

Seja na escultura de móveis, na grandiosidade de feiras internacionais ou na sofisticação da alta gastronomia, o design segue seu caminho de reinvenção. E a USE DESIGN está aqui para contar essas histórias – aquelas que nos inspiram, nos conectam e nos fazem enxergar o mundo com novos olhos.

Conecte-se ao mundo e bons negócios!

Sol Andreassa

BRAZIL ON THE RISE: THE STRENGTH OF NATIONAL DESIGN ON THE GLOBAL STAGE

Design has the power to challenge boundaries and provoke new perspectives. And in this issue of USE DESIGN, we explore the fusion between art and functionality in creations that impact and transcend time. Our cover features the sculptural talent of Ronald Sasson, who, in partnership with Tecline, is presenting an exclusive collection at Piloto Milano. In the midst of the effervescent scenario of the Salone del Mobile and Fuorisalone 2025, his work imposes itself with vertical and striking forms, reaffirming design as an artistic and sensory expression.

Brazil continues to conquer its place at the center of world design. ABIMAD'39 brought together buyers from 29 countries and strengthened the presence of Brazilian furniture on the international market. As for Expo Revestir 2025, it recorded its best edition ever, hosting a more qualified audience and a new visitation format that boosted business and connections. Marmomac Brazil made its debut in the country to celebrate Brazilian natural stones, revealing to the world their richness in texture, design and history.

As well as shapes and materials, design also manifests itself in the experience. The Varanda D.Inner translates this essence by transforming gastronomy into a sensory spectacle. Chef Fábio Lazzarini follows on the legacy of his family, offering a tasting menu that takes ingredients to another level of excellence and refinement.

Whether in the sculpture of furniture, the grandeur of international fairs or the sophistication of haute cuisine, design continues on its path of reinvention. And USE DESIGN is here to tell those stories - the ones that inspire us, connect us and make us see the world with new eyes.

Connect to the world and good deals!

Sol Andreassa

USE.

PUBLISHER

Sol Andreassa
MTB 0011255/PR

DIRETORIA

Marcelo Colaço

JORNALISMO

Kristiane Rothstein
DRT 3378

jornalismo@
grupomultimidia.com.br

PROJETO GRÁFICO

Aldemir Batista

DIAGRAMAÇÃO

Guilherme Watanabe

TRADUÇÃO

Marcelo Ferrari

FOTO CAPA

Divulgação

TI

Adilson Alves da Cruz

COMERCIAL

comercial@
grupomultimidia.com.br

Gizeli Tlumaski

gizeli@
grupomultimidia.com.br

ASSINATURAS

assinaturas@
grupomultimidia.com.br

COLONISTA

Maria Jose Dantas

COLABORADORES

Alessandra Barbieri, Camila Gino, Glaucia Ferreira,
Kátia Blandino, Lisandra Coimbra, Luciana de Moraes

CONSELHO

Angelo Duvoisin, Aurélio Sant'Anna,
Eduardo Daher, Ivo Cansan

A revista USE DESIGN é uma publicação trimestral do Grupo Multimídia 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. Proibida a reprodução total ou parcial sem a autorização prévia.

Ano 10 - Nº 31 - 2025. ABR | MAI | JUN
revistause.com.br

USE DESIGN magazine is a quarterly publication of Grupo Multimídia Comunicação Corporativa LTD, Rua Raul Obladen, 939 - Jardim Itália - São José dos Pinhais, CEP: 83020-500. USE DESIGN magazine is not responsible for the concepts and opinions expressed in the signed articles. Total or partial reproduction prohibited without prior authorization.

Year 10 - Nº 31 - 2025. APR | MAY | JUN
revistause.com.br

GRUPO
MULTIMÍDIA

SÃO PAULO - SP

+55 (11) 4780.3458

CURITIBA

+55 (41) 3235.5015



SOB MEDIDA • MÓVEIS PRONTOS • CORPORATIVO • EXPORTAÇÃO
CUSTOM-MADE • READY-MADE FURNITURE • CORPORATE • EXPORT



www.rudnick.com.br

Rudnick

Somos a **Aurita**

Tradição em processos, design
consciente, sustentabilidade e
sofisticação em cada peça!

Transformamos acrílico em design! Inspirada na medusa-da-lua, a Aurita reflete transparência, fluidez e luz. Criada pela Acrilmarco, traz décadas de expertise para peças elegantes e funcionais.

Tradition in craftsmanship, conscious
design, sustainability, and
sophistication in every piece!

We turn acrylic into design! Inspired by the moon jellyfish, Aurita embodies transparency, fluidity, and light. Created by Acrilmarco, it brings decades of expertise to elegant and functional pieces.



Conecte-se
conosco //
Connect with us



Compromisso com a susten- tabilidade

Sustentabilidade é a essência da Aurita! Usamos acrílico reciclado e processos que reduzem desperdícios, unindo design sofisticado e responsabilidade ecológica.

Commitment to Sustainability
Sustainability is the essence of
Aurita! We use recycled acrylic and
waste-reducing processes,
combining sophisticated design
with environmental responsibility.

Nossas peças Our pieces



Mesa Sirena



Mesa Corallium



Aurita valoriza conexões e cocriação, colaborando com marcas, arquitetos e designers que compartilham sua visão.

Mancebo | parceria com o arquiteto Rafael Kroth e a influenciadora Vitória Portes.

Aurita values connections and co-creation, collaborating with brands, architects, and designers who share its vision.

Mancebo | a partnership with architect Rafael Kroth and influencer Vitória Portes.



Carrinho Bar Convés



Vaso Clenira



Cadeira Duna



ABIMAD 40

A ABIMAD é a principal feira de móveis e acessórios de alta decoração da América Latina.

ABIMAD is the leading trade show for High-EndDécor Furniture and accessories in Latin America.

SAVE THE DATE

05-08

AGO

AUG

2025

SÃO PAULO EXPO

RODOVIA DOS IMIGRANTES 1,5KM

VILA ÁGUA FUNDA - SÃO PAULO



ABIMAD.COM.BR



@ABIMADFEIRAS

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

*Exclusive event for industry professionals
Entry not permitted for individuals under 16 years old*



ABR | MAI | JUN 2025
APR | MAY | JUN 2025

USE.
Desejos em design

16 HOSPITALITY EXPERIENCE

A HOSPITALIDADE COMO PILAR DO DESIGN DE LUXO
HOSPITALITY AS A PILLAR OF LUXURY DESIGN

22 ACONTECE

EXPO REVESTIR 2025 COMEMORA MELHOR
EDIÇÃO DA SUA HISTÓRIA

HAPPENING EXPO REVESTIR 2025 CELEBRATES
BEST EDITION IN ITS HISTORY

34 BRAVO!

VARANDA DINNER: ONDE O CHEF FÁBIO LAZZARINI
TRANSFORMA A CARNE EM UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA
VARANDA DINNER: WHERE CHEF FÁBIO LAZZARINI
TRANSFORMS MEAT INTO A UNIQUE EXPERIENCE

40 NOSSA CAPA

VERTICALIDADE E IMPACTO: TECLINE E RONALD
SASSON APRESENTAM COLEÇÃO EXCLUSIVA, COM
EDIÇÃO LIMITADA, NA PILOTO MILANO

OUR COVER VERTICALITY AND IMPACT: RONALD
SASSON'S SCULPTURAL DESIGN IN MILAN TECLINE
AND RONALD SASSON PRESENT AN EXCLUSIVE,
LIMITED EDITION COLLECTION AT PILOTO MILANO



Imagem: Henrique Peron



Imagens: divulgação

48 **ECONOMIA E DESIGN**

PEDRAS NATURAIS GANHAM PALCO

GLOBAL NA MARMOMAC BRAZIL

ECONOMY AND DESIGN NATURAL

STONES TAKE GLOBAL STAGE

AT MARMOMAC BRAZIL

54 **BUSINESS**

BRASIL NO CENTRO DO DESIGN MUNDIAL:

ABIMAD'39 ATRAI COMPRADORES

DE 29 PAÍSES E AMPLIA MERCADOS

BRAZIL AT THE CENTER OF WORLD DESIGN:

ABIMAD'39 ATTRACTS BUYERS FROM 29

COUNTRIES AND EXPANDS MARKETS

58 **DESIGN HEART I**

ENTREVISTA EXCLUSIVA: IVY ROSS,

DO GOOGLE, EM MILÃO: A POTÊNCIA

DO DESIGN SENSORIAL

EXCLUSIVE INTERVIEW: IVY ROSS

GOOGLE IN MILAN: THE POWER

OF SENSORY DESIGN

62 **DESIGN HEART II**

ENTREVISTA EXCLUSIVA: TOM DIXON

E AS MÚLTIPLAS POSSIBILIDADES DA

MATÉRIA E DA PRODUÇÃO

EXCLUSIVE INTERVIEW: TOM DIXON

AND THE MULTIPLE POSSIBILITIES OF

MATERIAL AND PRODUCTION

66 **EXPRESSO**

GRAFISMO DE POVOS ORIGINÁRIOS

É RECONHECIDO PELO IPHAN

EXPRESS INDIGENOUS PEOPLE'S

GRAPHISM IS RECOGNIZED BY IPHAN

68 **AGENDE-SE**

O DESIGN QUE CONECTA MEMÓRIAS,

NEGÓCIOS E TENDÊNCIAS

CALENDAR DESIGN THAT CONNECTS

MEMORIES, BUSINESS AND TRENDS



A HOSPITALIDADE COMO PILAR DO DESIGN DE LUXO

O verdadeiro luxo na hospitalidade transcende a estética sofisticada; ele reside na experiência sensorial completa, onde design, conforto e excelência no atendimento convergem para criar memórias inesquecíveis. O setor hoteleiro global de alto padrão está em plena transformação, impulsionado por novas demandas de personalização, bem-estar e sustentabilidade. O Brasil, com sua diversidade cultural e riqueza de materiais, desponta como um dos protagonistas desse cenário mundial, redefinindo o conceito de hospitalidade de luxo.

De acordo com dados da Lodging Econometrics, o Brasil fechou 2024 com 106 projetos de hotéis e 14,8 mil quartos, um crescimento de 23% e 9% em relação ao ano anterior. Esse avanço posiciona o país como um dos mercados mais promissores da América Latina, ficando atrás apenas do Méxi-

HOSPITALITY AS A PILLAR OF LUXURY DESIGN

True luxury in hospitality transcends sophisticated aesthetics; it lies in the complete sensory experience, where design, comfort and service excellence converge to create unforgettable memories. The global high-end hotel sector is in full transformation, driven by new demands for personalization, well-being and sustainability. Brazil, with its cultural diversity and wealth of materials, is emerging as one of the protagonists of this global scenario, redefining the concept of luxury hospitality.

According to data from Lodging Econometrics, Brazil closed 2024 with 106 hotel projects and 14,800 rooms, a

co, que registrou 248 projetos e 38 mil quartos. Além disso, estima-se que os investimentos no setor hoteleiro brasileiro atinjam R\$ 84 bilhões até 2028.

O design de interiores e a arquitetura são elementos que impactam diretamente o comportamento dos hóspedes, criando atmosferas de relaxamento e exclusividade. Novos paradigmas de luxo focam na integração com a natureza, na valorização de materiais nobres e no equilíbrio entre tecnologia e artesanato. Ambientes projetados para o bem-estar, com iluminação natural estratégica, paletas cromáticas que evocam serenidade e texturas que estimulam o toque, elevam a experiência para além da funcionalidade.

EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO: O VERDADEIRO DIFERENCIAL

Por mais impecável que seja o design de um hotel, é o atendimento que define a experiência do hóspede. Treinamento especializado, hospitalidade genuína e serviços personalizados criam um impacto duradouro. Profissionais capacitados para interpretar desejos não verbalizados e antecipar necessidades elevam a estadia a outro nível, garantindo que cada detalhe seja uma expressão de cuidado e sofisticação.

O luxo contemporâneo se sustenta em uma cadeia de valores que prioriza a autenticidade e a responsabilidade social. A valorização da produção local e do design sustentável fortalece a identidade de cada empreendimento. Desde a escolha de mobiliário e acabamentos que respeitam o meio ambiente até a parceria com comunidades artesanais, o luxo atual carrega consigo histórias e significados, tornando-se uma experiência mais enriquecedora e exclusiva.

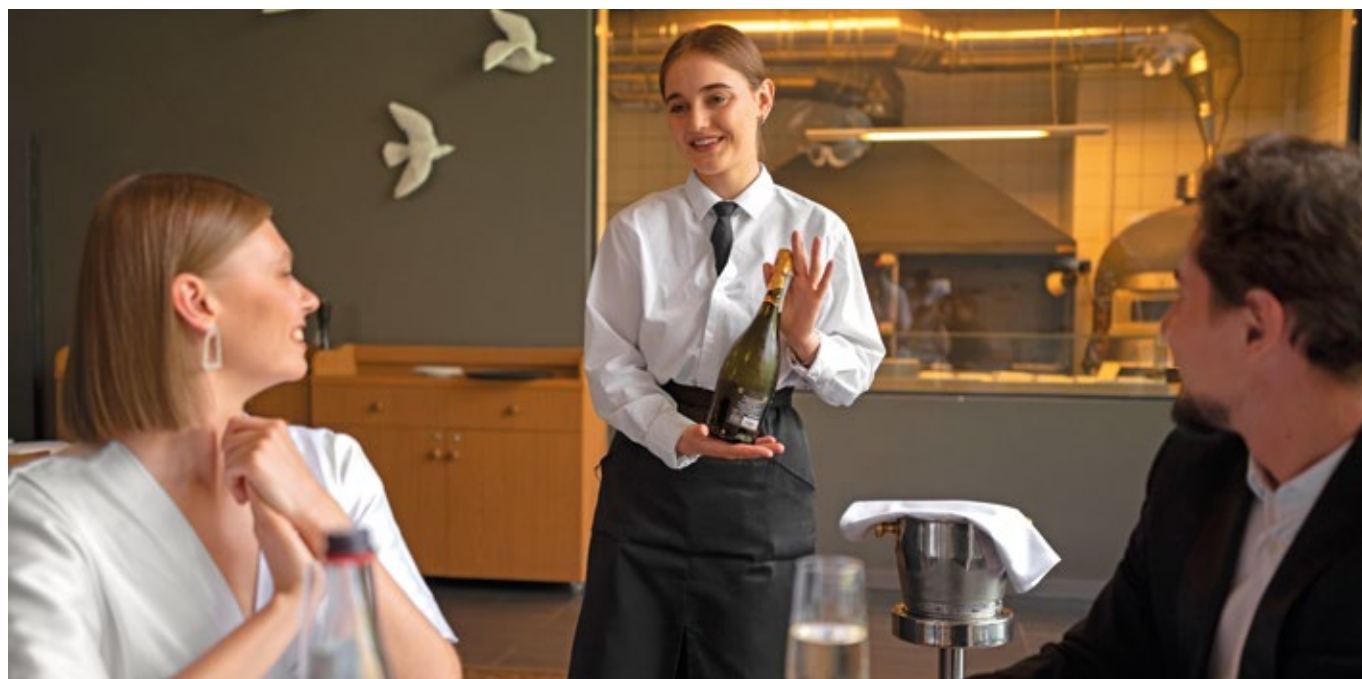
growth of 23% and 9% over the previous year. This advance positions the country as one of the most promising markets in Latin America, second only to Mexico, which registered 248 projects and 38,000 rooms. In addition, it is estimated that investments in the Brazilian hotel sector will reach R\$ 84 billion by 2028.

Interior design and architecture are elements that have a direct impact on guest behavior, creating atmospheres of relaxation and exclusivity. New luxury paradigms focus on integration with nature, the valorization of noble materials and the balance between technology and craftsmanship. Environments designed for well-being, with strategic natural lighting, color palettes that evoke serenity and textures that stimulate touch elevate the experience beyond functionality.

EXCELLENCE IN SERVICE: THE REAL DIFFERENCE

However impeccable the design of a hotel, it is the service that defines the guest experience. Specialized training, genuine hospitality and personalized service create a lasting impact. Professionals trained to interpret unvoiced desires and anticipate needs elevate the visit to another level, ensuring that every detail is an expression of care and sophistication.

Contemporary luxury is based on a chain of values that prioritizes authenticity and social responsibility; valuing local production and sustainable design strengthens the identity of each resort. From choosing furniture and finishes that respect the environment to partnering with artisan communities, today's luxury carries within itself stories and meanings, making it a more enriching and exclusive experience.



Imagens: ilustrativa, Freepik

HOSPITALITY EXPERIENCE

DIFERENCIAL GLOBAL DO DESIGN BRASILEIRO E A EXPERIÊNCIA SENSORIAL NO FUTURO DA HOTELARIA

O Brasil tem mostrado ao mundo a força de seu design na hospitalidade. O uso de madeiras certificadas, fibras naturais, pedras brutas e tecidos artesanais confere personalidade única aos espaços. A fusão entre inovação e tradição resulta em ambientes sofisticados, mas com um toque de acolhimento tropical, criando uma conexão emocional profunda entre os hóspedes e o local.

A neuroarquitetura e o design biofílico se consolidam como tendências essenciais para a criação de ambientes que promovem o bem-estar. Sons sutis da natureza, fragrâncias exclusivas e um layout fluido, que respeita os movimentos naturais do corpo, fazem parte desse novo conceito de hospitalidade. A tecnologia, quando integrada de forma invisível e intuitiva, amplia o conforto sem interferir na atmosfera do espaço, permitindo uma estadia ainda mais personalizada e imersiva.

O LUXO DA PERSONALIZAÇÃO: TECNOLOGIA E ARTESANATO EM SINTONIA

A hotelaria de alto padrão está cada vez mais focada na exclusividade da experiência. Sistemas de automação que ajustam iluminação e temperatura conforme as preferências do hóspede, menus de aromas para os quartos e peças de arte locais que contam histórias fazem parte desse novo conceito de personalização. A tecnologia não substitui a essência do luxo, mas atua como facilitadora, garantindo que cada detalhe reflita a identidade e as expectativas individuais dos visitantes.

O design e a arquitetura moldam o ambiente, mas é a hospitalidade – a soma de atendimento excepcional, personalização e conforto sensorial – que realmente define o luxo na hotelaria. O Brasil, com sua diversidade cultural e riqueza de materiais, está na vanguarda dessa revolução, oferecendo ao mundo uma nova visão de sofisticação. O futuro da hospitalidade está na fusão entre tradição e inovação, criando experiências que vão além da estadia e se tornam inesquecíveis.

THE GLOBAL DIFFERENTIAL OF BRAZILIAN DESIGN AND THE SENSORY EXPERIENCE IN THE FUTURE OF HOSPITALITY

Brazil has shown the world the strength of its design in hospitality. The use of certified wood, natural fibers, raw stones and handmade fabrics provides a unique personality to the spaces. The fusion of innovation and tradition results in sophisticated environments, but with a touch of tropical warmth, creating a deep emotional connection between guests and the place.

Neuro-architecture and biophilic design are being consolidated as essential trends for creating environments that promote well-being. Subtle sounds of nature, exclusive fragrances and a fluid layout that respects the body's natural movements are all part of this new concept of hospitality. Technology, when integrated invisibly and intuitively, enhances comfort without interfering with the atmosphere of the space, allowing for an even more personalized and immersive stay.

THE LUXURY OF PERSONALIZATION: TECHNOLOGY AND CRAFTSMANSHIP IN HARMONY

High-end hotels are increasingly focused on the exclusivity of the experience. Automation systems that adjust lighting and temperature according to the guest's preferences, aroma menus for the rooms and local art pieces that tell stories are all part of this new concept of personalization. Rather than replacing the essence of luxury, technology acts as a facilitator, ensuring that every detail reflects the individual identity and expectations of visitors.

Design and architecture shape the environment, but it is hospitality – the sum of exceptional service, personalization and sensory comfort – that really defines luxury in hospitality. Brazil, with its rich materials and cultural diversity, is at the forefront of this revolution, offering the world a new vision of sophistication. The future of hospitality lies in the fusion of tradition and innovation, creating experiences that go beyond the stay and become unforgettable.

Imagem: Lucas Marques Rocha | @lume.produto



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

Consultant specialized in Hospitality, director of Governança Consultoria and national president of ABG - Brazilian Association of Housekeepers and Hospitality Professionals.

Let's talk: @mariajosedantasoficial
contato@mariajosedantas.com
WhatsApp: +55 (21) 99500.9726

SALÃO DE GRAMADO

EDIÇÃO 10 | 2025

10 anos do Salão de Gramado

Há 10 anos, o design encontra seu lugar entre montanhas, charme e inovação. Em Gramado, marcas e talentos se encontram para transformar ideias em experiências.

**E nesta edição especial, celebramos você
– que faz parte dessa história.**

Viva o design. Viva o Salão.

10 Years of Salão de Gramado

For 10 years, design has found its place among mountains, charm, and innovation. **In Gramado, brands and talents come together to turn ideas into experiences.**

**And in this special edition, we celebrate you
– part of this journey.**

Celebrate design. Celebrate Salão.

Join us:

📅 June 16 to 19, 2025

📍 Gramado – RS

Location: Centro de Eventos Serra Park Gramado - RS

📸 **f in** [salaodegramado](#)

More information: www.salaodegramado.com.br

Onde
o **design**
encontra
o **negócio**



**Salão de
Gramado**
MÓVEIS • DESIGN • DECORAÇÃO

**20
25**



Acesse nosso catálogo

Acess our catalog

TAPETES QUE TRANSFORMAM AMBIENTES,
EM VERDADEIRAS OBRAS DE ARTE



TAPECOURO

TAPETES PLANEJADOS

RUGS THAT TRANSFORM ROOMS
IN TO TRUE PIECES OF ART



Feira recebeu 82 mil
visitações em cinco dias.

The fair received 82,000
visitors over five days



EXPO REVESTIR 2025 COMEMORA MELHOR EDIÇÃO DA SUA HISTÓRIA

*A tradicional feira brasileira investe em
mudanças e comemora resultados*

Imagem: Divulgação

ACONTECE HAPPENING

A 23ª edição Expo Revestir inovou ao adotar um novo formato de visitação e ampliar o evento para cinco dias, realizado de 10 a 14 de março, no São Paulo Expo. Com o objetivo de gerar mais negócios e proporcionar maior conexão, as visitas foram escalonadas: os dois primeiros dias foram destinados ao público de negócios, enquanto os três seguintes atenderam os profissionais do setor. O resultado foi comemorado pelos organizadores, que constataram maior qualificação de público e registraram 82 mil visitas.

"A Expo Revestir tem uma trajetória consolidada e o compromisso constante de evoluir. Estabelecemos novos padrões para a indústria, trazendo conceitos inovadores para impulsionar negócios e criar um legado duradouro para a construção civil. Inovar faz parte da história. Em 2026, continuaremos a surpreender e inspirar a todos", disse Maurício Borges, presidente executivo da Expo Revestir e Anfacer (Associação Nacional de Fabricantes de Cerâmicas para Revestimento). A próxima edição da feira ocorrerá entre 9 e 13 de março do ano que vem.

Consolidada como a maior feira de revestimento e acabamento da América Latina, a Expo Revestir 2025 reuniu mais de 300 marcas expositoras, entre os maiores players nacionais e internacionais dos segmentos de cerâmicas, louças sanitárias, metais, rochas ornamentais, mosaicos, madeiras, laminados,

EXPO REVESTIR 2025 CELEBRATES BEST EDITION IN ITS HISTORY

The traditional Brazilian trade fair invests in changes and celebrates the results

The 23rd edition of Expo Revestir innovated by adopting a new format for visitors and extending the event to five days, held from March 10th to 14th at the São Paulo Expo. Aiming to generate more business and provide a greater connection, the visits were staggered: the first two days were aimed at the business public, while the following three catered for professionals in the sector. The result was celebrated by the organizers, who noted that the public was more qualified and recorded 82,000 visits.

"Expo Revestir has an established trajectory and a constant commitment to evolution. We set new standards for the industry, bringing innovative concepts to boost business and create a lasting legacy for the construction industry. Innovation is part of our history. In 2026, we will continue to surprise and inspire everyone," said Maurício Borges, CEO of Expo Revestir and Anfacer (National Association of Ceramic Tile Manufacturers). The next edition of the fair will take place between March 9th and 13th next year.



Imagem: Divulgação



cimentícios, vítreos, maquinário, acessórios e outros revestimentos. O evento ocupou seis pavilhões do São Paulo Expo, totalizando uma área de 65.000 metros quadrados. *“A feira é uma plataforma reconhecida no fomento de negócios. O evento cresceu com o setor e, a cada nova edição, propõe iniciativas que estimulam e criam conexões valiosas para toda a cadeia”*, destacou André Soares, CFO da Expo Revestir e Anfacer.

A feira contou com uma programação dinâmica de talks, debates conduzidos por parceiros e curadores, promovendo discussões relevantes para o setor. Além de impulsionar o mercado nacional, a Expo Revestir, que é a terceira maior feira do segmento no mundo, também atraiu visitantes do exterior: foram 1.248 estrangeiros de 68 países.

Um dos destaques da feira foram os lançamentos 2025 de grandes marcas, que aguardam a Expo Revestir para apresentar as novidades para o mercado. Confira:

Maior feira de revestimentos e acabamentos da América Latina, a Expo Revestir reuniu mais de 300 marcas consolidadas, e também contou com uma programação de debates sobre temas importantes para o setor.

Expo Revestir is Latin America's largest trade fair for wall and floor coverings and finishes, gathering more than 300 established brands, and also featured a program of debates on important topics for the sector.

Consolidated as the largest tiling and finishing trade fair in Latin America, Expo Revestir 2025 brought together more than 300 exhibiting brands, including the biggest national and international players in the ceramics, sanitary ware, metals, ornamental stones, mosaics, wood, laminates, cement, vitreous tiles, machinery, accessories and other coverings segments. The event took place in six pavilions at the São Paulo Expo, totaling 65,000 square meters. *“The fair is a recognized platform for promoting business. The event has grown with the sector and, with each new edition, proposes initiatives that stimulate and create valuable connections for the entire chain,”* said André Soares, CFO of Expo Revestir and Anfacer.

The fair featured a dynamic program of talks, debates led by partners and curators, promoting relevant discussions for the sector. As well as boosting the domestic market, Expo Revestir, which is the third largest trade fair for the segment in the world, also attracted visitors from abroad: there were 1,248 foreigners from 68 countries.

One of the highlights of the fair were the 2025 launches by major brands, which have been waiting for Expo Revestir to present their new products to the market. Check them out:





PALAZZO REVESTIMENTO INOVA COM UHPC

A Palazzo Revestimento traz uma tecnologia inovadora que promete revolucionar os acabamentos para a construção civil: o UHPC (Ultra-High Performance) ou CUAD (Concreto de Ultra-Alto Desempenho).

Com propriedades superiores de resistência, durabilidade e estética, o UHPC destaca-se por sua altíssima resistência à compressão, tração e flexão. Além disso, contribui, para práticas sustentáveis, pois permite uma redução na espessura dos revestimentos, otimizando a logística e minimizando o desperdício de material.

Entre os lançamentos da Palazzo em concreto UHPC, estão as séries Folha e Loop.

A série Folha, assinada pelo escritório Metroquadrado Arquitetura + Design, é inspirada nas bananeiras mais doces do país, localizadas em Corupá (SC). As peças, no formato 220 x 20 cm, funcionam como divisórias e estão disponíveis em seis opções de cores: bananeira, casca, palha, rocha, seiva, seixo.

A série Loop, composta por revestimento em ladrilho, atende a demanda por materiais mais sustentáveis. Sua fabricação utiliza como matéria-prima resíduos de botões que seriam descartados pela indústria têxtil. A peça na cor cinza tem 20 x 20 cm.

PALAZZO REVESTIMENTO INNOVATES WITH UHPC

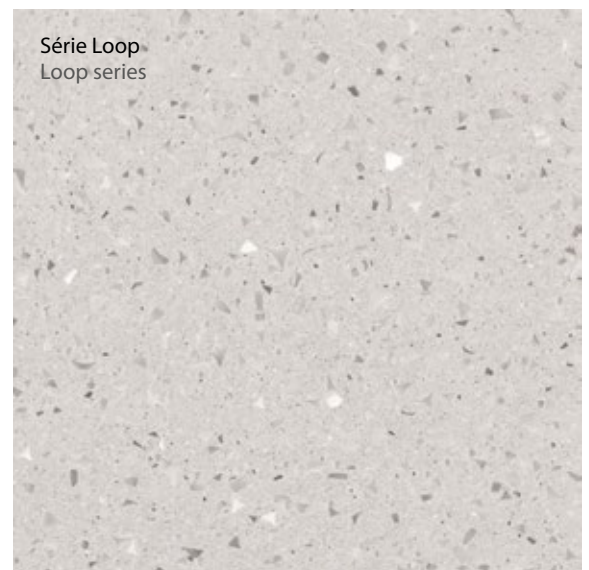
Palazzo Revestimento is bringing innovative technology that promises to revolutionize construction finishes: UHPC (Ultra-High Performance Concrete).

With superior resistance, durability and aesthetic properties, UHPC stands out for its extremely high resistance to compression, traction and bending. It also contributes to sustainable practices, as it allows for a reduction in the thickness of coatings, optimizing logistics and minimizing material waste.

Among Palazzo's launches in UHPC concrete are the Folha and Loop series.

The Folha series, designed by Metroquadrado Arquitetura + Design, is inspired by the sweetest banana trees in the country, located in Corupá (SC). The pieces, measuring 220 x 20 cm, act as dividers and are available in six color options: banana tree, peel, straw, rock, sap and pebble.

The Loop series of tiles meets the demand for more sustainable materials. It is made from button waste that would otherwise be discarded by the textile industry. The gray tile is 20 x 20 cm.





ROCA CERÁMICA PRESENTS THE TAJ MAHAL AND QUADRA SERIES

Roca Cerámica is launching the Taj Mahal and Quadra collections, which combine plurality and robustness. Inspired by the grandeur of natural stones such as marble, the new series emphasize sophistication and timelessness. The brand also invests in the strength of the off-white palette and natural tones, reinforcing an elegant and versatile design for use in both residential and commercial spaces.

In the 120 x 120 cm and 120 x 250 cm super-format versions, the Taj Mahal series features Micro Crystal technology. Featuring a surface marked by warm gradients and organic veins, the pieces bring the beauty and sophistication of the quartzite of the same name. Translating the timeless elegance of marble into a high-performance porcelain tile, this series is inspired by the nobility of Taj Mahal quartzite. With a soft-touch finish, this collection guarantees a pleasant touch, a luxurious look and resistance that can be applied to different architectural projects.

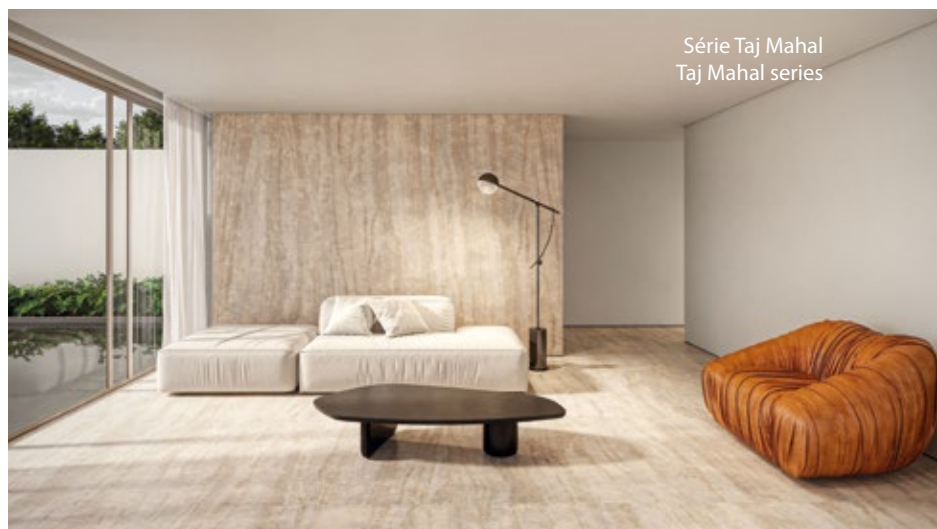
Marked by minimalism and high functionality, the Quadra series has a light texture that is reminiscent of the natural look of cement. Its neutral tones blend in with different styles, from classic to industrial. Durable and easy to maintain, they are available in matt and ABS finishes, in sizes of 90 x 90 cm and the super formats 120 x 120 cm and 160 x 160 cm, and can be used both indoors and outdoors.

ROCA CERÁMICA APRESENTA AS SÉRIES TAJ MAHAL E QUADRA

A aposta de lançamento da Roca Cerámica são as coleções Taj Mahal e Quadra, que combinam pluralidade e robustez. Inspiradas na imponência das pedras naturais, como os mármore, as novas séries valorizam a sofisticação e a atemporalidade. A marca também investe na força da paleta off white e de tons naturais, reforçando um design elegante e versátil para uso tanto em espaços residenciais quanto comerciais.

Nas versões de superformatos de 120 x 120 cm e 120 x 250 cm, a série Taj Mahal conta com a tecnologia Micro Crystal. Com uma superfície assinalada por gradientes quentes e veios orgânicos, as peças trazem a beleza e a sofisticação do quartzito homônimo. Traduzindo a elegância atemporal do mármore em um porcelanato de alta performance, esta série é inspirada na nobreza do quartzito Taj Mahal. Em acabamento soft-touch, essa coleção garante um toque agradável, visual luxuoso e resistência que pode ser aplicada a diferentes projetos arquitetônicos.

Marcada pelo minimalismo e alta funcionalidade, a série Quadra possui leve textura que remete ao aspecto natural do cimento. Suas tonalidades neutras, dialogam com diversos estilos, do clássico ao industrial. Duráveis e de fácil manutenção, estão disponíveis nos acabamentos Mate e ABS, nas dimensões de 90 x 90 cm e nos superformatos 120 x 120 cm e 160 x 160 cm e podem ser aplicados nos espaços internos e externos.



ACONTECE HAPPENING

INCEPA INVESTE EM GRANDES FORMATOS

A Incepa, em seus lançamentos, explora os superformatos de 120 x 120 cm, 100 x 120 cm e 120 x 250 cm, possibilitando revestir uma parede inteira com uma única peça. Com espessura de apenas 7 mm e juntas reduzidas a 1 ou 2 mm, proporciona ambientes integrados com um visual mais uniforme em pisos e paredes, além de viabilizar a execução de mobiliário.

Um dos lançamentos da Incepa é a série Calacatta Oro, um porcelanato inspirado no mármore extraído das pedreiras da região de Carrara, na Itália. A série combina a sofisticação de uma das pedras naturais mais nobres do mundo com a alta resistência e praticidade do porcelanato, permitindo sua aplicação em diversos ambientes. Indicadas para espaços residenciais e comerciais, as peças estão disponíveis nos superformatos 120x150 cm e 120x120 cm, além das medidas 60 x 120 cm e 90 x 90 cm, com acabamentos polido, acetinado e Micro Crystal.

Aconchego e bem-estar são características marcantes da série Carvalho, que integra o catálogo de amadeirados da Incepa na medida 20 x 120 cm. Inspirada nas diversas tonalidades da madeira, a série reproduz a aparência natural do carvalho e está disponível nas cores fendi, amêndoa, marrom e natural.

Com porcelanatos indicados para áreas internas, secas ou molhadas e externas de tráfego intenso, a série é adequada tanto para ambientes residenciais quanto comerciais. Além disso, a versão ABS oferece maior resistência ao escorregamento, garantindo maior segurança.



Série Calacatta Oro
Calacatta Oro series

INCEPA INVESTS IN LARGE FORMATS

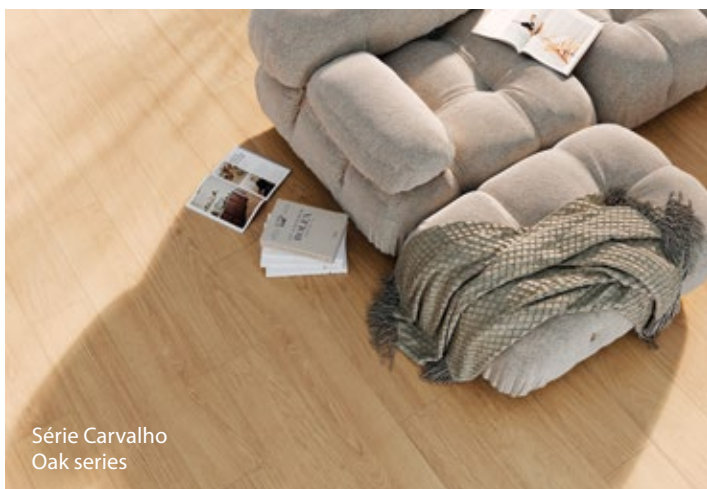
In its launches, Incepa explores the super formats of 120 x 120 cm, 100 x 120 cm and 120 x 250 cm, making it possible to clad an entire wall with a single piece. With a thickness of just 7 mm and joints reduced to 1 or 2 mm, it provides integrated environments with a more uniform look on floors and walls, as well as making it possible to make furniture.

One of Incepa's launches is the Calacatta Oro series, a porcelain tile inspired by marble extracted from quarries in the Carrara region of Italy. The series combines the sophistication of one of the noblest natural stones in the world with the high resistance and practicality of porcelain tiles, allowing it to be used in a variety of environments. Suitable for residential and commercial spaces, the tiles are available in the super formats 120x150 cm and 120x120 cm, as well as 60 x 120 cm and 90 x 90 cm, with polished, satin and Micro Crystal finishes.

Warmth and well-being are the hallmarks of the Oak series, which is part of Incepa's wood finishes catalog in the 20 x 120 cm size. Inspired by the various shades of wood, the series reproduces the natural appearance of oak and is available in fendi, almond, brown and natural colors.

Offering porcelain tiles suitable for indoor, dry or wet areas and high-traffic exteriors, the series is suitable for both residential and commercial environments. In addition, the ABS version offers greater slip resistance, ensuring greater safety.

Imagens: Divulgação



Série Carvalho
Oak series

PLACAS DO BRASIL: INOVAÇÃO COM TEXTURAS REVELADAS PELA NATUREZA

A Placas do Brasil apresentou a Coleção Vozes, composta por 11 padrões, que destacam painéis com revestimentos inspirados na natureza. Um exemplo é a criação da poltrona Maraã – feita com o padrão de MDF Rio Negro, cuja textura remete às escamas do pirarucu, o maior peixe amazônico.

A poltrona, criada pelo designer mato-grossense Sérgio Matos, foi indicada ao Prêmio Salão Design, um dos mais importantes da América Latina. *“A poltrona é uma homenagem a uma comunidade do Amazonas que faz todo o manejo sustentável da pesca do pirarucu”,* afirma o artista, parceiro da Placas do Brasil.

Para reproduzir a textura das escamas no painel de MDF, a Placas do Brasil utilizou alta tecnologia na impressão do desenho aplicado ao produto. A empresa destaca que o escaneamento feito para essa aplicação é uma inovação inédita no mercado de painéis de MDF, e traz uma nova forma de pensar e revestir projetos.

PLACAS DO BRASIL: INNOVATION WITH TEXTURES REVEALED BY NATURE

Placas do Brasil presented the Coleção Vozes (Voices Collection), made up of 11 patterns, which highlight panels with coverings inspired by nature. One example is the creation of the Maraã armchair - made with the Rio Negro MDF pattern, whose texture is akin to the scales of the pirarucu, the largest Amazonian fish.

The armchair, created by Mato Grosso designer Sérgio Matos, was nominated for the Salão Design Award, one of the most important in Latin America. *“The armchair is a tribute to a community in Amazonas that manages pirarucu fishing sustainably,”* says the artist, a partner of Placas do Brasil.

To reproduce the texture of the scales on the MDF panel, Placas do Brasil used high technology to print the design applied to the product. The company points out that the scanning done for this application is an unprecedented innovation in the MDF panel market, and brings a new way of thinking about and covering projects.



Poltrona Maraã,
criada pelo
designer Sérgio
Matos para a Placas
do Brasil, feita com
o padrão de MDF

Rio Negro Maraã
armchair, created
by designer Sérgio
Matos for Placas do
Brasil, made with
the Rio MDF pattern



GRUPO WEIKU: DIÁLOGOS COM O CONFORTO E A INOVAÇÃO

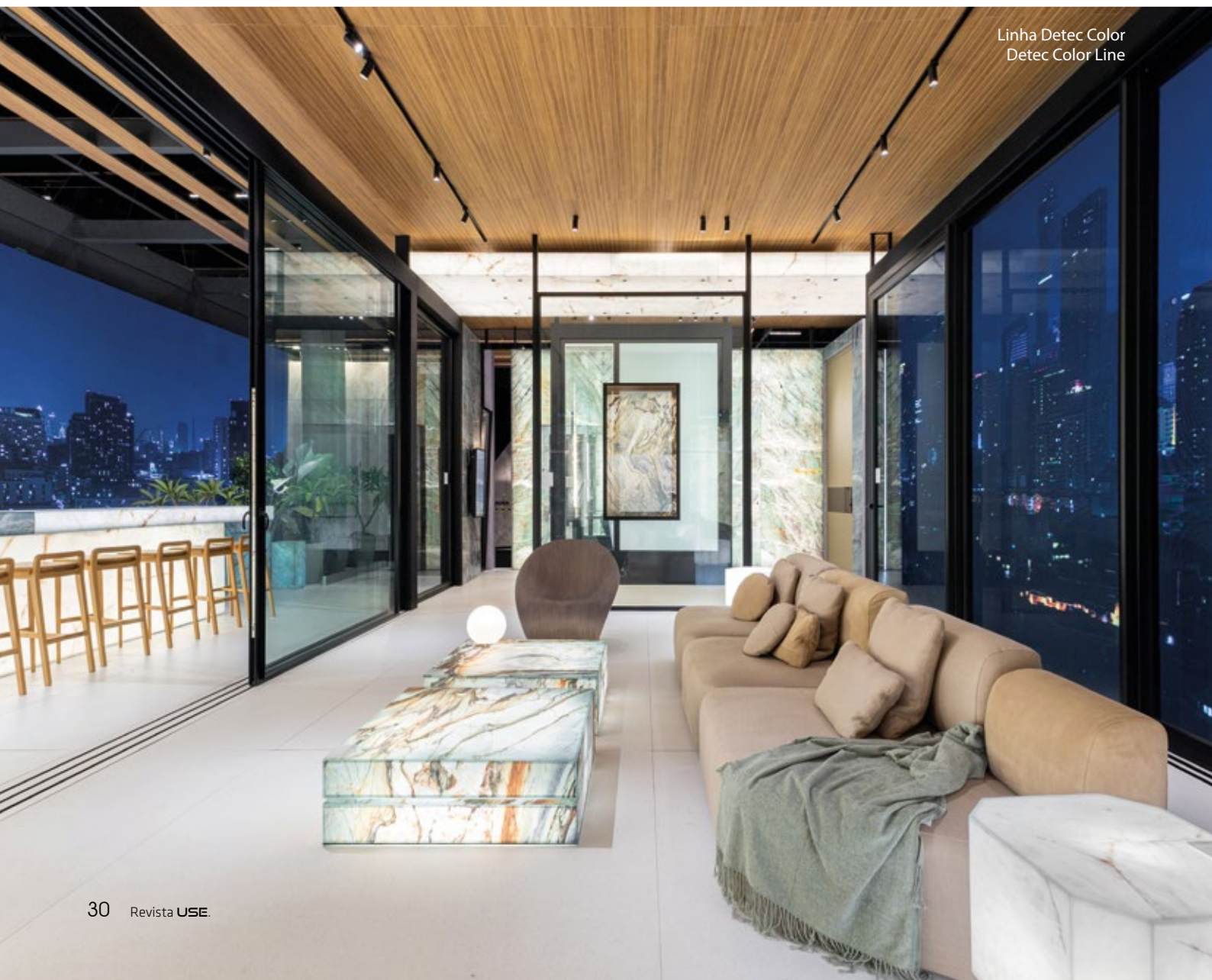
Com o tema Diálogos, Vivências de Conforto, a Weiku do Brasil recriou uma casa de 200 metros quadrados, integrando elegância e sofisticação para apresentar diferentes experiências de conforto, ao mesmo tempo em que expõe seus produtos. Empresa de origem alemã e líder na produção de esquadrias de PVC, a Weiku foi fundada em 1998 e, na última década, agregou mais duas marcas ao grupo: Corstone by Weiku e Proietta by Weiku.

Entre as soluções apresentadas na Expo Revestir 2025, destaca-se a tradicional linha de esquadrias Detec Color, desenvolvida com tecnologia europeia. Agora, a linha ganha novas tonalidades exclusivas, ampliando as possibilidades de personalização dos ambientes. Verde savana, cinza espacial e grafite chumbo — tendências do design — juntam-se à cartela de cores, atendendo a um público exigente e ávido por novidades.

WEIKU GROUP: DIALOGUES WITH COMFORT AND INNOVATION

Under the theme Dialogues, Experiences of Comfort, Weiku do Brasil recreated a 200 square meter house, integrating elegance and sophistication to present different experiences of comfort, while at the same time exhibiting its products. A company of German origin and a leader in the production of PVC frames, Weiku was founded in 1998 and, in the last decade, has added two more brands to the group: Corstone by Weiku and Proietta by Weiku.

Among the solutions presented at Expo Revestir 2025 is the traditional Detec Color line of frames, developed using European technology. The line has now been given new exclusive shades, expanding the possibilities for personalizing environments. Savannah green, space grey and lead graphite - design trends - join the color chart, catering to a demanding public eager for novelties.





Mesa da Corstone
by Weiku

Corstone
table by Weiku

Functionality, originality and sophistication with a touch of exclusivity. Corstone by Weiku has innovated by presenting coffee tables and dining tables, proving that the trivial can be avant-garde. Creating pleasant environments in tune with the high standard of cladding, Corstone meets both technical and aesthetic requirements, making it ideal for both commercial and residential projects.

Projetta by Weiku has bet on the functionality of smart homes, presenting the pivot door with automated opening, sensor and biometrics. The piece can be used in residential and corporate projects, improving practicality and security.

Reinforcing its brand identity, the Weiku Group raises the standards of quality and comfort in architectural projects, transforming environments with technology and sophistication to ensure well-being and elegance in every detail.

Funcionalidade, originalidade e sofisticação com um toque de exclusividade. O Corstone by Weiku inovou ao apresentar mesas de centro e mesas de jantar, provando que o trivial pode ser vanguardista. Criando ambientes agradáveis e alinhados ao alto padrão de revestimento, o Corstone atende tanto a requisitos técnicos quanto estéticos, sendo ideal para projetos comerciais e residenciais.

Já a Projetta by Weiku apostou na funcionalidade das casas inteligentes, apresentando a porta pivotante com abertura automatizada, sensor e biometria. A peça pode ser aplicada em projetos residenciais e corporativos, aprimorando a praticidade e a segurança.

Reforçando sua identidade de marca, o Grupo Weiku eleva os padrões de qualidade e conforto em projetos arquitetônicos, transformando ambientes com tecnologia e sofisticação para garantir bem-estar e elegância em cada detalhe.



Portas pivotantes criadas
por Projetta by Weiku

Pivoting doors created
by Projetta, by Weiku

Imagens: Divulgação



Vini Brise da Talt
Vini Brise from Talt

TALT ESTREIA COM SOLUÇÕES PARA ÁREAS EXTERNAS

A Araforros e sua principal marca, Teto Vinílico, anunciam sua evolução no mercado de revestimentos com um novo nome: Talt. A mudança tem como objetivo ampliar a estratégia de negócios para o Brasil e o exterior.

Para apresentar a nova identidade, a empresa escolheu a Expo Revestir, onde também lança a linha Vini, composta por soluções para áreas externas. O destaque é o Vini Brise, que combina proteção solar, durabilidade, praticidade e sustentabilidade. O produto oferece cinco referências de amadeirados: tauari, carvalho, angelim, okan e mogno.

Com um acabamento que reproduz a beleza atemporal da madeira natural aliada à resistência do vinílico, o Vini Brise transforma qualquer ambiente externo em um espaço sofisticado e aconchegante.

Indicado para varandas, terraços e fachadas, o produto oferece um acabamento elegante e moderno, garantindo privacidade e conforto térmico.

TALT DEBUTS WITH SOLUTIONS FOR OUTDOOR AREAS

Araforros and its main brand, Teto Vinílico, announce their evolution in the flooring market with a new name: Talt. The aim of the change is to expand its business strategy to Brazil and abroad.

To present the new identity, the company chose Expo Revestir, where it is also launching the Vini line, made up of solutions for outdoor areas. The highlight is Vini Brise, which combines sun protection, durability, practicality and sustainability. The product offers five wood references: tauari, oak, angelim, okan and mahogany.

Thanks to a finish that reproduces the timeless beauty of natural wood combined with the resistance of vinyl, Vini Brise transforms any outdoor environment into a sophisticated and cozy space.

Suitable for balconies, terraces and façades, the product offers an elegant and modern finish, guaranteeing privacy and thermal comfort.

MERIDIANO

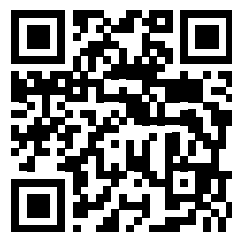
Design



Sustentável
Sustainable
Sostenible



Website



+55 (54) 3019.7579
+55 (54) 9 91035429

Caxias do Sul - RS - Brasil

Aparadores - Bancos - Cabideiros - Carrinhos Bar - Mesas de apoio - Mesas de centro e laterais
Sideboards - Benches - HangersBar carts - Side tablesCoffee and side tables

BRAVO!



**VARANDA D.INNER: ONDE
O CHEF FÁBIO LAZZARINI
TRANSFORMA A CARNE EM
UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA**

"Eu vejo a minha cozinha como um laboratório. Dá para inventar muita coisa, testar e unir sabores."

"I see my kitchen as a lab. You can invent a lot, test and combine flavors."



Imagens: Henrique Peron

Ao entrar, além do suntuoso bar, de onde saem clássicos quase irretocáveis, o cliente avista o salão privado, guardado por um piano de cauda. A música torna-se quase imperceptível diante do que vem a seguir: o menu degustação do chef Fábio Lazzarini.

A fama do sobrenome o precede: seu pai, Sylvio Lazzarini é pioneiro no quesito carnes de excelente qualidade e procedência, estando à frente do icônico Varanda Grill e do Empório de Carne Intermezzo. Na especialidade da família, Fábio ampliou o cardápio. O chef lapida as carnes com um refinamento excepcional, e as noites de quarta-feira são especiais: a experiência gastronômica é harmonizada com vinhos assinados pelo próprio chef. O endereço onde tudo isso acontece é o Varanda D.Inner, em São Paulo.

Além do menu degustação especial, o inquieto Fábio lançou, no início do ano, o primeiro omakase de carnes do Brasil. Exclusivíssima, a experiência é restrita a seis pessoas por noite, e tudo é finalizado pelo próprio chef, diante dos clientes. Na sequência de quinze tempos, ele utiliza ingredientes não só da terra, mas também do mar, preparando pequenos bocados com primor técnico e criatividade.

VARANDA D.INNER: WHERE CHEF FÁBIO LAZZARINI TRANSFORMS MEAT INTO A UNIQUE EXPERIENCE

Upon entering, in addition to the sumptuous bar, from which almost unimpeachable classics come out, the client sees the private lounge, guarded by a grand piano. The music becomes almost imperceptible in the face of what follows: chef Fábio Lazzarini's tasting menu.

The fame of his surname precedes him: his father, Sylvio Lazzarini, is a pioneer in the field of excellent quality and provenance meats, heading up the iconic Varanda Grill and the Intermezzo Meat Emporium. In his family's specialty, Fábio has expanded the menu. The chef polishes the meats with exceptional refinement, and Wednesday nights are special: the gastronomic experience is paired with wines signed by the chef himself. The address where all this happens is Varanda D.Inner, in São Paulo.

In addition to the special tasting menu, the restless Fábio launched Brazil's first meat omakase at the beginning of the year. This very exclusive experience is limited to six people per night, and everything is finished by the chef himself, in front of the customers. In the fifteen-course sequence, he uses ingredients not only from the land, but also from the sea, preparing small pieces with exquisite technique and creativity.



BRAVO!



A noite no Omakase da Carne começa com um caldo de boas-vindas, feito de um blend de tucupis do Amazonas e do Pará, que é infundado no katsuobushi e servido com vieira de Hokkaido e camarão-tigre do Maranhão. Em seguida, chega a calamarata recheada com camarão carabineiro, centolla da Patagônia, molho de ostra de Santa Catarina e caviar do Rio Negro.

As carnes, que deram fama ao grupo Varanda, aparecem no tempurá de shisso com cruído de wagyu e ovas de truta de Santa Catarina marinadas no shoyu, dashi e sake mirin. Depois, vem uma composição de tutano, tartar de angus e bottarga, seguida de um flat Iron com molho oriental, alho, yuzukosho e togarashi.

O gunkan, um tipo de sushi, é feito com angus, ganache de foie gras, figo e trufa, precedendo o clássico filetto alla Rossini e um wagyu A5 de Kagoshima com nori, shari e wasabi de Nagano. Completam essas pedidas as entrañas e molejas com teriyaki de tucupi, cachaça de bálsamo e shoyu, além do katsu sando de wagyu de São João da Boa Vista com molho tonkatsu e maioneses de wasabi. Por fim, é servida a trilogia da picanha, acompanhada de farofa de banana e noz-pecã caramelizada, batata suflê, palmito grelhado com alcaparra e vinagrete de feijão-manteiga com caju.

The evening at the Meat Omakase begins with a welcome broth, made from a blend of tucupis from Amazonas and Pará, which is infused in katsuobushi and served with Hokkaido scallop and tiger shrimp from Maranhão. Next comes the calamarata stuffed with scarlet shrimp, centolla from Patagonia, oyster sauce from Santa Catarina and caviar from Rio Negro.

The meats which made the Varanda group famous appear in the shisso tempura with wagyu crudo, and Santa Catarina trout roe marinated in shoyu, dashi and sake mirin. Next comes a composition of marrow, angus tartar and bottarga, followed by a flat iron topped with oriental sauce, garlic, yuzukosho and togarashi.

The gunkan, a type of sushi, is made with angus, foie gras ganache, fig and truffle, preceded by the classic filetto alla Rossini and an A5 wagyu from Kagoshima with nori, shari and wasabi from Nagano. The entrées and molejas with tucupi teriyaki, balsam cachaça and shoyu complete the menu, as does the katsu sando of wagyu from São João da Boa Vista with tonkatsu sauce and wasabi mayonnaise. Finally, the sirloin steak trilogy is served, accompanied by banana and caramelized pecan farofa, soufflé potatoes, grilled hearts of palm with capers and butter bean vinaigrette with cashews.



Imagens: Henrique Peron

Carne com toque asiático
Meat with an asian touch

CARNE COM TOQUE ASIÁTICO

INGREDIENTES

- 200g de filé mignon
- 60g de brócolis ramoso
- 60g de pimentão vermelho
- 60g de cogumelo eringui
- 50g de cebola roxa
- 5g de alho picado
- 20g de suco gengibre 80g ralado
- 50ml de shoyu
- 100g demi glace (caldo de carne)
- 20ml de azeite
- 5ml de óleo de gergelim torrado
- 40g de castanha de caju
- 12g de amido de milho
- Q.b Gergelim tostado
- Q.b cebotele ou cebolinha
- 100g de arroz jasmim cozido

COMO FAZER

Cozinhe o arroz jasmim e mantenha-o aquecido em banho-maria ou na panela de arroz.

Cozinhe o brócolis até ficar al dente e resfrie imediatamente em água gelada para preservar a textura. Corte a carne em fatias finas, tempere com sal e azeite. Aqueça bem uma frigideira e sele as fatias de carne rapidamente, apenas de um lado. Reserve.

Na mesma frigideira, adicione azeite e refogue os legumes na seguinte ordem: cebola, pimentão, brócolis pré-cozido, cogumelo e, por último, o alho.

Retorne a carne à frigideira e adicione o caldo de carne, o shoyu e o suco de gengibre. Se necessário, acrescente um pouco de água para ajustar a consistência e use o amido de milho diluído para engrossar o molho. Finalize com óleo de gergelim torrado, castanha de caju e cebotele. Sirva imediatamente, acompanhado do arroz jasmim.

SOBRE O CHEF

Formado pela Anhembi Morumbi, o chef fez especialização na escola Italian Culinary Institute for Foreigners (ICIF), em Costigliole d'Asti, na Itália, e trabalhou nos renomados Le Calandre e Quadri di Venezia, agraciados, respectivamente, com duas e três estrelas no guia Michelin. *"Vejo a minha cozinha como um laboratório. Dá para inventar muita coisa, testar e unir sabores. Tenho quase uma obsessão pelo sabor umami – não à toa minha cozinha tem esse quê oriental",* diz o chef.

MEAT WITH AN ASIAN TOUCH

INGREDIENTS

- 200g filet mignon
- 60g sprouting broccoli
- 60g red bell pepper
- 60g king oyster mushroom
- 50g red onion
- 5g chopped garlic
- 20g ginger juice
- 80g grated ginger
- 50ml shoyu
- 100 g beef demi-glace
- 20ml olive oil
- 5ml toasted sesame oil
- 40g cashew nuts
- 12g cornstarch
- T.T toasted sesame seeds
- T.T chives
- 100g cooked jasmine rice

HOW TO PREPARE

Cook the jasmine rice and keep warm in a water bath or rice cooker.

Cook the broccoli until al dente and cool immediately in cold water to preserve the texture. Cut the meat into thin slices, season with salt and olive oil. Heat a frying pan well and sear the slices of meat quickly, on one side only. Set aside.

In the same pan, add olive oil and sauté the vegetables in the following order: onion, red bell pepper, pre-cooked broccoli, mushroom and finally the garlic.

Return the meat to the pan and add the beef stock, soy sauce and ginger juice. If necessary, add a little water to adjust the consistency and use the diluted cornstarch to thicken the sauce. Finish with toasted sesame oil, cashew nuts and spring onions. Serve immediately with jasmine rice.

ABOUT THE CHEF

A graduate of Anhembi Morumbi, the chef specialized at the Italian Culinary Institute for Foreigners (ICIF) in Costigliole d'Asti, Italy, and worked at the renowned Le Calandre and Quadri di Venezia, awarded two and three stars respectively in the Michelin guide. *"I see my kitchen as a laboratory. You can invent a lot, test and combine flavors. I'm almost obsessed with the umami flavor - no wonder my cuisine has this oriental feel to it,"* says the chef.

VOCÊ É O NOSSO CONVIDADO ESPECIAL!
YOU ARE OUR SPECIAL GUEST!!

ONDE INOVAÇÃO, HOSPITALIDADE E NEGÓCIOS SE ENCONTRAM!
WHERE INNOVATION, HOSPITALITY AND BUSINESS MEET!



APOIO:

ABIMAD



Associação Brasileira de Governantas
e Profissionais de Hotelaria

24 Sindicatos
FHORESP
FEDERAÇÃO DE HOTÉIS, RESTAURANTES
E BARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

HOTEX



FEIRA BRASILEIRA DO TURISMO, HOTELARIA E GASTRONOMIA
BRAZILIAN TOURISM, HOTEL AND GASTRONOMY FAIR

SAVE THE DATE

05-08 AGOSTO 2025

SÃO PAULO - BRASIL

São Paulo Brazil - São Paulo Expo

www.hotex.com.br

[instagram.com/hotexbrasil](https://www.instagram.com/hotexbrasil)

NOSSA CAPA OUR COVER

Poltrona Kea
Kea armchair

VERTICALIDADE & **IMPACTO**

Tecline e Ronald Sasson apresentam
coleção exclusiva, com edição
limitada, na Piloto Milano

Referência no universo do design e do mobiliário, o Salone del Mobile Milano apresenta uma nova edição, reafirmando seu papel como a principal feira internacional do setor. De 8 a 13 de abril, Milão se transforma em um vibrante palco de criatividade com o Fuorisalone, uma série de eventos independentes que tomam diversos pontos da cidade, promovendo exposições, instalações e inovações. Entre os destaques está a Piloto Milano, com curadoria de Ricardo Gaioso, que apresenta suas coleções em locais primorosos, como o espaço Le Cavallerizze, na Via Olona, 6, no distrito de S. Ambrogio.

Nesse cenário, a Tecline, com mais de 20 anos de expertise no mercado de mobiliário, e o designer Ronald Sasson, lançam uma coleção exclusiva de poltronas inspiradas em paisagens naturais icônicas ao redor do mundo. Em edição limitada – apenas dez unidades por modelo –, as poltronas Mauna e Kea remetem à montanha mais alta do mundo, enquanto a Kili, revelada em primeira mão na capa de nossa edição, homenageia o monte Kilimanjaro, o mais alto do continente africano. Cada peça traduz essa grandiosidade por meio de um design minimalista.

VERTICALITY AND IMPACT: RONALD SASSON'S SCULPTURAL DESIGN IN MILAN

*Tecline and Ronald Sasson
present an exclusive, limited
edition collection at Piloto Milano*

A benchmark in the world of design and furniture, the Salone del Mobile Milano presents a new edition, reaffirming its role as the sector's leading international trade fair. From April 8th to 13th, Milan is transformed into a vibrant stage for creativity with the Fuorisalone, a series of independent events taking over various parts of the city, promoting exhibits, installations and innovations. Among the highlights is Piloto Milano, curated by Ricardo Gaioso, which presents its collections in exquisite venues such as Le Cavallerizze in Via Olona, 6, in the S. Ambrogio district.

In this setting, Tecline, backed by over 20 years of expertise in the furniture market, and designer Ronald Sasson, are launching an exclusive collection of armchairs inspired by iconic natural landscapes around the world. The limited edition - only ten units per model - Mauna and Kea armchairs are a reflection of the world's highest mountain, while Kili, unveiled first-hand on the cover of our issue, pays homage to Mount Kilimanjaro, the highest on the African continent. Each piece conveys this grandeur through minimalist design.



Poltrona Kili
Kili armchair

Imagem: Divulgação

NOSSA CAPA OUR COVER



Imagem: Divulgação

Poltrona Mauna
Mauna armchair

As poltronas se destacam pela imponência da altura, um elemento impactante no design. A verticalização inusitada e intencional confere singularidade às peças, enquanto a simplicidade dos traços se impõe com elegância. Segundo Ronald Sasson, a peça combina a frieza do inox à sua geometria angulosa, com a textura e tonalidade gélida, reforçando um desenho sofisticado e impressionante.

O curitibano Ronald Sasson se relaciona com o design desde a adolescência, criando objetos experimentais. Aos 18 anos, mudou-se para Paris, onde teve contato com as galerias de arte conceituais e neoexperimentais. Com experiência nas artes plásticas, mais tarde mudou-se para Israel.

Já no Brasil, trabalhou como artista plástico por mais de sete anos e foi selecionado para diversos salões de arte. Em 2012, iniciou sua parceria com a Tecline, desenvolvendo produtos exclusivos.

Com um estilo que combina sua base artística autoral às possibilidades industriais e de replicação, o artista acumula mais de 30 prêmios internacionais, incluindo cinco IF Design Awards (Alemanha), quatro indicações ao German Design Award, oito Good Design Awards (Chicago), oito prêmios A'Design (Itália), um prêmio Restaurant & Bar (Inglaterra), entre outros.

The armchairs stand out for their imposing height, a striking design element. The unusual and intentional verticalization gives the pieces their uniqueness, while the simplicity of the lines is elegantly assertive. According to Ronald Sasson, the piece combines the coldness of stainless steel and angular geometry with texture and icy tones, reinforcing a sophisticated and impressive design.

Ronald Sasson has been involved with design since his teenage years, creating experimental objects. At the age of 18, he moved to Paris, where he came into contact with conceptual and neo-experimental art galleries. Experienced in the plastic arts, he later moved to Israel.

Back in Brazil, he worked as an artist for more than seven years and was selected for several art salons. In 2012, he began his partnership with Tecline, developing exclusive products.

His style combines his original artistic base with the possibilities of industrialization and replication. The artist has won more than 30 international awards, including five IF Design Awards (Germany), four German Design Award nominations, eight Good Design Awards (Chicago), eight A'Design Awards (Italy) and a Restaurant & Bar Award (England), among others.

Para o diretor comercial da Tecline, Valter Dal Cin Filho, participar do evento, é especial. *“Apresentar as peças 01 em Milão reforça o posicionamento global da Tecline”, diz e complementa: “O Salone del Mobile e o Fuorisalone são vitais para o design, conectando-nos a um público qualificado. Estar ao lado da Piloto Milano potencializa essa experiência, inserindo nossas criações em um contexto curatorial que celebra a inovação e a originalidade do design brasileiro”.*

Fundada em 1998, a Tecline une o processo industrial ao artesanal, buscando uma convergência entre design e indústria. Sempre conectada às tendências internacionais, a marca interpreta o novo, a cultura contemporânea e a evolução dos estilos de vida e do design de mobiliário em seu processo de criativo. Além de Ronald Sasson, desde 2020, o design Arthur Casas também assina produtos para a marca.

A Tecline persiste na busca por inovação, sem abrir mão do alto conforto, da atenção aos detalhes e da execução meticulosa – características essenciais que agregam valor a cada peça, transformando-as quase em obras de arte ou objetos de desejo.

For Tecline's commercial director, Valter Dal Cin Filho, taking part in the event is special. *“Presenting the 01 pieces in Milan reinforces Tecline's global positioning,” he says and adds: “Salone del Mobile and Fuorisalone are vital for design, connecting us to a qualified public. Being alongside Piloto Milano enhances this experience, placing our creations in a curatorial context that celebrates the innovation and originality of Brazilian design.”*

Founded in 1998, Tecline combines industrial and artisanal processes, seeking a convergence between design and industry. Always connected to international trends, the brand interprets the new, the contemporary culture and the evolution of lifestyles and furniture design in its creative process. In addition to Ronald Sasson, Arthur Casas has also designed products for the brand since 2020.

Tecline persists in the search for innovation, without giving up on high comfort, attention to detail and meticulous execution - essential characteristics that add value to each piece, transforming them almost into works of art or objects of desire.

Em edição limitada – apenas dez unidades por modelo –, as poltronas Mauna e Kea remetem à montanha mais alta do mundo, enquanto a Kili, revelada em primeira mão na capa de nossa edição, homenageia o monte Kilimanjaro, o mais alto do continente africano.

*THE LIMITED EDITION - ONLY TEN UNITS PER MODEL
- MAUNA AND KEA ARMCHAIRS ARE A REFLECTION
OF THE WORLD'S HIGHEST MOUNTAIN, WHILE KILI,
UNVEILED FIRST-HAND ON THE COVER OF OUR
ISSUE, PAYS HOMAGE TO MOUNT KILIMANJARO,
THE HIGHEST ON THE AFRICAN CONTINENT.*





Imagem: Thiers Turini - Maxim Produtora/Marmomac Brazil

PEDRAS NATURAIS GANHAM PALCO GLOBAL NA MARMOMAC BRAZIL

*Primeira edição da
feira fora da Europa
traz projeção para
o rico universo das
pedras naturais
brasileiras*

*Por Camila Gino,
especial de São Paulo*

Desenho, textura, nuances. As rochas naturais brasileiras são únicas. Elas têm o poder de se tornar verdadeiras joias, conferindo ao espaço elegância, presença singular e, por que não, eternidade. Carregam uma história ancestral, perduram no tempo, testemunhando o presente e trazendo o futuro para perto de nós. As pedras brasileiras foram o grande destaque da primeira edição da Marmomac Brazil, realizada entre 18 e 20 de fevereiro no Pavilhão de Exposições do Distrito Anhembi, em São Paulo.

EDIÇÃO PARA AS AMÉRICAS

Com a temática “Stone Takes the Stage” (“Pedras Sobem ao Palco”, em tradução livre), a Marmomac, que é realizada pela primeira vez fora da Europa – em Verona, na Itália, a feira ocorre há mais de 50 anos –, escolheu o Brasil, mais precisamente São Paulo (que é responsável por pouco mais de 30% do PIB nacio-

Abertura da Marmomac Brazil conduzida pela CEO da Milaneze & Milaneze, Flavia Milaneze; pelo embaixador da Itália no Brasil, Alessandro Cortese; pelo presidente da Veronafiere Federico Bricolo, e pelo secretário de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo, Roberto de Lucena, entre outras autoridades.

Opening of Marmomac Brazil conducted by the CEO of Milaneze & Milaneze, Flavia Milaneze; the Italian ambassador to Brazil, Alessandro Cortese; the president of Veronafiere Federico Bricolo, and the Secretary of Tourism and Travel of the State of São Paulo, Roberto de Lucena, among other authorities.

nal), como sede de um novo momento em sua história. “Estamos muito satisfeitos com esta primeira edição da Marmomac Brazil. Tivemos a ideia de levar a feira para um novo território e escolhemos o Brasil pela força do mercado de pedras naturais do país. Mas também visando toda a América. Desejamos que a Marmomac Brazil se torne uma referência para a América Latina e também para a América do Norte”, disse, na abertura do evento, o presidente da Veronafiery, Federico Bricolo, que foi senador da república italiana, de 2008 a 2013.

“Como embaixador da Itália no Brasil, é motivo de orgulho estar aqui e presenciar a abertura da primeira edição brasileira da Marmomac. Observamos uma realidade econômica do Brasil muito importante, o das rochas naturais”, destacou o embaixador da Itália no Brasil, Alessandro Cortese e completou: “O setor de rochas naturais italiano está bem representado não somente como organização promotora desse evento, mas pelos expositores participantes.”

Dados da Associação Brasileira de Pedras Naturais (Centrorochas), que representa o setor no Brasil, apontam que, em 2024, o país registrou um faturamento em pedras naturais na ordem de R\$ 14 bilhões e gerou 400 mil empregos diretos, dos quais 20 mil estão no Espírito Santo. O estado concentra 82% das exportações brasileiras e é o principal hub industrial do setor. Tais números posicionam o Brasil como o quarto maior produtor e quinto maior exportador de rochas naturais do mundo, com clientes em mais de 115 países. “Acreditamos muito neste projeto, trouxemos a feira para perto de especificadores de todo o país. Já temos expositores confirmando presença para o ano que vem. O setor de rochas vai crescer muito com esta vinda da Marmomac para São Paulo”, analisa o presidente do Centrorochas, Tales Machado, comemorando a decisão acertada de trazer o evento para o país.

NATURAL STONES TAKE GLOBAL STAGE AT MARMOMAC BRAZIL

The fair's first edition outside Europe brings the rich universe of Brazilian natural stones to the spotlight

By Camila Gino, special from São Paulo

Pattern, texture, nuances. Brazilian natural stones are unique. They have the power to become real jewels, giving a space elegance, a singular presence and, why not, eternity. They carry an ancestral history, enduring through time, bearing witness to the present and bringing the future closer to us. Brazilian stones were the highlight of the first edition of Marmomac Brazil, held between February 18th and 20th at the Anhembi District Exhibition Pavilion in São Paulo.

AMERICAS EDITION

Under the theme “Stone Takes the Stage”, Marmomac, which is being held for the first time outside Europe - in Verona, Italy, the fair has been taking place for over 50 years - chose Brazil, more precisely São Paulo (which accounts for just over 30% of the country's GDP), as the venue for a new moment in its history. “We are very pleased with this first edition of Marmomac Brazil. We had the idea of taking the fair to a new territory and we chose Brazil because of the strength of the country's natural stone market. But we're also targeting the whole of America. We want Marmomac Brazil to become a reference for Latin America and also for North America,” said Veronafiery president Federico Bricolo, who was a senator of the Italian Republic from 2008 to 2013, at the opening of the event.

“As Italy's ambassador to Brazil, I'm proud to be here and to witness the opening of the first Brazilian edition of Marmomac. We



Com estande assinado por Rômulo Pegoretti e Dodo Andrade, a Magban trouxe peças biofílicas, como a banheira esculpida em rocha natural (ao fundo na foto), elaboradas em quartzitos como o Green Canyon e o Magblanc.

With a stand signed by Rômulo Pegoretti and Dodo Andrade, Magban brought biophilic pieces, such as the bathtub carved from natural stone (in the background of the photo), made from quartzites such as Green Canyon and Magblanc.

Estande da Pedra do Frade, assinado pela arquiteta Vivian Coser, que também é responsável pela mostra de design realizada durante a Marmomac.

Pedra do Frade's stand, designed by architect Vivian Coser, who is also responsible for the design exhibition held during Marmomac.



Imagem: Divulgação

RESULTADOS MARMOMAC BRAZIL

A Marmomac Brazil recebeu mais de 12 mil visitantes, que conferiram lançamentos de cerca de 200 marcas no pavilhão de Exposições do Distrito Anhembi, na capital paulista. O evento esteve lotado, recebendo visitantes de todos os estados brasileiros e de outros 75 países, incluindo arquitetos, designers, construtoras, incorporadoras, marmorarias, importadores e distribuidores.

A diversidade de mais de 1,2 mil variedades de rochas no Brasil atrai olhares globais para o país e foi um dos destaques da Marmomac Brazil 2025. As rodadas internacionais de negócios resultaram em mais de 260 reuniões, conectando 14 compradores internacionais com mais de 20 empresas brasileiras. Dentre os países presentes, estiveram compradores de Taiwan, Polônia, Estados Unidos, Índia, Romênia, México, Canadá, Espanha e Países Baixos, entre outros.

have seen a very important economic reality in Brazil, that of natural stone”, said the Italian ambassador to Brazil, Alessandro Cortese, adding: “The Italian natural stone sector is well represented not only by the organization promoting this event, but also by the participating exhibitors.”

Data from the Brazilian Natural Stone Association (Centrorochas), which represents the sector in Brazil, shows that in 2024, the country recorded a turnover in natural stone of around R\$14 billion and generated 400,000 direct jobs, 20,000 of which are in Espírito Santo. The state accounts for 82% of Brazil's exports and is the sector's main industrial hub. Such figures position Brazil as the fourth largest producer and fifth largest exporter of natural stone in the world, with clients in more than 115 countries. “We really believe in this project; we've brought the fair closer to specifiers from all over the country. We already have exhibitors confirming their presence for next year. The stone sector is set to grow a lot with Marmomac coming to São Paulo,” said Tales Machado, president of Centrorochas, celebrating the right decision to bring the event to the country.

MARMOMAC BRAZIL RESULTS

Marmomac Brazil welcomed more than 12,000 visitors, who saw the launches of around 200 brands at the Anhembi District Exhibition Pavilion in São Paulo. The event was packed, welcoming visitors from all Brazilian states and 75 other countries, including architects, designers, builders, developers, marble companies, importers and distributors.

The diversity of more than 1,200 varieties of stone in Brazil attracted global eyes to the country and was one of the highlights of Marmomac Brazil 2025. The international business rounds resulted in more than 260 meetings, connecting 14 international buyers with more than 20 Brazilian companies. Among the countries present were buyers from Taiwan, Poland, the United States, India, Romania, Mexico, Canada, Spain and the Netherlands, among others.



Imagem: Divulgação

A joia rara Amazonita foi o destaque da Granistone na Marmomac Brazil.

The rare jewel Amazonite was Granistone's highlight at Marmomac Brazil.



A pedra superexótica Luise Blue, singular quartzito com fundo azul e veios exóticos foi apresentada para o mercado brasileiro na Marmomac Brazil, com distribuição exclusiva da Della Terra no país. O estande da marca na Marmomac, assinado por Rômulo Pegoretti, foi totalmente revestido pelo quartzito Luise Blue. O espaço contou ainda com esculturas da designer Patrícia Cecato.

The super-exotic Luise Blue stone, a unique quartzite with a blue background and exotic veins, was presented to the Brazilian market at Marmomac Brazil, with exclusive distribution by Della Terra in the country. The brand's stand at Marmomac, designed by Rômulo Pegoretti, was completely covered in Luise Blue quartzite. The space also featured sculptures by designer Patrícia Cecato.

A AzulMilano, referência em pedras naturais no Brasil e no mundo, lançou uma collab inédita com o bisneto de Oscar Niemeyer. Caíque Niemeyer assina o banco em destaque no estande, desenvolvido no quartzito exclusivo Azul Macaúbas.

AzulMilano, a reference in natural stone in Brazil and worldwide, has launched an unprecedented collab with Oscar Niemeyer's great-grandson. Caíque Niemeyer designed the bench featured on the stand, made from the exclusive Azul Macaúbas quartzite.



Com estande assinado pelo arquiteto Rômulo Pegoretti, a MGA apresentou uma galeria de esculturas utilitárias.

Featuring a stand designed by architect Rômulo Pegoretti, MGA presented a gallery of utilitarian sculptures.

A Cajugram apresentou em seu estande rochas ornamentais. A marca participa de grandes projetos em todo o mundo, inclusive no aeroporto de Dubai.

Cajugram presented ornamental stone at its stand. The brand is involved in major projects all over the world, including at Dubai airport.



Além da grande presença e qualificação do setor de pedras naturais para o mercado externo, a Marmomac Brazil representou um momento de forte investimento das marcas brasileiras para o público interno. Muitas delas estrearam seu portfólio no mercado brasileiro, apresentando pedras exóticas e superexóticas até então disponibilizadas apenas no cenário internacional e utilizadas, inclusive, por grandes grifes de alta joalheria nos projetos de lojas em praças de influência global em artigos de luxo para um público seleto, como Paris e Nova York. *“Quando organizamos um evento, nós queremos casa cheia, é claro. Mas, mais do que isso, trabalhamos para garantir, em todos os dias, a presença de um público que, de fato, está interessado em fazer negócios”*, disse, durante o evento, Flavia Milaneze, CEO da Milanez & Milaneze, empresa organizadora da feira, hoje parte do portfólio do grupo italiano Vieronafiere.

O objetivo é que a Marmomac Brazil se torne um importante catalisador para os negócios no setor de pedras naturais em toda a América. A edição de 2026 já está confirmada e será realizada de 24 a 26 de fevereiro.

In addition to the great presence and qualification of the natural stone sector for the foreign market, Marmomac Brazil represented a period of strong investment by Brazilian brands for the domestic public. Many of them debuted their portfolios on the Brazilian market, presenting exotic and super-exotic stones that had previously only been available on the international scene and were even used by major haute jewellery brands in store designs in places of global influence for luxury items for a select public, such as Paris and New York. *“When we organize an event, we want a full house, of course. But more than that, we work to ensure that every day there is an audience that is actually interested in doing business,”* said Flavia Milaneze, CEO of Milanez & Milaneze, the company that organizes the fair, now part of the Italian Vieronafiere group, during the event.

The aim is for Marmomac Brazil to become an important catalyst for business in the natural stone sector throughout the Americas. The 2026 edition has already been confirmed and will be held from February 24th to 26th.

Pedras naturais: “joias são eternas”

O designer Jader Almeida, um dos nomes mais aclamados da criação brasileira no cenário nacional e internacional e que tem sido uma das principais forças no movimento que destaca o Brasil como um dos novos centros criativos do mundo no design e na arquitetura, foi um dos convidados da Marmomac Brazil. Ele participou dos talks conduzidos por Amanda Ferber, do Architecture Hunter, abordou o tema “Síntese e Materialidade” e conversou conosco com exclusividade. Confira a entrevista:

NATURAL STONES: “JEWELRY IS FOREVER”

Designer Jader Almeida, one of the most acclaimed names in Brazilian creation on the national and international scene and who has been one of the main forces in the movement that highlights Brazil as one of the world's new creative centers in design and architecture, was one of the guests at Marmomac Brazil. He took part in the talks led by Amanda Ferber, from Architecture Hunter, on the subject of “Synthesis and Materiality” and spoke to us exclusively. Check out the interview:

Imagens: Thiers Turini - Maxim Produtora/Marmomac Brazil



Camila Gino para USE DESIGN: POR QUE SÍNTESE E MATERIALIDADE?

Jader Almeida: O tema proposto aqui na apresentação, "Síntese e Materialidade" faz todo o sentido com o que foi apresentado na Marmomac Brazil, já que é uma discussão acerca de todo o ecossistema que configura a produção, extração e transformação de rochas. E, claramente, o design e a arquitetura talvez sejam um dos finais de todo este ciclo de trabalho. Estar aqui é superimportante, afinal de contas, compartilhar e absorver conhecimento faz parte dessa trajetória. Então, é sempre uma grande oportunidade para poder compartilhar e absorver um pouco de toda esta atmosfera e energia.

Camila Gino para USE DESIGN: AS PEDRAS NATURAIS SÃO COMO JOIAS DO DESIGN E DA ARQUITETURA?

Jader Almeida: Sem sombra de dúvidas. Quando se fala de pedras, são um material que, a princípio, tem uma questão controversa no sentido ecológico, mas penso que, assim como a madeira, é um material que se encontra pronto na natureza. Obviamente que passa pela extração, pelo corte, mas é um material pronto e durável, que não está condicionado ao tempo. Tanto que se fala que a utilização da pedra, do mármore, é estar do lado da história. Desde os tempos antigos — das estátuas gregas de milênios atrás às catedrais medievais e aos templos ao redor do mundo — a pedra é um material que resiste à passagem do tempo, mantendo sua beleza independentemente da era em que foi extraído e utilizado. Então, sem sombra de dúvida, quando se diz que é uma joia, entende-se que joias são raras porque são preciosas. E são preciosas porque são eternas — assim como as pedras.

Camila Gino for USE DESIGN: WHY SYNTHESIS AND MATERIALITY?

Jader Almeida: The theme proposed here in the presentation, "Synthesis and Materiality" makes perfect sense with what was presented at Marmomac Brazil, since it is a discussion about the entire ecosystem that shapes the production, extraction and transformation of stone. And, clearly, design and architecture are perhaps one of the ends of this whole cycle of work. Being here is super important, after all, sharing and absorbing knowledge is part of this trajectory. So it's always a great opportunity to be able to share and absorb some of this atmosphere and energy.

Camila Gino for USE DESIGN: ARE NATURAL STONES LIKE DESIGN AND ARCHITECTURE GEMS?

Jader Almeida: Without a doubt. When it comes to stones, they're a material that, at first, has a controversial issue in the ecological sense, but I think that, like wood, it's a material that can be found ready in nature. Obviously, it goes through extraction and cutting, but it's a ready-made, durable material that isn't subject to time. So much so that the use of stone, of marble, is said to be on the side of history. Since ancient times - from the Greek statues of millennia ago to medieval cathedrals and temples around the world - stone is a material that has stood the test of time, maintaining its beauty regardless of the era in which it was extracted and used. So, beyond any doubt, when you say it's a jewel, you mean that jewels are rare because they are precious. And they are precious because they are eternal - just like stones.



Acesse o QRcode e leia entrevista exclusiva com o designer brasileiro de destaque internacional, Jader Almeida.

Access the QRcode and read an exclusive interview with internationally renowned brazilian designer, Jader Almeida.

BRASIL NO CENTRO DO DESIGN MUNDIAL: ABIMAD'39 ATRAI COMPRADORES DE 29 PAÍSES E AMPLIA MERCADOS

Consolidada como plataforma para negócios, feira estreita ainda mais a qualificação de público e fortalece o design brasileiro



Imagens: Cleber e Léo de Paula

Exclusividade e modernidade marcam peça selecionada por Cintia Dixon para o Best in Show Internacional.

Exclusivity and modernity mark the piece selected by Cintia Dixon for the International Best in Show.

A ABIMAD iniciou 2025 estabelecendo novos patamares. A 39ª edição da feira, referência em móveis e decoração de alto padrão na América Latina e fundamental para fortalecer as relações comerciais entre fabricantes, lojistas e especificadores, ocorreu de 4 a 7 de fevereiro no São Paulo Expo e registrou público recorde, além de um aumento no volume de negócios gerados em comparação com as edições anteriores.

Acostumada a receber um público seletivo e diversificado do Brasil e do exterior, formado por lojistas, arquitetos, designers, profissionais do setor, distribuidores e interessados pelo design brasileiro, neste ano os organizadores consideram que a ABIMAD'39 foi beneficiada pelo momento favorável do setor de móveis e decoração de alto padrão. *"O setor moveleiro brasileiro tem demonstrado um crescimento robusto, impulsionado pela modernização da produção e uma maior valorização do design"*, avalia Paulo Mourão, presidente da ABIMAD.

Só do mercado externo, o evento contou com a presença de 400 compradores internacionais de 29 países, consolidando-se como referência em plataforma de negócios para a audiência internacional. América Latina, Estados Unidos, Dubai, França e Itália estão entre os maiores parceiros de negócios. *"A presença de compradores de mercados em crescimento, como o Oriente Médio, também destacou o potencial global do design brasileiro, com foco na alta qualidade e inovação que caracterizam a indústria nacional"*, disse Mourão.

Essa edição parece ter deixado para trás qualquer trauma de um passado recente. *"A indústria moveleira não só se recuperou dos impactos da pandemia, como também demonstrou um avanço significativo em termos de inovação e qualidade. O crescimento de 10,5% registrado até o final de 2024 é um reflexo desse dinamismo, impulsionado pelo desenvolvimento de novos produtos, maior presença internacional e a valorização do design brasileiro."*

SUSTENTABILIDADE, INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E CONEXÃO

Mesmo com boas perspectivas, o presidente ressalta que é preciso ficar atento às necessidades que o comércio exterior impõe e destaca a importância da adaptação às exigências globais, especialmente às questões relacionadas à sustentabilidade e à inovação tecnológica. *"Esses mesmos desafios também abrem espaço para grandes oportunidades. A busca por soluções mais ecológicas e sustentáveis no design e na produção é um caminho claro para o setor"*, diz.



BRAZIL AT THE CENTER OF WORLD DESIGN: ABIMAD'39 ATTRACTS BUYERS FROM 29 COUNTRIES AND EXPANDS MARKETS

Consolidated as a platform for business, the fair further narrows the audience and strengthens Brazilian design

ABIMAD started 2025 by setting new standards. The 39th edition of the fair, a benchmark for high-end furniture and decoration in Latin America and crucial to strengthening commercial relations between manufacturers, retailers and specifiers, took place from February 4th to 7th at the São Paulo Expo and saw record attendance, as well as an increase in the generated business volume compared to previous editions.

Used to welcoming a select and diverse audience from Brazil and abroad, made up of shopkeepers, architects, designers, industry professionals, distributors and those interested in Brazilian design, this year the organizers believe that ABIMAD'39 benefited from the favorable times in the high-end furniture and decoration sector. *"The Brazilian furniture sector has shown robust growth, driven by the modernization of production and a greater appreciation of design,"* says Paulo Mourão, president of ABIMAD.

In terms of foreign market only, the event was attended by 400 international buyers from 29 countries, consolidating its position as a benchmark business platform for the international audience. Latin America, the United States, Dubai, France and Italy were among the biggest business partners. *"The presence of buyers from growing markets, such as the Middle East, also highlighted the global potential of Brazilian de-*



Elegância e sofisticação na peça selecionada para o Best in Show.

Elegance and sophistication in the piece selected for Best in Show.

sign, with a focus on the high quality and innovation that characterize the national industry," said Mourão.

This edition seems to have left any lingering trauma from the recent past behind. "The furniture industry has not only recovered from the impacts of the Pandemic, but has also shown significant progress in terms of innovation and quality. The 10.5% growth registered by the end of 2024 is a reflection of this dynamism, driven by the development of new products, a greater international presence and the appreciation of Brazilian design."

SUSTAINABILITY, TECHNOLOGICAL INNOVATION AND CONNECTION

Even with good prospects, the president emphasizes that it is necessary to be aware of the foreign trade imperatives and highlights the importance of adapting to global demands, especially issues related to sustainability and tech-

nological innovation. "These same challenges also open up great opportunities. The search for more ecological and sustainable solutions in design and production is a clear path for the sector," he says.

He also highlights the great moment for Brazilian design, which is being increasingly valued abroad. "Many exhibitors have reported an increase in inquiries and negotiations with buyers from markets such as the United States and Europe, who are looking to incorporate furniture and decorative accessories that combine sophistication, innovation and a touch of Brazilianness."

With an industry that earned R\$ 89.4 billion in 2024 and exports totaling more than US\$ 747 million in the year, ABIMAD is reinforcing its role as a business facilitator, promoting international talks and connecting Brazilian brands with global buyers. To further leverage the sector, it maintains ongoing strategies to strengthen its global presence, including participation in international events, such as the Lofty Design Expo in Miami, which featured ten Brazilian exhibitors. "ABIMAD's participation was fundamental in expanding the reach of Brazilian design in the North American market. Brazilian companies had the opportunity to present their products and innovations to international buyers and establish new business contacts, expanding their networking and generating new business opportunities."

Aiming to expand its presence to other international markets, ABIMAD plans to take part in established events such as the Salone del Mobile in Milan, Italy. In addition, ABIMAD

Ele salienta ainda o ótimo momento do design brasileiro, que vem sendo cada vez mais valorizado no exterior. "Muitos expositores relataram um aumento nas consultas e nas negociações com compradores de mercados como os Estados Unidos e Europa, que buscam incorporar móveis e acessórios de decoração que combinem sofisticação, inovação e um toque de brasilidade."

Com uma indústria que faturou R\$ 89,4 bilhões em 2024 e exportações que somaram mais de US\$ 747 milhões no ano, a ABIMAD reforça seu papel como facilitadora de negócios, promovendo rodadas internacionais e conectando marcas brasileiras a compradores globais. Para alavancar ainda mais o setor, mantém estratégias contínuas para fortalecer sua presença global, incluindo a participação em eventos internacionais, como a Lofty Design Expo em Miami, que contou com a participação de dez expositores brasileiros. "Essa participação da ABIMAD foi fundamental para ampliar o alcance do design brasileiro no mercado norte-americano. As empresas brasileiras tiveram a oportunidade de apresentar seus produtos e novidades a compradores internacionais e firmar novos contatos comerciais, ampliando seu networking e gerando novas oportunidades de negócios".

Com o objetivo de expandir sua presença para outros mercados internacionais, a ABIMAD planeja participar de eventos já consagrados, como o Salone del Mobile, em Milão, na Itália. Além disso, a ABIMAD busca ampliar as oportunidades para os expositores e preparar as empresas para o comércio

Paulo Mourão,
presidente da ABIMAD,
anuncia novidades
para a edição de
5 a 8 de agosto.

Paulo Mourão,
president of ABIMAD,
announces news for
the August 5-8 edition.



exterior. *"A logística de exportação e a competitividade no mercado global são questões constantes. Oferecemos apoio contínuo por meio do programa ABIMAD Export, ajudando os associados a maximizar seu potencial no mercado internacional e apoiando a capacitação das empresas para atender aos padrões internacionais de qualidade e competitividade".*

O crescimento contínuo do setor reafirma a força do design brasileiro no mercado global, consolidando o Brasil como um dos principais polos de inovação e qualidade em móveis e decoração de alto padrão. A próxima edição da feira, em agosto, está sendo planejada para ampliar o alcance do setor, a geração de negócios e a atração de um maior número de compradores internos e externos. *"A expectativa é de que mais expositores e compradores internacionais participem, ampliando a visibilidade do evento e proporcionando novas oportunidades de negócios"*, afirma o presidente Paulo Mourão.

A ABIMAD'40 trará um panorama ainda mais abrangente do mercado de decoração premium, apresentando móveis e acessórios de luxo que refletem a excelência e a crescente valorização do design brasileiro no cenário global.

is looking to expand opportunities for exhibitors and prepare companies for foreign trade. *"Export logistics and competitiveness in the global market are constant issues. We offer ongoing support through the ABIMAD Export program, helping members to maximize their potential in the international market and supporting the companies' capacities to meet international standards of quality and competitiveness."*

The sector's continued growth reaffirms the strength of Brazilian design in the global market, consolidating Brazil as one of the main centers of innovation and quality in high-end furniture and decoration. The next edition of the fair, in August, is being planned to expand the sector's reach, generate business and attract a greater number of domestic and foreign buyers. *"We expect more international exhibitors and buyers to take part, increasing the event's visibility and providing new business opportunities,"* says president Paulo Mourão.

ABIMAD'40 will provide an even more comprehensive overview of the premium decoration market, presenting luxury furniture and accessories that reflect the excellence and growing appreciation of Brazilian design on the global stage.



FEIRA ABIMAD - Feira Brasileira de Móveis e Acessórios de Alta Decoração

Data: 5 a 8 de agosto de 2025

Local: São Paulo Expo - Rod. dos Imigrantes, s/n. Vila Água Funda, São Paulo - SP

Mais Informações: www.abimad.com.br

ABIMAD FAIR - Brazilian Trade Fair for High-Decoration Furniture and Accessories

Date: August 5th to 8th, 2025

Venue: São Paulo Expo - Rod. dos Imigrantes, s/n. Vila Água Funda, São Paulo - SP

More information: www.abimad.com.br

ENTREVISTA EXCLUSIVA: IVY ROSS

Google em Milão: a potência do design sensorial

A alta velocidade de renovação e antecipação de transformações no comportamento da sociedade, suas necessidades e anseios são fortes atributos do universo do design, realçados a cada edição do Salone del Mobile e da Milan Design Week.

Associados à tecnologia e à pesquisa antropológica, estes atributos se elevam à máxima potência. E, quando esta refinada composição se manifesta em expressão artística, o que se tem é uma das mais memoráveis e autoexplicativas experiências sensoriais que se pode vivenciar. A série de instalações com as quais o Google vem se apresentando na Milan Design Week já pode ser considerada um marco neste sentido. Após as instalações “A Space for Being” (2019) e “Shaped by Water” (2023), o Google Design Studio apresentou, com o Chromasonic (2024), a magnífica “Making Sense of Color”, captando as ondas sonoras em cores e as cores em ondas sonoras. Depois, convidou o espectador a transitar por um banquete de cores e sensações, apresentando seus novos produtos em um contexto extremamente sensorial. Foi algo único, avançado, poético, design sensível.

Neste ano, o Google retorna ao espaço Garage 21, em Milão, para propor mais uma experiência extraordinária: a “Making the Invisible Visible”, uma cocriação da CDO (Chief Design Officer) do Google para dispositivos de consumo, Ivy Ross, e sua equipe de design, com o artista americano Lachlan Turczan – que trabalha com elementos como luz, água e som. Como um preview nesta edição, que circula em Milão pelo segundo ano consecutivo na MDW, contamos que “Making the Invisible Visible” mergulhará os visitantes em uma narrativa multissensorial que transforma conceitos abstratos em experiências tangíveis, moldando uma série de espaços esculpidos inteiramente com luz. *“Ao dar à luz as qualidades da matéria física, ‘Making the Invisible Visible’ sugere um futuro onde a forma não depende mais da massa física, mas sim, da energia e da percepção.”*

A jornalista Camila Gino ao lado Ivy Ross, após a entrevista exclusiva, em Milão.

Journalist Camila Gino next to Ivy Ross after the exclusive interview in Milan.

EXCLUSIVE INTERVIEW: IVY ROSS GOOGLE IN MILAN: THE POWER OF SENSORY DESIGN

The high pace of renewal and anticipation of changes in society's behavior, needs and desires are strong attributes of the design universe, which is highlighted at every edition of the Salone del Mobile and Milan Design Week.

Combined with technology and anthropological research, these attributes are elevated to maximum power. And, when this refined composition manifests itself in artistic expression, what you get is one of the most memorable and self-explanatory sensory experiences you can have. The series of installations with which Google has been presenting itself at Milan Design Week can already be considered a milestone in this regard. After the installations “A Space for Being” (2019) and “Shaped by Water” (2023), Google Design Studio presented, with Chromasonic (2024), the magnificent “Making Sense of Color”, capturing sound waves in colors and colors in sound waves. Then, they invited the viewer to wander through a banquet of colors and sensations, presenting their new products in an extremely sensory context. It was something unique, advanced, poetic; sensitive design.

This year, Google returns to the Garage 21 space in Milan to propose another extraordinary experience: “Making the Invisible Visible”, a co-creation by Google's CDO (Chief Design Officer) for consumer devices, Ivy Ross, and her design team, with the American artist Lachlan Turczan - who works with elements such as light, water and sound. As a preview of this edition, which is circulating in Milan for the second year in a row at MDW, we tell you that “Making the Invisible Visible” will immerse visitors in a multi-sensory narrative that transforms abstract concepts into tangible experiences, shaping a series of spaces sculpted entirely with light. *“By giving birth to the qualities of physical matter, ‘Making the Invisible Visible’ suggests a future where form no longer depends on physical mass, but on energy and perception.”*



DESIGN HEART | IVY ROSS

Nesta entrevista exclusiva, concedida por Ivy Ross, em Milão, durante a MDW'24, ela revela mais sobre seu processo criativo, e de seu time, e o desejo de trazer a tecnologia e o design por meio de experiências que despertem nossos sentidos e nos conduzam à ação – e, por que não, à transformação.

POR CAMILA GINO E SOL ANDREASSA, ESPECIAL DE MILÃO

USE: Como você imaginou criar e tornar possível vivermos esta experiência sensorial?

Ivy Ross: Meu time de design e eu, quando projetamos nossos telefones ou eletrônicos, sempre pensamos nas coisas vivas em nossos sistemas sensoriais. São os sons, as cores, o toque. Todas estas coisas nos fazem sentir vivos. Então, nos propusemos a criar uma experiência que pudéssemos mostrar isso a elas. As cores, por exemplo, têm muitas dimensões. Não são apenas o que você vê, mas também o que você sente. É um todo, é multidimensional. Colaboramos assim, combinando a cor ao som, com o Johannes Girardoni e Harriet Girardoni, criadores do Chromasonic. Dessa forma, você tem esta experiência: está ouvindo uma cor e vendo um som. Sempre gostamos de fazer coisas a que pertencemos para proporcionar aos nossos visitantes uma experiência de ação. “Making Sense of Color” foi a primeira ação. E então os designers e eu nos perguntamos: “como sentimos a cor, qual o seu cheiro, seu gosto?” E, ao final, criamos um banquete para os olhos, no qual temos todos os produtos que projetamos expostos em uma mesa de jantar, com cores diferentes. A ideia é que você saia e entenda que a cor nos afeta emocionalmente e profundamente em tudo que fazemos. Você tem uma nova perspectiva, talvez, passe a prestar mais atenção nas cores, após esta experiência.

USE: Como isso está presente em sua vida e como influencia você e seus sentimentos? Ou a todos?

Ivy Ross: A ideia é estar mais consciente de que a cor muda nossas batidas cardíacas algumas vezes, nossa respiração, nos afeta psicologicamente e fisicamente. Diferentes cores fazem diferentes coisas com as pessoas. Como experiência, é muito impressionante.

Ao lado: Preview Milão 2025: neste ano, o Google traz uma nova proposta que une arte, tecnologia e design sensorial, com a instalação “Making the Invisible Visible”. Na página seguinte: Instalação de 2024, “Making Sense of Color”, cocriação com o Chromasonic: icônica e avançada experiência que capta o som da cor e a cor do som

On the side: Preview Milan 2025: this year, Google is bringing a new proposal that combines art, technology and sensory design, with the “Making the Invisible Visible” installation. On the next page: 2024 installation, “Making Sense of Color”, co-created with Chromasonic: iconic and advanced experience that captures the sound of color and the color of sound

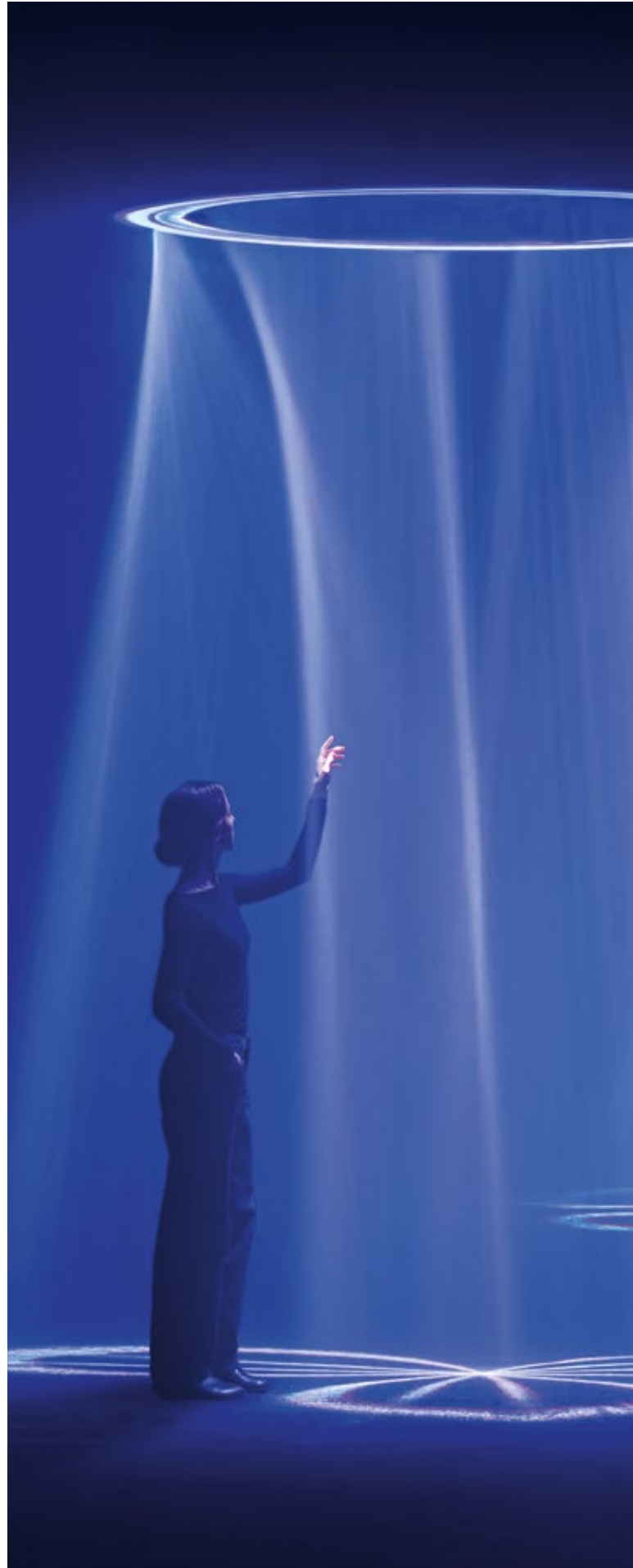




Imagem: © GOOGLE © Lachlan Turczan



Imagem: Courtesy of Chromasonic/Google

In this exclusive interview with Ivy Ross in Milan during MDW'24, she reveals more about her creative process and that of her team, and the desire to bring technology and design through experiences that awaken our senses and lead us to action - and, why not, transformation.

BY CAMILA GINO AND SOL ANDREASSA, SPECIAL FROM MILAN

USE: How did you imagine creating this sensory experience and making it possible for us to live it?

Ivy Ross: My design team and I, when we design our phones or electronics, always think about the living things in our sensory systems. The sounds, the colors, the touch. All these things make us feel alive. So we set out to create an experience that we could show them that. Colors, for example, have many dimensions. It's not just what you see, but also what you feel. It's a whole, it's multidimensional. We collaborated in this way, combining color with sound, with Johannes Girardoni and Harriet Girardoni, creators of Chromasonic. That way, you have this experience: you're hearing a color and seeing a sound. We always like to do things we belong to in order to give our visitors an action experience. "Making Sense of Color" was the first action. And then the designers and I asked ourselves: "How do we feel color, what does it smell like, what does it taste like?" And, in the end, we created a feast for the eyes, in which we have all the products we designed displayed on a dining table, in different colors. The idea is that you go out and understand that color affects us emotionally and deeply in everything we do. You get a new perspective and perhaps pay more attention to color after this experience.

USE: How is this present in your life and how does it influence you and your feelings? Or everyone?

Ivy Ross: The idea is to be more aware that color changes our heartbeats sometimes, our breathing, affects us psychologically and physically. Different colors do different things to people. As an experiment, it's very impressive.

ENTREVISTA EXCLUSIVA: TOM DIXON E AS MÚLTIPLAS POSSIBILIDADES DA MATÉRIA E DA PRODUÇÃO

Além da versátil coleção apresentada na Milan Design Week 2024, que pudemos conferir em primeira mão no icônico The Manzoni, restaurante showroom de Tom Dixon em Milão, o designer britânico lançou novidades que, mais uma vez, reinventam o design de produto. A partir de uma estética e técnica impecáveis, Tom Dixon explora o estado da arte do processo produtivo de múltiplas formas – um talento que ele tem de sobra.

Entre as novidades está o escultural modelo Pose, coleção de luminárias elegante e com certo charme antropomórfico. Outro lançamento está na estreia da linha outdoor Tom Dixon. A Groove foi projetada com foco na recente valorização dos espaços ao ar livre pelas pessoas. Essa é a primeira coleção de móveis para áreas externas mais abrangente do artista. A coleção inclui cadeiras de jantar, bancos e mesas feitas de alumínio durável, apresentando uma silhueta elegante e uma paleta de cores suaves – o design evoca o estilo art deco. A nova coleção outdoor, que tem três anos de garantia, é o resultado de uma década de pesquisas.

Tom Dixon, renomado designer, concedeu entrevista à jornalista Camila Gino para a revista USE DESIGN durante a Design Week 2024



Coleção Outono-Inverno: Tom Dixon revelará na Milan Design Week 2025 uma coleção altamente avançada, composta por peças em iluminação, móveis e acessórios, que materializam a forma única como atua com a exploração contínua de aspectos como geometria, efeito ótico e inovação material

Autumn/Winter Collection: Tom Dixon will unveil a highly advanced collection at Milan Design Week 2025, made up of pieces in lighting, furniture and accessories, which materialize the unique way in which he works with the continuous exploration of aspects such as geometry, optical effect and material innovation.

EXCLUSIVE INTERVIEW: TOM DIXON AND THE MULTIPLE POSSIBILITIES OF MATERIAL AND PRODUCTION

In addition to the versatile collection presented at Milan Design Week 2024, which we were able to see first-hand at the iconic The Manzoni, Tom Dixon's showroom restaurant in Milan, the British designer has launched new products that once again reinvent product design. With impeccable aesthetics and technique, Tom Dixon explores the state of the art of the production process in multiple ways - a talent he has in abundance.

Among the novelties is the sculptural Pose model, a collection of elegant lamps with a certain anthropomorphic charm. Another launch is the debut of the Tom Dixon outdoor line. Groove was designed focusing on people's recent appreciation of outdoor spaces. This is the artist's first comprehensive outdoor furniture collection. It includes dining chairs, benches and tables made from durable aluminum, featuring an elegant silhouette and a soft color palette - the design evokes the art deco style. The new outdoor collection, which comes with a three-year guarantee, is the result of a decade of research.

Renowned designer Tom Dixon gave an interview to journalist Camila Gino for USE DESIGN magazine during Design Week 2024.



Para falar sobre a criação de formas únicas, e que remetem, com frequência, ao movimento visual e tátil, explorando luz, cor e textura com virtuosismo, Tom Dixon conversou conosco em entrevista exclusiva, no Manzonni na MDW do ano passado. Ele contou, inclusive, que se encantou com os processos de produção das fábricas de cerâmica, que conheceu quando visitou o Brasil.

POR CAMILA GINO E SOL ANDREASSA, ESPECIAL DE MILÃO

USE: Você tem o dom de trabalhar lindamente a matéria e as formas. O que te inspira a criar?

Tom Dixon: Minha inspiração é sempre onde você faz as coisas. Então, ao visitar fábricas, participar workshops me sinto inspirado. Fui ao Brasil, muito recentemente, e visitei as fábricas de cerâmica. Voltei muito inspirado! Enquanto as pessoas se inspiram no design de interiores, eu me inspiro nas possibilidades do processo de fabricação.

USE: Como você vê o presente e o futuro do morar?

Tom Dixon: Bem, hoje, ainda se buscam muitos materiais e móveis baratos. No futuro, as coisas deverão ter seu próprio valor. E o designer tem que pensar no meio ambiente, em coisas que durem por um longo tempo. De uma perspectiva brasileira, é interessante observar como finalmente o design dos anos 1950, 1960 e 1970 se tornaram celebrados. Vi muito como no Brasil, isso ganhou evidência, assim como na Europa. E na América, há um grande ressurgimento do "design tropical". É interessante, se você consegue combinar a beleza dos materiais tropicais à sustentabilidade.

USE: E o que você pensa do design brasileiro neste momento? Você acredita que o mundo está mais atento à criação brasileira?

Tom Dixon: Há uma arquitetura muito interessante no Brasil. Não pude ver ainda muito do design de produtos, mas isso está muito relacionado à capacidade industrial. E creio que há muitas indústrias contemporâneas no Brasil fazendo design moderno, de fato. O Brasil tem uma história incrível, materiais incríveis, assim como educação, e isso vem se tornando um verdadeiro estilo brasileiro.



A icônica coleção de luminárias Melt celebra 10 anos em 2025, retornando com ênfase renovada em seu efeito fundido característico

The iconic Melt lamp collection celebrates its 10th anniversary in 2025, returning with a renewed emphasis on its characteristic cast effect

To discuss the creation of unique forms that often refer to visual and tactile movement, exploring light, color and texture with virtuosity, Tom Dixon spoke to us in an exclusive interview at Manzoni at last year's MDW. He even told us that he was enchanted by the production processes of the ceramic factories he visited in Brazil.

**BY CAMILA GINO
AND SOL ANDREASSA,
SPECIAL FROM MILAN**

USE: You have a gift for working beautifully with materials and shapes. What inspires you to create?

Tom Dixon: My inspiration is always where you make things. So, when I visit factories, take part in workshops, I feel inspired. I went to Brazil very recently and visited the ceramics factories. I came back very inspired! While people are inspired by interior design, I'm inspired by the possibilities of the manufacturing process.

USE: How do you see the present and future of living?

Tom Dixon: Well, today, we're still looking for a lot of cheap materials and furniture. In the future, things will have to have their own value. And the designer has to think about the environment, about things that will last for a long time. From a Brazilian perspective, it's interesting to see how design from the 1950s, 1960s and 1970s has finally become celebrated. I've seen a lot of how, in Brazil, this has gained prominence, just as it has in Europe. And in America, there's a big resurgence of "tropical design". It's interesting if you can combine the beauty of tropical materials with sustainability.

USE: And what do you think of Brazilian design at the moment? Do you think the world is paying more attention to Brazilian design?

Tom Dixon: There is some very interesting architecture in Brazil. I haven't seen much product design yet, but that's very much related to industrial capacity. And I think there are a lot of contemporary industries in Brazil doing actual modern design. Brazil has an incredible history, incredible materials, as well as education, and this is becoming a real Brazilian style.



Suave revolução: a marca também traz uma nova coleção de tecidos, valorizando atributos como profundidade e calor

Gentle revolution: the brand is also bringing out a new collection of fabrics, highlighting attributes such as depth and warmth



Imagem: Mariana Alves/Iphan

GRAFISMO DE POVOS ORIGINÁRIOS É RECONHECIDO PELO IPHAN

No dia 25 de março, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) reconheceu que o Kene Kuĩ - conjunto de saberes e técnicas envolvidos na produção dos grafismos do povo Huni Kuĩ, originário da Amazônia Ocidental - como patrimônio cultural do Brasil. O pedido de registro do novo patrimônio foi votado e aprovado por unanimidade.

O Kene Kuĩ é um conjunto de conhecimentos técnicos e rituais, materiais e imateriais, que envolvem a produção de padrões gráficos realizados pelo povo Huni Kuĩ, originário da Amazônia Ocidental, entre Brasil e Peru. Suas produções envolvem tecelagem, cestaria, pintura corporal, cerâmica, produção de redes e miçangas, entre outros objetos. Mais do que uma manifestação artística, o Kene Kuĩ é considerado uma linguagem visual que incorpora saberes sobre o universo cosmológico, as relações sociais, as práticas rituais e os modos de vida do povo Huni Kuĩ.

Esse grafismo possui uma estética que equilibra simetria e assimetria, figura e fundo, e utiliza padrões geométricos elaborados que narram histórias e refletem uma cosmologia rica e complexa. Tradicionalmente, a produção do Kene é realizada majoritariamente por mulheres, que desempenham o papel de "aĩbu keneya" (mestras do desenho), transmitindo os saberes por meio de práticas orais, cânticos e rituais. O aprendizado do Kene inclui também a observação e a relação com os "yuxibu" (seres da floresta), que inspiram e guiam a criação gráfica.

INDIGENOUS PEOPLE'S GRAPHICS ARE RECOGNIZED BY IPHAN

On March 25th, the National Historical and Artistic Heritage Institute (IPHAN) recognized Kene Kuĩ - the body of knowledge and techniques involved in producing the graphisms of the Huni Kuĩ people, originally from the Western Amazon - as a cultural heritage from Brazil. The request to register the new heritage asset was voted on and approved unanimously.

Kene Kuĩ is a set of technical and ritual knowledge, both tangible and intangible, which involves the production of graphic patterns by the Huni Kuĩ people, originally from the Western Amazon, between Brazil and Peru. Their productions involve weaving, basketry, body painting, ceramics, the production of hammocks and beads, among other objects. More than an artistic manifestation, Kene Kuĩ is considered a visual language that incorporates knowledge about the cosmological universe, social relations, ritual practices and ways of life of the Huni Kuĩ people.

It has an aesthetic that balances symmetry and asymmetry, figure and background, and uses elaborate geometric patterns that tell stories and reflect a rich and complex cosmology. Traditionally, Kene is produced mostly by women, who play the role of "aĩbu keneya" (drawing masters), passing on knowledge through oral practices, chants and rituals. Kene learning also includes observing and relating to the "yuxibu" (forest beings), who inspire and guide graphic creation.



Imagem: Iphan

No topo da página: Judite Huni Kuĩ - mestra tradicional e presidenta da associação das produtoras artesanãs Kaxinawa de Tarauaca e Jordão e o cacique Ninawa Huni Kuĩ - presidente na Federação do povo Huni Kuĩ do Acre - FEPHAC. Acima, O grafismo desenvolvido pelo povo Huni Kuĩ, o Kene Kuĩ, foi declarado patrimônio cultural do Brasil.

Top of the page: Judite Huni Kuĩ - traditional master and president of the association of Kaxinawa artisan producers from Tarauaca and Jordão and the chief Ninawa Huni Kuĩ - president of the Federation of the Huni Kuĩ. Above: The graphics developed by the Huni Kuĩ people, the Kene Kuĩ, have been declared a cultural heritage of Brazil.

ARTESANIA

ACTUAL

Curta a natureza com o conforto
e o design da Coleção Lyon.

Enjoy nature with the comfort and design of the Lyon Collection



+55 41 98518 5807

+55 41 98522 6455



artesaniaactual.com.br

@artesania_actual

O DESIGN QUE CONECTA MEMÓRIAS, NEGÓCIOS E TENDÊNCIAS

Nas últimas décadas, a paixão pelo design floresceu no Brasil e hoje, com a tecnologia como aliada, inspira o mundo. Essa evolução se revela na transformação do dia a dia dos consumidores, ao criar memórias afetivas que acompanham cada detalhe dos ambientes e projetos. Os móveis são mais do que peças de decoração: estão presentes nos lares onde construímos histórias, nos hotéis das viagens inesquecíveis, nas mesas postas que celebram encontros, no descanso físico e mental, na iluminação que nos acolhe. O design desafia o empreendedor e o convida a enxergar o luxo de uma nova forma. Luxo, hoje sabemos, é servir, cuidar, transformar experiências em lembranças que permanecem para sempre nas tradições, e seguem por gerações. O fato é que essas memórias só existem porque as feiras B2B desempenham um papel essencial ao conectar fábricas, lojistas e profissionais do setor. São nesses encontros que negócios são fechados, tendências ganham forma e inovações se tornam realidade. Em um efeito cascata, as engrenagens do design se movimentam, impulsionando toda a cadeia produtiva e levando inspiração para o mundo. Cada peça criada, cada projeto desenvolvido e cada ambiente transformado tem sua origem nesse ecossistema dinâmico, onde criatividade e estratégia caminham juntas para moldar o futuro do design global.

Quer saber mais sobre as inovações e inspirações que marcarão o futuro do design? Acompanhe nossa próxima edição: traremos os highlights do Salone del Mobile Milano 2025 e todas as tendências que irão revolucionar o mercado. Transforme o seu conhecimento em negócios. Faça mais e melhor pelo seu setor e por sua empresa. Confira a agenda de feiras e eventos do Brasil e do mundo, e sempre que possível, participe!

Imagem: divulgação



Inspiradas pela luz e as chamas do fogo, as novas criações de luxo de Guilherme Wentz refletem uma vivência de tempo mais lenta e serena

Inspired by light and the flames of fire, Guilherme Wentz's new luxury creations reflect a slower and more serene experience of time

DESIGN THAT CONNECTS MEMORIES, BUSINESS AND TRENDS

In recent decades, the passion for design has flourished in Brazil and today, with technology as an ally, it inspires the world. This evolution is revealed in the transformation of consumers' daily lives, creating emotional memories that accompany every detail of spaces and projects. Furniture is more than just a piece of decoration: it is present in the homes where we build stories, in the hotels where we take unforgettable trips, in the tables set to celebrate meetings, in physical and mental rest, in the lighting that welcomes us. Design challenges entrepreneurs and invites them to look at luxury in a new way. Luxury, we now know, is about serving, caring, transforming experiences into memories that remain forever in traditions and continue for generations. The fact is that these memories only exist because B2B fairs play an essential role in connecting factories, retailers and professionals in the sector. It is at these meetings that deals are struck, trends take shape and innovations become a reality. In a cascade effect, the gears of design move, driving the entire production chain and bringing inspiration to the world. Every piece created, every project developed, and every space transformed has its origins in this dynamic ecosystem, where creativity and strategy go hand in hand to shape the future of global design.

Want to know more about the innovations and inspirations that will shape the future of design? Follow our next edition: we'll bring you the highlights of Salone del Mobile Milano 2025 and all the trends that will revolutionize the market. Turn your knowledge into business. Do more and better for your sector and your company. Check out the calendar of trade fairs and events in Brazil and around the world and take part whenever possible!

ABRIL

RIO BOAT SHOW

Data: 26 de abril
a 4 de maio
Local: Marina da Glória
Rio de Janeiro - RJ
rioboatshow.com.br

MAIO

ICFF

Data: 18 a 20 de maio
Local: Javits
Center - Nova York
Estados Unidos
icff.com

MÓVEL BRASIL

Data: 20 a 23 de maio
Local: Expocentro
Balneário Camboriú - SC
movelbrasil.com.br

CELEBRASHOW

Data: 25 a 28 de maio
Local: Expo Center Norte
São Paulo - SP
celebrashow.com.br

CASA COR SÃO PAULO

Data: 27 de maio
a 3 de agosto
Local: Parque da Água
Branca - São Paulo - SP
casacor.abril.com.br

"Um Lugar -
Cadeiras Brasileiras
Contemporâneas" valoriza
a produção autoral e
destaca o mobiliário
como identidade,
funcionalidade e arte

"Um Lugar -
Contemporary Brazilian
Chairs" values authorial
production and highlights
furniture as identity,
functionality and art

JUNHO

SALÃO DE GRAMADO

Data: 16 a 19 de junho
Local: Centro de Feiras
e Eventos Serra Park -
Gramado - RS
salaodegramado.com.br

ART BASEL

Data: 19 a 22 de junho
Local: Messe Basel -
Basileia - Suíça
basel.com/en/
events/art-basel

JULHO

MARINA ITAJAÍ BOAT SHOW

Data: 3 a 6 de julho
Local: Marina Itajaí
Itajaí - SC
itajaiboatshow.com.br

AGOSTO

HOTEX

Data: 5 a 8 de agosto
Local: São Paulo Expo
São Paulo - SP
hotex.com.br

ABIMAD'40

Data: 5 a 8 de agosto
Local: São Paulo Expo
São Paulo - SP
abimad.com.br



Imagem: Cléber de Paula



APRIL

RIO BOAT SHOW

Date: April 26th
to May 4th
Venue: Marina da Glória
Rio de Janeiro - RJ
rioboatshow.com.br

MAY

ICFF

Date: May 18th to 20th
Venue: Javits
Center - New York -
United States
icff.com

MÓVEL BRASIL

Date: May 20th to 23rd
Venue: Expocentro -
Balneário Camboriú - SC
movelbrasil.com.br

CELEBRASHOW

Date: May 25th to 28th
Venue: Expo Center Norte
- São Paulo - SP
celebrashow.com.br

CASA COR SÃO PAULO

Date: May 27th
to August 3rd
Venue: Água Branca
Park - São Paulo - SP
casacor.abril.com.br

JUNE

SALÃO DE GRAMADO

Date: June 16th to 19th
Venue: Serra Park Fairs
and Events Center -
Gramado - RS
salaodegramado.com.br

ART BASEL

Date: June 19th to 22nd
Venue: Messe Basel
Basel - Switzerland
basel.com/en/
events/art-basel

JULY

MARINA ITAJAÍ BOAT SHOW

Date: July 3rd to 6th
Venue: Marina
Itajaí - Itajaí - SC
itajaiboatshow.com.br

AUGUST

HOTEX

Date: August 5th to 8th
Venue: São Paulo
Expo - São Paulo - SP
hotex.com.br

ABIMAD'40

Date: August 5th to 8th
Venue: São Paulo
Expo - São Paulo - SP
abimad.com.br

AGENDE-SE CALENDAR

ABUP SHOW

Data: 12 a 15 de agosto
Local: Pro Magno Centro de Eventos – São Paulo - SP
abup.com.br

ABCASA FAIR

Data: 13 a 16 de agosto
Local: Expo Center Norte – São Paulo – SP
abcasa.org.br

BRASÍLIA BOAT SHOW

Data: 13 a 17 de agosto
Local: Orla da Concha Acústica – Brasília - DF
brasiliaboatshow.com.br

SETEMBRO

MAISON & OBJECT

Data: 4 a 8 de setembro
Local: Paris Nord Villepinte Exhibition Centre - França
maison-objet.com

CONSTRUIR AI

Data: 16 a 19 de setembro
Local: Expo Centro – Balneário Camboriú – SC
construir.ai

EQUIPOTEL

Data: 16 a 19 de setembro
Local: Expo Center Norte – São Paulo – SP
equipotel.com.br

SÃO PAULO

BOAT SHOW

Data: 18 a 23 de setembro
Local: São Paulo Expo - SP
saopauloboatshow.com.br

CERSAIE

Data: 22 a 26 de setembro
Local: Bologna - Itália
cersaie.it

NOVEMBRO

FOZ INTERNACIONAL BOAT SHOW

Data: 27 a 30 de novembro
Local: late Clube Lago de Itaipu (ICLI)
fozboatshow.com.br



Imagem: MCA Estúdio

Na Mostra Artefacto Rio 2025, Andrea Eiras, Aurora Grei e Carla Napolião recriam o Brasil dos anos 50 e 60 com charme retrô e toques contemporâneos.

At Mostra Artefacto Rio 2025, Andrea Eiras, Aurora Grei and Carla Napolião recreate the Brazil of the 50s and 60s with retro charm and contemporary touches.

ABUP SHOW

Date: August 12th to 15th
Venue: Pro Magno Centro de Eventos - São Paulo - SP
abup.com.br

ABCASA FAIR

Date: August 13th to 16th
Venue: Expo Center Norte São Paulo - SP
abcasa.org.br

BRASÍLIA BOAT SHOW

Date: August 13th to 17th
Venue: Orla da Concha Acústica - Brasília - DF
brasiliaboatshow.com.br

SEPTEMBER

MAISON & OBJECT

Date: September 4th to 8th
Venue: Paris Nord Villepinte Exhibition Center - France
maison-objet.com

CONSTRUIR AI

Date: September 16th to 19th
Venue: Expo Centro Balneário Camboriú - SC
build.ai

EQUIPOTEL

Date: September 16th to 19th
Venue: Expo Center Norte - São Paulo - SP
equipotel.com.br

SÃO PAULO

BOAT SHOW

Date: September 18th to 23rd
Place: São Paulo Expo - SP
saopauloboatshow.com.br

CERSAIE

Date: September 22nd to 26th
Venue: Bologna - Italy
cersaie.it

FOZ INTERNACIONAL

BOAT SHOW

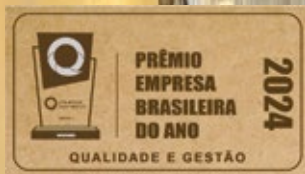
Date: November 27th to 30th
Venue: late Clube Lago de Itaipu (ICLI)
fozboatshow.com.br



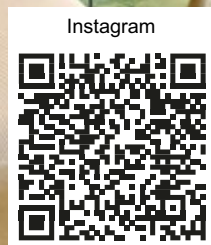
Imagem: divulgação/Azimut

Azimut Yachts apresentou seu megaiate de luxo exclusivo com Sky Lounge no Miami Boat Show em fevereiro de 2025

Azimut Yachts presented its exclusive luxury megayacht with Sky Lounge at the Miami Boat Show in February 2025



ASA
MÓVEIS ESTOFADOS
BRAZIL



Campeão no **"Design com traços contemporâneos"** pelo Prêmio Salão de Gramado.

Champion in **"Design with contemporary features"** at the Salão de Gramado Awards.

Raupe - Vanessa Martins



Doim - Estudio Galho



Nonna - Studio Alfaia



Riso - Estudio Galho

asamoveisestofados.com.br



luca millani®

A sofisticação no design não está no excesso de elementos, mas na harmonia entre forma, função e emoção.

Sophistication in design does not lie in an excess of elements, but in the harmony between form, function and emotion.



Instagram:



+ 55 (11) 2954.4747