

USE.

Desejos em design



CHRISTINA HAMOUI

A elegância da identidade: um projeto de interiores onde arte, curadoria e design contemporâneo reinterpretam o neoclássico

SALONE DEL MOBILE.MILANO

Quando a matéria se torna linguagem: uma leitura dos conceitos, das tendências e das transformações que moldam o design contemporâneo

AMBIENTE FRANKFURT

A porta de entrada para novos mercados: como a principal feira mundial de bens de consumo impulsiona a internacionalização das empresas brasileiras



MÓVEIS PRONTOS • SOB MEDIDA • CORPORATIVO • EXPORTAÇÃO



www.rudnick.com.br

Rudnick



PREPARE-SE PARA A

ABIMAD'43

O PRINCIPAL
ENCONTRO
DE **NEGÓCIOS**
E **DESIGN** DA
AMÉRICA LATINA.

26-29
JAN
2027

Terça a sexta-feira

Com **23 anos de história**, o evento é referência no setor e o ponto de encontro ideal para quem busca negócios, tendências, design e inspiração.

São Paulo Expo

Rod. dos Imigrantes, Km 1,5
Vila Água Funda
São Paulo/SP

www.abimad.com.br



Apoio

ABIMAD'EXPORT HALL

Local

SÃO PAULO EXPO
EXHIBITION & CONVENTION CENTER



Realização

ABIMAD'

Brazilian Association of High-End Décor Furniture Industries



@abimadfeiras

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

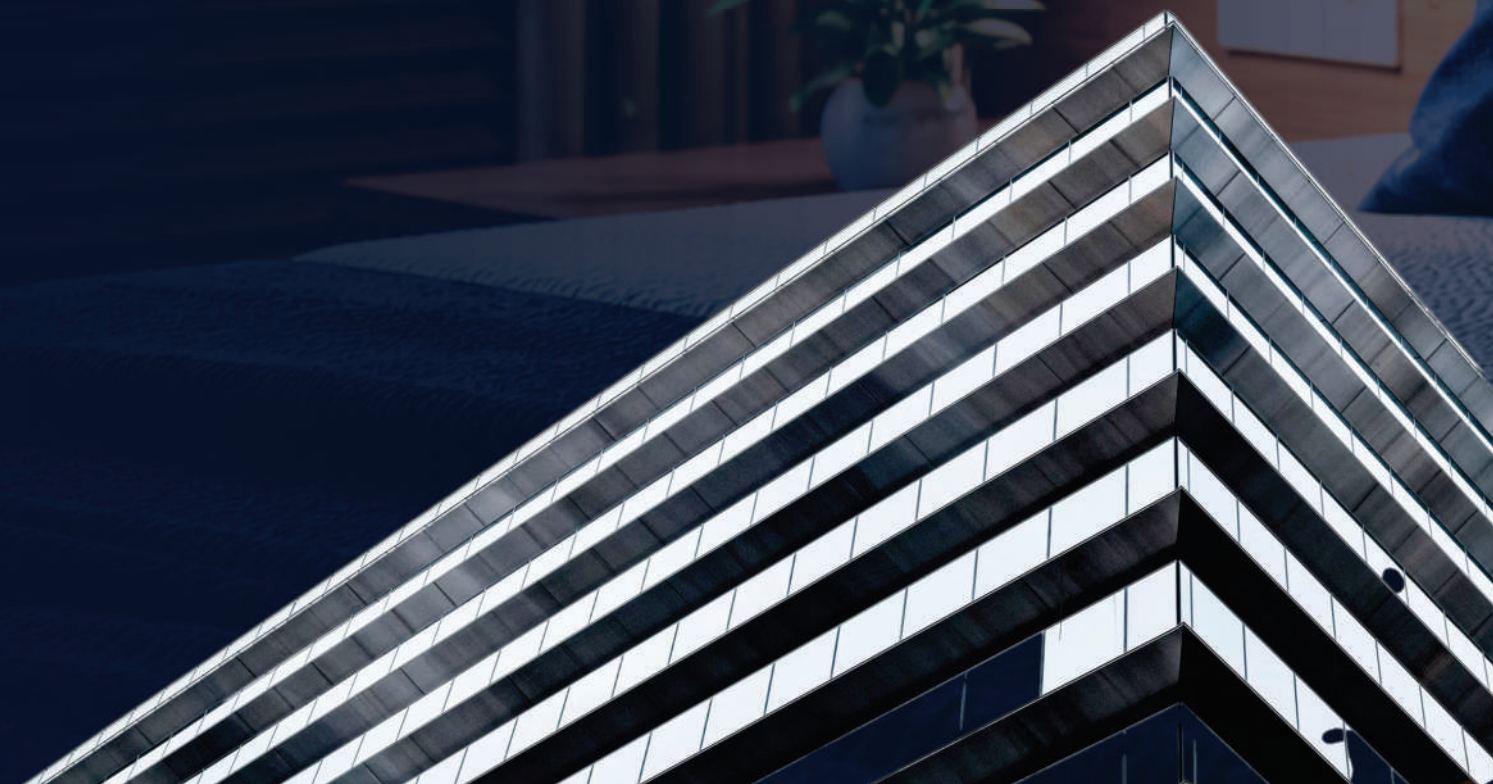
SAVE THE DATE

03-06 AGOSTO 2027

SÃO PAULO - BRASIL

São Paulo Expo - Rodovia dos Imigrantes, Km 1,5 - Vila Água Funda • São Paulo | SP

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



HOTEX

- **PRÊMIO MAIORES NOMES DA HOTELARIA** | Top Names in Hospitality Award
- **ÁREA EXPOSITIVA COM CURADORIA** | Curated Exhibition Area
- **HOTEX BRASIL SUMMIT DE HOSPITALIDADE** | HOTEX Brazil Hospitality Summit
- **RODADAS DE NEGÓCIOS** | Business Matchmaking Sessions
- **EMPREENDE + MULHERES** | Empreende + Women Initiative
- **MESA REDONDA AO VIVO** | Live Roundtable Discussions
- **PALESTRAS & TALKS** | Keynotes & Expert Talks
- **HOTEL EXPERIENCE** | Hotel Experience

O FUTURO SE HOSPEDA AQUI.

ABIMAD



Associação Brasileira de Governantas
e Profissionais de Hotelaria



SINHORES
SINDICATO DOS HOTÉIS,
RESTAURANTES, BARES
E SIMILARES

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS E REGIÃO



SINDHOTÉIS-SP

hotexbrasil.com.br

#HOTEXEUVOU

**Arte, tradição e
exclusividade em cristal.**





CRISTAIS TAVARES

Inspirados na arte do cristal Murano e na excelência do feito à mão, transformamos o fogo, a técnica e a tradição em peças que atravessam o tempo.

Cada criação é pensada para refletir luz, personalidade e sofisticação, levando autenticidade e beleza para os mais diversos ambientes.



USE.

PUBLISHER

Sol Andreassa
MTB 0011255/PR

DIRETORIA

Marcelo Colaço

JORNALISMO

Sol Andreassa
MTB 0011255/PR

jornalismo@
grupomultimedia.com.br

PROJETO GRÁFICO

Nathalia Ceconello

DIREÇÃO DE ARTE

Nathalia Ceconello

FOTO CAPA

Raphael Briest

TI

Adilson Alves da Cruz

COMERCIAL

comercial@
grupomultimedia.com.br

ASSINATURAS

assinaturas@
grupomultimedia.com.br

COLONISTA

Maria Jose Dantas

COLABORADORES

Danilo Costa
Emilie Guimarães
Glaucia Ferreira
Marcus Contin

CONSELHO

Angelo Duvoisin
Aurélio Sant'Anna
Eduardo Daher
Ivo Cansan
Alceu de Genaro

A revista USE DESIGN é uma publicação trimestral do Grupo Multimedia 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 11 - N° 35 - 2026. JUL | AGO | SET
revistause.com.br

GRUPO
MULTIMÍDIA

SÃO PAULO - SP

+55 9 1569.1584

CURITIBA

+55 (41) 3235.5015

O QUE PERMANECE QUANDO TUDO MUDA?

Há um tempo em que tudo parece correr mais rápido. Produtos se renovam em ciclos cada vez menores, tecnologias surgem diariamente e tendências atravessam continentes na velocidade de um clique. Ainda assim, algumas coisas permanecem. Permanecem porque não dependem da novidade, mas daquilo que possuem de essencial. Há também quem visite uma feira internacional para descobrir tendências; e os que buscam as permanências.

Em tempos em que a velocidade se tornou argumento de venda, encontrar aquilo que resiste ao tempo pode ser de fato, o exercício mais sofisticado do design, - e também do jornalismo.

Foi com esse olhar que percorremos o Salone del Mobile. Milano 2026. Entre milhares de lançamentos, instalações monumentais e discursos sobre inovação, uma ideia atravessava silenciosamente todos os pavilhões: antes da forma, existe a matéria. Antes da tecnologia, existe o conhecimento. Antes do objeto, existe uma história.



Não por acaso, o tema desta edição nasce justamente dessa percepção. Ao longo das próximas páginas, você encontrará projetos que revelam como madeira, pedra, vidro, metal, tecido e couro deixaram de ser apenas materiais para se tornarem linguagem. Mas encontrará também algo que não costuma ocupar vitrines. Encontrará pessoas. Porque toda grande indústria é construída por talentos que quase nunca aparecem na fotografia. Na hotelaria, onde o luxo se mede pela capacidade de fazer o extraordinário parecer natural, são milhares de mulheres que sustentam diariamente a experiência do acolhimento. Invisíveis para muitos hóspedes, indispensáveis para qualquer hotel. Maria José Dantas nos lembra que hospitalidade nunca foi apenas um serviço. É uma competência humana que movimenta uma das maiores economias do planeta.

Essa mesma lógica aparece quando observamos a internacionalização do design brasileiro. Feiras continuam sendo fundamentais, mas já não bastam. O que projeta um país para o mundo é sua capacidade de construir relações, gerar confiança e ocupar espaços de relevância. É nesse cenário que a atuação da ABIMAD ganha um novo significado, ampliando a presença institucional do Brasil muito além dos estandes.

Também falamos sobre mercados. A Ambiente, em Frankfurt, confirma que negócios internacionais nascem onde diferentes culturas se encontram. Mais do que números impressionantes, a feira revela como conexões continuam sendo o principal ativo da economia global.

E, porque viver bem também passa pelos sentidos, convidamos você para uma pausa à mesa. O chef Erick Domenico compartilha uma receita em que técnica e memória caminham juntas, lembrando que alguns dos gestos mais sofisticados ainda são aqueles capazes de despertar afeto.

Nossa capa sintetiza, de certa forma, tudo isso. A residência assinada por Christina Hamoui impressiona especialmente pela inteligência das escolhas. É um projeto que demonstra que elegância não depende de ostentação, mas da coerência entre arquitetura, arte, design e modo de viver.

E ao escrever este editorial, percebo que aprendemos todos em nossa caminhada, com os significados e ressignificações que não tem data marcada, mas cumprem ciclos: enquanto o mundo parece acelerar, o verdadeiro luxo continua habitando aquilo que exige tempo: o domínio da matéria, o cuidado artesanal, a hospitalidade genuína, a boa arquitetura, a gastronomia feita sem pressa e o design que nasce para permanecer.

Se existe uma tendência capaz de atravessar modismos, creio que seja esta: valorizar o essencial.

Boa leitura!

Sol Andreassa
Editora-Chefe | Revista USE DESIGN

CONTEÚDO



JUL | AGO | SET 2026

USE.
Desejos em design

12 HOSPITALITY EXPERIENCE
O PODER INVISÍVEL DA HOSPITALIDADE
AS MULHERES QUE MOVEM UMA INDÚSTRIA
TRILIONÁRIA

16 BRAVO!
GNOCCHI DE MANDIOQUINHA: MEMÓRIA,
TÉCNICA E AFETO À MESA

18 FORMAS & FORMATOS
LINHAS ORGÂNICAS:
UM MANIFESTO DE ACOLHIMENTO

32 DESIGN BR
ABIMAD AMPLIA A ESTRATÉGIA DE
INTERNACIONALIZAÇÃO DO DESIGN BRASILEIRO



16



78

36 **NOSSA CAPA**
A ELEGÂNCIA DA IDENTIDADE

46 **SALONE DEL MOBILE. MILANO 2026**
SALONE DEL MOBILE. MILANO 2026:
A MATÉRIA COMO LINGUAGEM

56 **SPECIALE BRASILE**
BRASIL - SALONE DEL MOBILE.
MILANO 2026: PRESENÇA
INTERNACIONAL COM DESIGN,
INDÚSTRIA E IDENTIDADE

62 **FUORISALONE**
MILÃO TRANSFORMA O DESIGN
EM LINGUAGEM, EXPERIÊNCIA E
ESTRATÉGIA

70 **ENTRE LINHAS**
SALONE DEL MOBILE.MILANO 2026:
O DESIGN VENDE CULTURA

74 **LUXURY LIVING**
MILLBROOK BEDS: O LUXO COMEÇA
ONDE OS OLHOS NÃO VEEM

78 **BUSINESS**
AMBIENTE AMPLIA OPORTUNIDADES PARA
EMPRESAS BRASILEIRAS NO MERCADO
INTERNACIONAL

82 **AGENDE-SE**
O PROTAGONISTA É O MERCADOW



O PODER INVISÍVEL DA HOSPITALIDADE

AS MULHERES QUE MOVEM UMA INDÚSTRIA TRILIONÁRIA

*Por Maria José Dantas, presidente da ABG
Associação Brasileira de Governantas*

A hospitalidade é uma das maiores indústrias de serviços do planeta. Segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC), o setor de Viagens e Turismo foi responsável por movimentar US\$ 10,9 trilhões em 2024, o equivalente a 10% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, além de sustentar 357 milhões de empregos, ou aproximadamente um em cada dez postos de trabalho no mundo. As projeções indicam que esse número deverá alcançar 449 milhões de empregos até 2035 (WTTC – Economic Impact Research 2025).

No centro dessa engrenagem estão as mulheres. Dados da ONU Turismo (UN Tourism) mostram que elas representam cerca de 54% da força de trabalho do turismo mundial, percentual significativamente superior à média de outros setores da economia. Na hotelaria, sua presença é ainda mais expressiva, especialmente nas áreas de Governança, atendimento, operações, alimentos e bebidas, recursos humanos e experiência do cliente. Entretanto, essa representatividade diminui à medida que se sobe na estrutura de comando: segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC), embora as mulheres sejam maioria na operação, elas ocupam apenas cerca de 30% dos cargos de liderança nas empresas do setor.

A hospitalidade é uma indústria movida por pessoas, e as mulheres ocupam um papel essencial na construção da experiência que o hóspede leva consigo. O luxo invisível só existe porque há pessoas invisíveis sustentando essa experiência. E, na hotelaria, grande parte dessas pessoas são mulheres.

Na edição anterior, refletimos sobre o novo luxo: aquele que não se impõe, mas se revela na experiência. Um luxo silencioso, percebido na fluidez, na precisão e na ausência de falhas. Mas existe uma pergunta inevitável: quem sustenta essa experiência todos os dias?

Toda experiência precisa de alguém que a torne possível. Nenhum ambiente permanece impecável sozinho. Nenhum enxoval conserva sua maciez por acaso. Nenhum quarto transmite acolhimento espontaneamente. Por trás de cada detalhe existe conhecimento, planejamento, disciplina e um trabalho diário que raramente aparece aos olhos do hóspede.

Quando pensamos na hospitalidade, é comum imaginar recepções elegantes, lobbies imponentes, suítes sofisticadas e restaurantes impecáveis. Pouco se fala, porém, das pessoas que tornam tudo isso possível. E, em grande parte dessa operação, encontramos mulheres.

Na Governança, área historicamente liderada por elas, o luxo acontece nos detalhes: na observação atenta, na antecipação das necessidades, na constância dos padrões, na organização, na liderança das equipes e no cuidado que transforma um espaço físico em um ambiente acolhedor. Mas sua presença vai muito além dos corredores dos hotéis.

As mulheres também estão à frente de grandes redes hoteleiras, ocupando posições estratégicas e conduzindo organizações que movimentam bilhões de dólares todos os anos. São arquitetas que desenham espaços capazes de despertar emoções, designer's que projetam mobiliários onde conforto, ergonomia e beleza convivem em equilíbrio, especialistas em iluminação, paisagismo, enxovais, bem-estar e experiência do cliente. Lideram áreas de marketing, recursos humanos, sustentabilidade, tecnologia, alimentos e bebidas, eventos, relacionamento com hóspedes e desenvolvimento de marcas. Em cada etapa da jornada, contribuem para que a hospitalidade seja percebida não apenas como serviço, mas como experiência.

Esse protagonismo, entretanto, continua sendo discreto. A invisibilidade dessas profissionais não representa falta de importância. Pelo contrário. Na hotelaria, o melhor trabalho é justamente aquele que quase ninguém percebe. O hóspede não vê a operação; ele apenas sente seus efeitos.

HOSPITALITY EXPERIENCE

Quanto melhor uma equipe trabalha, menos ela aparece. O hóspede raramente conhece a camareira que preparou seu quarto. Não sabe quem organizou cuidadosamente o enxoval, quem revisou cada detalhe antes da sua chegada, quem coordenou a lavanderia, quem supervisionou os apartamentos ou quem garantiu que a manutenção fosse concluída antes do check-in. Também dificilmente conhecerá a arquiteta que projetou aquele ambiente para transmitir serenidade, a designer que escolheu materiais capazes de oferecer conforto sensorial ou a executiva que definiu a cultura de hospitalidade daquela marca.

No entanto, todas elas estão presentes na experiência. Cada uma, à sua maneira, contribui para que o hóspede se sinta seguro, acolhido e respeitado. É essa soma de competências, quase sempre silenciosa, que transforma o que poderia ser apenas uma prestação de serviço em uma lembrança afetiva.

Os números deixam claro que o desafio da hospitalidade não é ampliar a participação feminina, mas ampliar sua presença nos espaços de decisão. Se as mulheres já são protagonistas na operação, na gestão da experiência, na inovação e no relacionamento com os hóspedes, é natural que também ocupem, cada vez mais, posições de presidência, conselhos de administração e alta liderança. Não por uma questão de representatividade, mas porque diversidade de liderança significa maior capacidade de inovação, melhor desempenho organizacional e decisões mais alinhadas às transformações do mercado.

Da pioneira Blanche Armfield, que profissionalizou a Governança moderna, às executivas que hoje lideram redes internacionais, passando por arquitetas, designers, empreendedoras e especialistas que transformam espaços em experiências, a história da hospitalidade também é a história de mulheres que compreenderam que cuidar nunca foi um detalhe; sempre foi estratégia.

A hotelaria nunca funcionou sem mulheres. Mas chegou a hora de ela também ser, cada vez mais, liderada por elas.



Imagem Ilustrativa

Fontes:

- World Travel & Tourism Council (WTTC). Economic Impact Research 2025.
- UN Tourism (Organização Mundial do Turismo). Global Report on Women in Tourism.
- World Travel & Tourism Council (WTTC). Social Trends Report – Women in Travel & Tourism.

MARIA JOSE DANTAS

Dantas é especialista em Governança e Operações em hotelaria de alto padrão, com mais de três décadas de experiência no setor. Atua como consultora em excelência operacional, desenvolvimento de equipes e implantação de padrões de qualidade em empreendimentos de luxo. Sua abordagem integra processos, experiência do hóspede e formação de lideranças, com foco na criação de serviços consistentes, sensoriais e altamente sofisticados. Presidente nacional da ABG – Associação Brasileira de Governantas e Profissionais de Hotelaria.

Fale comigo: @mariajosedantasoficial
contato@mariajosedantas.com
WhatsApp: (21) 99500.9726

Imagem: Lucas Marques Rocha
@lume.produtores



unique

Tecnologia e requinte **que se sente.**

froq

Além do descanso, O EXTRAORDINÁRIO.

Beyond rest, the extraordinary.



Descubra o que
há de melhor em
tecnologias de descanso.
Discover the best in sleep.

colchoesunique.com.br

Siga a Unique nas redes sociais:



/ colchoesunique

BRAVO!

GNOCCHI DE MANDIOQUINHA: MEMÓRIA, TÉCNICA E AFETO À MESA

*A delicadeza dos sabores pelas mãos
do chef Erick Domenico*

Entre texturas suaves, aromas reconfortantes e a precisão da alta gastronomia, o chef Erick Domenico revela uma receita que traduz sua visão sobre a cozinha: um espaço de encontros, memórias e experiências.

O gnocchi de mandioquinha, acompanhado por uma delicada fonduta de parmesão, valoriza a essência dos ingredientes e transforma a simplicidade em sofisticação. De sabor levemente adocicado e textura aveludada, a mandioquinha encontra equilíbrio na cremosidade do parmesão, resultando em um prato que combina conforto, elegância e identidade.

A criação revela o olhar de um chef que entende a gastronomia como uma construção de sentidos, em que cada escolha; do ingrediente ao preparo, participa da experiência à mesa.



Imagens: Tadeu Brunelli

CHEF ERICK DOMENICO

Com uma trajetória dedicada à arte de receber, o chef Erick Domenico encontra na gastronomia o encontro entre técnica, afeto e narrativa. À frente do Base Steakhouse, no Pullman São Paulo Guarulhos Airport, traduz sua experiência na alta hotelaria em pratos que valorizam ingredientes, memórias e a delicadeza dos pequenos gestos. Sua cozinha nasce do equilíbrio entre raízes e inovação, transformando sabores em experiências sensoriais.

Nesta criação, Erick Domenico traduz sua relação com a gastronomia: ingredientes simples, técnica apurada e atenção aos detalhes se encontram em um prato que desperta memórias e revela novas camadas de sabor.

GNOCCHI DE MANDIOQUINHA COM FONDUTA DE PARMESÃO

INGREDIENTES

GNOCCHI

- 1 kg de mandioquinha
- 300 g de farinha de trigo
- 2 ovos
- 10 g de sal

FONDUTA DE PARMESÃO

- 1 litro de creme de leite fresco
- 450 g de parmesão ralado
- Sal e pimenta-do-reino a gosto

MODO DE PREPARO

GNOCCHI

Cozinhe a mandioquinha com casca em água fervente até que esteja bem macia. Ainda quente, retire a casca e passe pelo espremedor de batatas ou por uma peneira, garantindo uma textura delicada e uniforme.

Leve a massa à geladeira por aproximadamente 30 a 45 minutos, até que esteja completamente fria. Em seguida, misture a mandioquinha aos ovos e ao sal, adicionando a farinha aos poucos, até obter uma massa firme e homogênea.

Sobre uma bancada levemente enfarinhada, divida a massa em pequenas porções e modele com movimentos suaves até formar cilindros compridos. Corte pequenos pedaços e cozinhe em água fervente com sal até que os gnocchis subam à superfície. Retire e reserve com um fio de azeite.

FONDUTA DE PARMESÃO

Em uma panela de fundo grosso, aqueça o creme de leite fresco em fogo médio até aproximadamente 80 °C, ou até que pequenas bolhas surjam nas laterais da panela, sem deixar ferver.

Desligue o fogo e acrescente o parmesão gradualmente, mexendo continuamente com um fouet até obter um creme espesso e sedoso. Finalize com sal e pimenta-do-reino a gosto.

Uma receita onde o ingrediente brasileiro encontra a técnica da alta gastronomia, revelando que, muitas vezes, a sofisticação nasce justamente da simplicidade bem executada.



Imagens: Tadeu Brunelli

LINHAS ORGÂNICAS: UM MANIFESTO DE ACOLHIMENTO

Em uma residência de 568 m² na Granja Viana (SP), curvas, materiais naturais e integração absoluta entre arquitetura e paisagem redefinem a experiência de morar, em um projeto que alia Neuroarquitetura, tecnologia e design emocional



A residência de 568 m², na Granja Viana (SP), foi transformada em um manifesto da arquitetura orgânica, onde curvas, natureza e bem-estar conduzem toda a experiência de morar.



Imagens: JP Image

As linhas orgânicas percorrem arquitetura, mobiliário e iluminação, estabelecendo uma linguagem contínua inspirada nas formas da natureza.

Reinventar a forma de viver foi o desafio assumido pelos arquitetos Mariana Meneghissio e Alexandre Pasquotto ao transformar uma residência triplex de 568 m², localizada na Granja Viana, em Cotia, na Região Metropolitana de São Paulo, em um espaço onde arquitetura, natureza e bem-estar dialogam de maneira contínua.

A estrutura original apresentava boa implantação, vista privilegiada para a mata e distribuição funcional. O problema estava na atmosfera. Os ambientes transmitiam uma sensação excessivamente rígida, distante da personalidade dos moradores e da vida familiar que desejavam construir. O retrofit substituiu essa linguagem por uma arquitetura fluida, sensorial e profundamente conectada à natureza.

A FORÇA DAS CURVAS

Desde o primeiro olhar, percebe-se que as linhas retas deixam de ser protagonistas. Curvas aparecem na arquitetura, na marcenaria, nos painéis, nos móveis e até mesmo na iluminação, criando uma composição que conduz naturalmente o olhar pelos ambientes.

Ao explorar uma linguagem inspirada na natureza, o projeto utiliza as formas orgânicas para suavizar a escala dos espaços, reduzir a rigidez da volumetria e criar ambientes emocionalmente mais receptivos. Essa linguagem percorre toda a residência, estabelecendo unidade visual entre os diferentes pavimentos.

INTERIOR E EXTERIOR SEM FRONTEIRAS

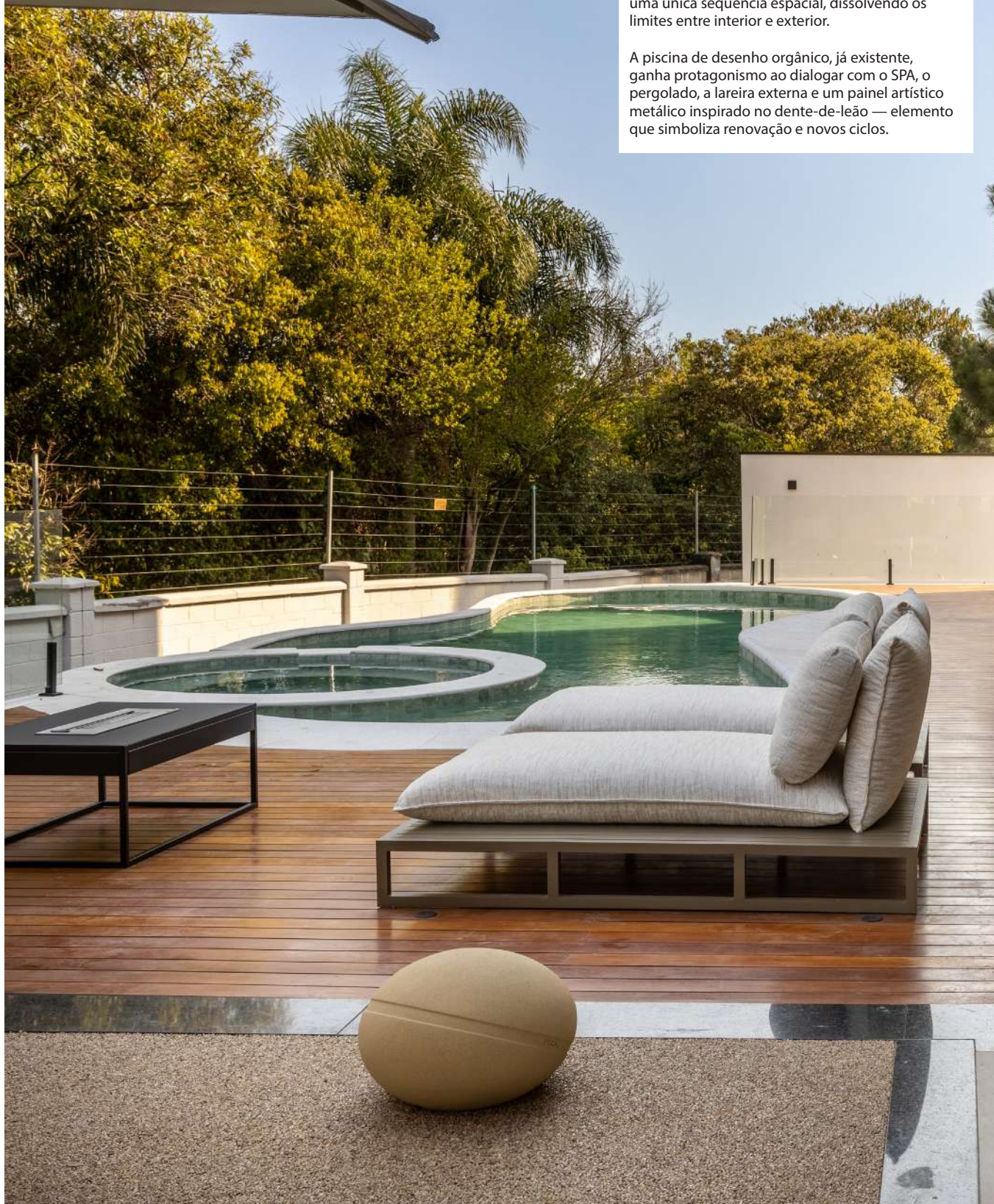
O projeto elimina a tradicional separação entre ambientes internos e externos.

Living, sala de jantar, cozinha, área gourmet, piscina e jardins passam a funcionar como uma única sequência espacial, permitindo que a paisagem faça parte da decoração da casa.

Imagens: JP Image

Living, área gourmet, piscina e jardins formam uma única sequência espacial, dissolvendo os limites entre interior e exterior.

A piscina de desenho orgânico, já existente, ganha protagonismo ao dialogar com o SPA, o pergolado, a lareira externa e um painel artístico metálico inspirado no dente-de-leão — elemento que simboliza renovação e novos ciclos.





Imagens: JP Image

A piscina de formas orgânicas estabelece um diálogo harmonioso com o SPA, o pergolado e os espaços de convivência ao ar livre.

Jardins verticais, espécies de grande porte e uma horta doméstica reforçam essa conexão permanente com o verde.



A vegetação ocupa diferentes planos da residência, aproximando os moradores da natureza no cotidiano.

MATERIAIS QUE AQUECEM

A escolha dos materiais foi determinante para alterar completamente a percepção da residência. Madeira natural, pedras claras, tecidos tâteis, superfícies texturizadas e iluminação indireta substituem a frieza anterior por uma atmosfera serena.

Madeira natural, pedras claras e iluminação indireta criam uma atmosfera acolhedora e sofisticada.

A marcenaria branca amplia a luminosidade natural, enquanto discretos detalhes metálicos acrescentam sofisticação sem comprometer a leveza da composição.

O resultado revela um luxo silencioso, baseado na qualidade dos materiais e não no excesso de elementos decorativos.



FORMAS & FORMATOS



Imagens: JP Image

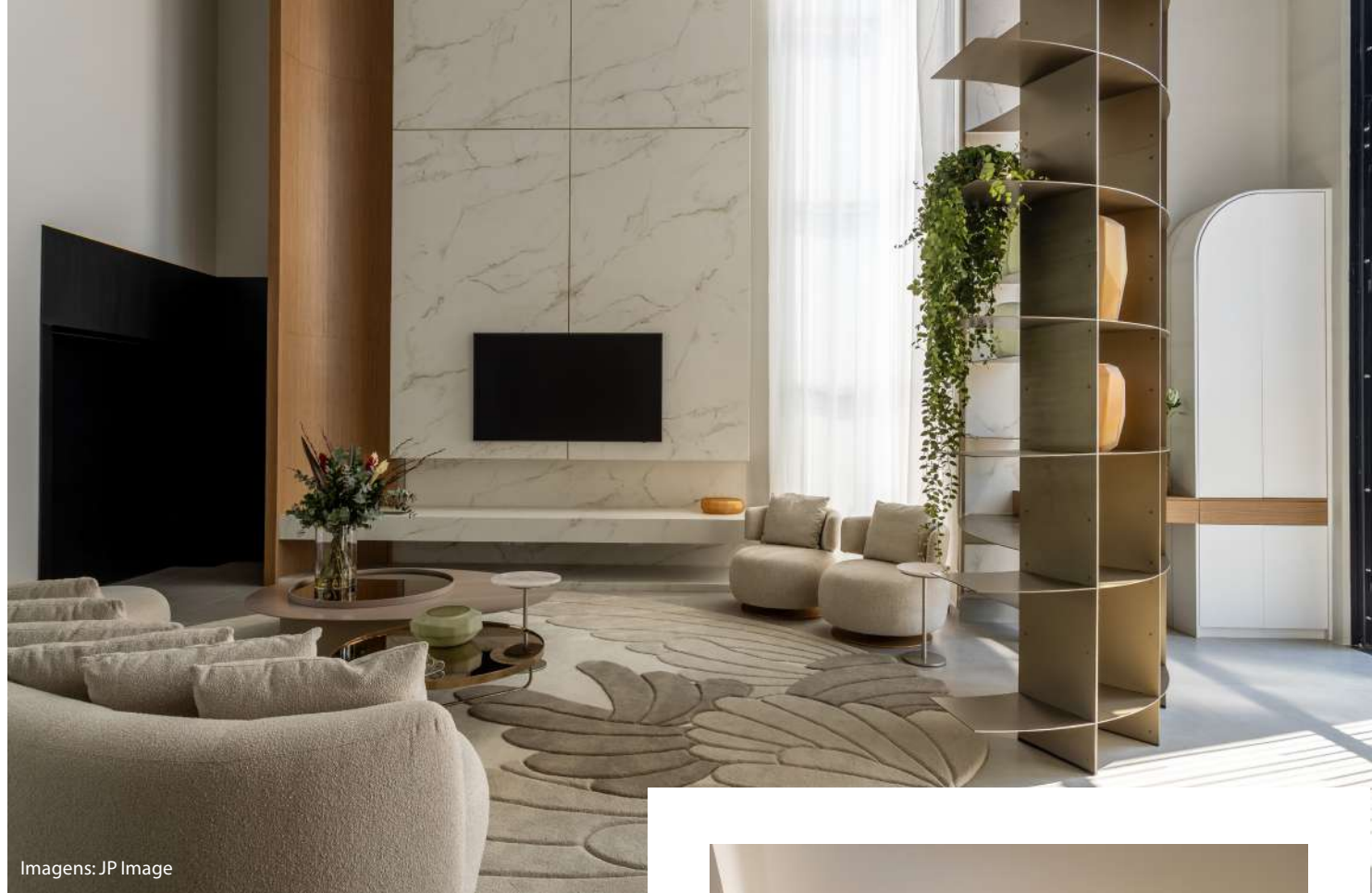


A automação permite transformar completamente a atmosfera dos ambientes conforme o momento vivido pela família.

No pavimento inferior, a brinquedoteca traduz princípios da Neuroarquitetura infantil, privilegiando liberdade, organização e estímulos equilibrados, enquanto uma capela oferece um espaço reservado para contemplação.



A brinquedoteca foi concebida para estimular autonomia, criatividade e bem-estar por meio dos princípios da Neuroarquitetura.



Imagens: JP Image

DESIGN PARA VIVER

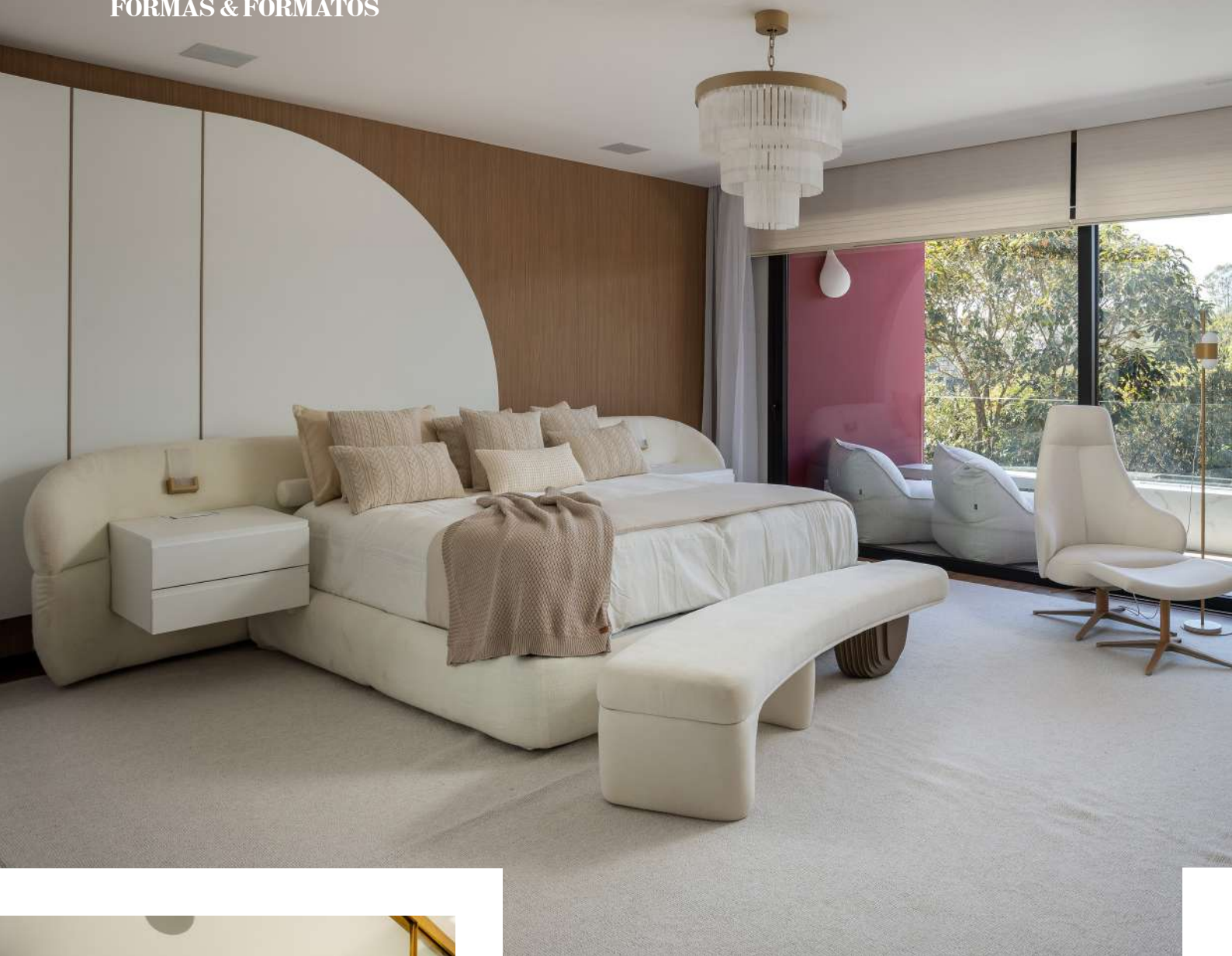
Toda a residência foi planejada para acompanhar as diferentes fases da família.

No living, a automação permite alterar completamente os cenários de iluminação conforme o momento, desde encontros sociais até noites intimistas.

Integrada ao programa da residência, a capela oferece um ambiente dedicado ao silêncio e à contemplação. As suítes infantis seguem a mesma lógica, utilizando paletas suaves, curvas e mobiliário desenhado para estimular autonomia, criatividade e conforto emocional.



Imagens: JP Image



Imagens: JP Image

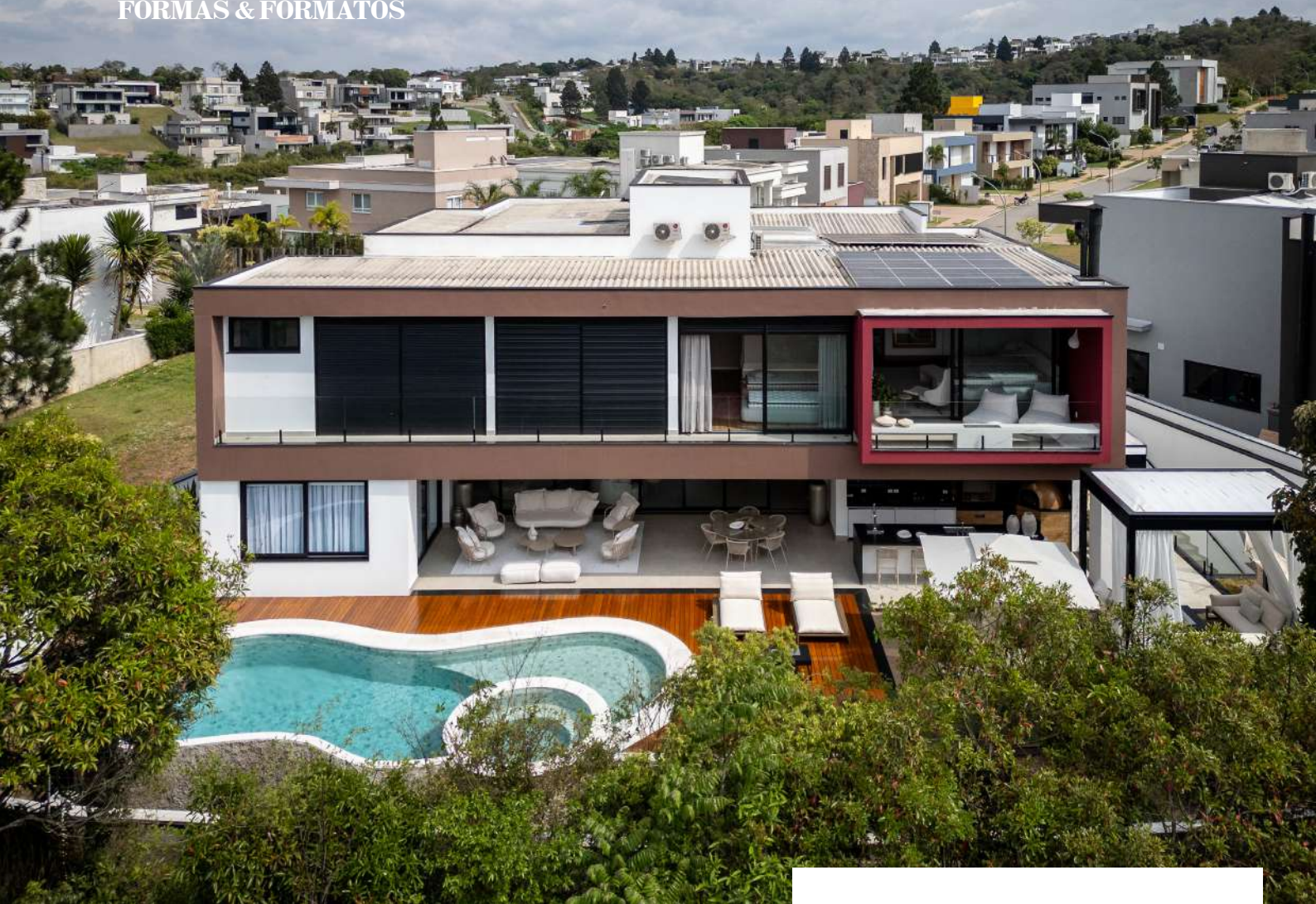


A suíte principal amplia a conexão com a paisagem natural e incorpora soluções inspiradas em spas residenciais.

Curvas, cores suaves e mobiliário sob medida favorecem o desenvolvimento e o conforto das crianças.

Na suíte master, a integração da varanda ao dormitório amplia a relação com a mata preservada, enquanto closet e salas de banho assumem características próximas às de um spa residencial.





Imagens: JP Image

Tecnologia, sustentabilidade e design emocional convivem de forma discreta para proporcionar uma experiência de morar mais acolhedora.

O resultado é uma arquitetura onde forma, função e emoção deixam de competir e passam a trabalhar em conjunto.

Em vez de impor protagonismo, o projeto oferece aquilo que possa ser o maior luxo contemporâneo: uma casa capaz de transmitir serenidade, acompanhar os ritmos da vida familiar e estabelecer uma conexão permanente entre arquitetura e natureza.





ARQUITETURA EMOCIONAL

Mais do que atualizar uma construção existente, o projeto demonstra como um retrofit pode alterar completamente a relação entre pessoas e espaço.

A tecnologia aparece de maneira discreta — automação, iluminação cênica, placas solares e captação de água da chuva — sempre subordinada à experiência de morar.

O painel artístico inspirado no dente-de-leão simboliza renovação e traduz a essência do projeto: uma arquitetura que acolhe, conecta e desperta emoções.





Este projeto dialoga com os principais movimentos recentes da arquitetura contemporânea: o abandono das geometrias rígidas em favor de uma linguagem biomórfica, capaz de aproximar o usuário da natureza. As curvas, a integração entre interior e exterior e a valorização dos materiais naturais evidenciam uma arquitetura menos voltada ao espetáculo e mais comprometida com o conforto emocional, a permanência e a qualidade da experiência cotidiana. É um exemplo de como o design pode transcender a estética para atuar diretamente na forma como habitamos os espaços.

ARTESANIA

ACTUAL

*O novo luxo é viver ao ar livre,
cercado por design e conforto.*

The new luxury is outdoor living,
surrounded by design and comfort.



HANDMADE
FURNITURE

artesanიაactual.com.br
[@artesania_actual](https://www.instagram.com/artesania_actual)

+55 (41) 98518.5807
+55 (41) 98522.6455



ABIMAD AMPLIA A ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DO DESIGN BRASILEIRO

Com ações na Europa e na América do Sul, entidade fortalece o posicionamento institucional do design brasileiro e amplia oportunidades de negócios para a indústria nacional



Durante a Semana de Design de Milão, a ABIMAD promoveu uma visita especial ao Museo del Design Italiano, na Triennale Milano, proporcionando aos convidados uma imersão no legado e na evolução do design que influenciam o mundo.
Créditos: Giseli Bueno

A internacionalização do design brasileiro deixou de acontecer apenas nos estandes das feiras internacionais. Hoje, ela também passa pela construção de relacionamentos institucionais, pela aproximação com especificadores, compradores e distribuidores globais e pela criação de oportunidades capazes de ampliar a presença da indústria nacional no exterior.

Acompanhando essa evolução, a ABIMAD amplia sua estratégia de atuação. Reconhecida por realizar a principal feira de móveis e acessórios de alta decoração da América Latina, a associação fortalece iniciativas voltadas ao posicionamento institucional e à promoção do design brasileiro em mercados estratégicos.

Um dos marcos dessa estratégia foi a realização de uma ação exclusiva durante a Semana de Design de Milão. Pela primeira vez, a entidade promoveu um encontro institucional na Triennale Milano, um dos mais importantes centros culturais dedicados ao design contemporâneo.

O evento reuniu arquitetos, designers, empresários, jornalistas, compradores convidados e formadores de opinião brasileiros em uma programação voltada ao relacionamento e à troca de experiências, complementada por uma visita privada ao Museo del Design Italiano, referência mundial na preservação da história do design industrial.

"ESTE EVENTO FORTALECE O DESIGN BRASILEIRO NO CENÁRIO GLOBAL, ASSOCIANDO O BRASIL À CRIATIVIDADE RELEVANTE, À INOVAÇÃO, À SUSTENTABILIDADE E À DIVERSIDADE ESTÉTICA E CULTURAL. ISSO MELHORA O POSICIONAMENTO DO BRASIL COMO ORIGEM DESEJÁVEL DE PRODUTOS, SERVIÇOS E TALENTOS DE DESIGN DE RELEVÂNCIA MUNDIAL."

Paulo Mourão, Presidente da ABIMAD (Associação Brasileira das Indústrias de Móveis de Alta Decoração)

HALL *news*

ABIMAD

ABIMAD
EXPORT

MILANO



Conexões que fortalecem o design brasileiro no mundo: Thiago Enzweiler, gestor das marcas Salva e Minuano Design Mobiliário (Grupo Minuano); Paulo Sergio Mourão, presidente da ABIMAD; e Claudinei dos Anjos, da D Angelis, durante encontro promovido pela entidade em Milão, na programação da Semana de Design de Milão. *Créditos: Giseli Bueno*

INTERNACIONALIZAÇÃO EM DIFERENTES FRENTES

A atuação da entidade, entretanto, não se limita às iniciativas desenvolvidas durante a Semana de Design de Milão. O ABIMAD Export representa outra frente dessa estratégia. Realizado durante as edições da Feira ABIMAD, no São Paulo Expo, o programa reúne compradores internacionais convidados, distribuidores e agentes em encontros previamente agendados com os expositores, criando oportunidades concretas de negócios e ampliando o acesso das empresas brasileiras a novos mercados.

Como parte da expansão dessa atuação internacional, a ABIMAD realiza, entre os dias 18 e 20 de agosto, uma Missão Comercial à Argentina, ampliando sua presença em um dos mercados mais relevantes da América do Sul para o setor de móveis e decoração. A iniciativa combina conhecimento de mercado, visitas técnicas e uma intensa agenda de negócios, fortalecendo a aproximação entre fabricantes brasileiros e compradores argentinos.

As iniciativas desenvolvidas em Milão e o **programa ABIMAD Export - com a missão comercial em Buenos Aires** - atuam de forma complementar. Enquanto as ações institucionais fortalecem a imagem do design brasileiro junto aos principais formadores de opinião do setor, as rodadas de negócios e os encontros comerciais aproximam fabricantes nacionais de compradores internacionais, ampliando a competitividade da indústria brasileira de móveis e alta decoração.

SÃO PAULO EXPO | SÃO PAULO (SP)

As próximas edições deverão reunir novamente as principais marcas brasileiras de móveis e acessórios de alta decoração, além de compradores nacionais e internacionais, arquitetos, designers e especificadores, fortalecendo o papel da feira como um dos principais ambientes de negócios e relacionamento do setor na América Latina.



Triennale Milano, instalada no histórico Palazzo dell'Arte, é um dos principais centros internacionais dedicados ao design, arquitetura e artes contemporâneas. O espaço recebeu o encontro institucional promovido pela ABIMAD durante a Semana de Design de Milão. *Créditos: Gerda Arendt.*

PROGRAMAÇÃO

18 DE AGOSTO

- Missão Comercial Buenos Aires
- Visita guiada aos principais pontos de venda e showrooms do Distrito Arenales
- Apresentação sobre o mercado argentino e as tendências locais
- Networking entre os participantes

19 DE AGOSTO

- Manhã
- Visita à CAFIRA & Presentes
- Tarde
- Rodada de Negócios ABIMAD Buenos Aires

20 DE AGOSTO

- Rodada de Negócios ABIMAD Buenos Aires (programação durante todo o dia)

PRÓXIMOS ENCONTROS JÁ TÊM DATA

Mantendo seu calendário de duas edições anuais, a ABIMAD já confirmou as datas das feiras de 2027:

- 26 a 29 de janeiro de 2027
- 03 a 06 de agosto de 2027

Imagens: Raphael Briest





A ELEGÂNCIA DA IDENTIDADE

Uma residência em Ribeirão Preto revela uma interpretação contemporânea do neoclássico, onde arquitetura, arte, design e curadoria se unem em uma narrativa sofisticada concebida por Christina Hamoui para traduzir o estilo de vida de uma jovem família.

*Arquitetura e Construção:
Renata Pedreschi Bernardes.*



Imagens: Raphael Briest



Em um dos condomínios mais exclusivos de Ribeirão Preto, uma residência de 1.066 m² demonstra como tradição e contemporaneidade podem coexistir em perfeita harmonia. Concebida para um jovem casal de advogados, pais de dois filhos, a casa traduz uma elegância serena, construída sobre proporções clássicas, materiais nobres e uma atmosfera acolhedora que privilegia a experiência de viver.

O desejo dos proprietários era reinterpretar a linguagem do neoclássico sob uma perspectiva mais leve e atual. Em vez de reproduzir códigos tradicionais, o projeto buscou preservar a sofisticação característica desse estilo, incorporando uma estética contemporânea capaz de refletir a personalidade e o momento de vida da família.

Mais do que projetar ambientes sofisticados, Christina Hamoui desenvolveu uma residência onde cada escolha estabelece um diálogo entre arquitetura, interiores, arte e mobiliário, construindo uma identidade que se revela de maneira natural ao longo dos espaços.

UMA CASA GUIADA PELA COR

Toda grande residência nasce de uma ideia central. Nesta, o ponto de partida foi um desejo bastante específico da cliente: transformar o bordô na assinatura da casa. A partir dessa premissa, o escritório desenvolveu uma sofisticada narrativa cromática, explorando diferentes nuances de uma mesma família de cores. Em vez de recorrer à repetição de um único tom, a paleta se desdobra pelos ambientes em uma composição harmoniosa, transitando entre vinhos profundos, vermelhos queimados, ferrugens, rosados e terrosos. O resultado é uma unidade visual elegante, na qual cada espaço preserva sua personalidade sem perder a conexão com o conjunto.

A cor deixa de exercer apenas uma função decorativa para tornar-se um elemento narrativo, conduzindo o olhar e estabelecendo conexões sutis entre os ambientes.

O IMPACTO DA PRIMEIRA IMPRESSÃO

Logo no hall de entrada, a proposta conceitual da residência se apresenta com elegância. Em frente ao grande painel de espelhos inspirado na linguagem art déco, emoldurado por uma composição em mármore que evidencia a riqueza da materialidade empregada no projeto, uma mesa cuidadosamente posicionada recebe uma coleção de antigas cerâmicas francesas em esmalte sang de bœuf.

Reconhecidas pela profundidade de seu característico tom rubi, essas peças foram garimpadas individualmente para interpretar o desejo da cliente de forma sofisticada e absolutamente exclusiva. Mais do que objetos decorativos, transformam-se em elementos de coleção, conferindo autenticidade ao ambiente e reforçando a identidade visual da residência.



Imagens: Raphael Briest

ARQUITETURA EM MOVIMENTO

Ao atravessar o hall, o olhar é imediatamente conduzido ao living com pé-direito duplo, onde a arquitetura assume protagonismo absoluto. No centro do ambiente, uma grande instalação escultórica concebida especialmente para o projeto ocupa toda a altura do espaço. Inspirada na leveza dos movimentos de um origami, a peça cria uma presença quase etérea, estabelecendo um interessante contraponto entre a tradição clássica da arquitetura e uma linguagem claramente contemporânea. O resultado é um ambiente de forte impacto visual, no qual arte e arquitetura deixam de ocupar papéis independentes para integrar uma única composição.





TEXTURAS, LUZ E SOFISTICAÇÃO

A base do living é construída a partir de uma paleta clara e acolhedora, enriquecida pela sobreposição criteriosa de materiais, tecidos e acabamentos. O mobiliário privilegia formas elegantes e proporções equilibradas, enquanto tecidos franceses exclusivos revestem poltronas, pufes e almofadas, acrescentando refinamento tátil e visual. Cada elemento contribui para criar uma atmosfera serena, onde o luxo se manifesta pela qualidade dos materiais, pela precisão das escolhas e pela sensação de conforto.

Imagens: Divulgação

A CURADORIA COMO LINGUAGEM

Mais do que decorar ambientes, Christina Hamoui trata a curadoria como uma extensão da arquitetura. Nesta residência, cada objeto foi selecionado para construir significado. Uma delicada coleção de opalinas estabelece diálogo com os tecidos e a marcenaria, enquanto peças em vidro de Murano acrescentam brilho, memória e personalidade aos ambientes. Nada foi escolhido apenas pela estética. Cada objeto carrega história, autenticidade e intenção, reforçando a percepção de que a casa foi construída através de uma composição cuidadosamente editada, e não simplesmente mobiliada.





O LUXO DA MADEIRA

Ao lado do living, um elegante lounge bar oferece uma atmosfera mais intimista. Aqui, a marcenaria em madeira de alto brilho assume protagonismo absoluto, envolvendo o ambiente e criando uma sensação de profundidade e sofisticação. A presença marcante desse material estabelece um contraponto à leveza predominante da residência, introduzindo calor, requinte e uma leitura contemporânea do luxo, sempre distante da ostentação.

UMA ARQUITETURA FEITA PARA VIVER

Embora marcada por um rigor estético evidente, a residência jamais perde de vista sua função principal: acolher. Cada ambiente foi pensado para acompanhar a rotina da família, equilibrando funcionalidade, conforto e emoção. É justamente essa combinação entre elegância e naturalidade que permite ao projeto transcender tendências passageiras, revelando uma arquitetura capaz de permanecer atual ao longo do tempo.

Imagens: Raphael Briest







Imagem: Divulgação

O OLHAR DE CHRISTINA HAMOUI

Para Christina Hamoui, nenhum projeto começa pela escolha dos revestimentos, do mobiliário ou da paleta de cores. Tudo começa pela confiança. Segundo a designer de interiores, somente uma relação construída sobre escuta, proximidade e sintonia permite compreender verdadeiramente como cada cliente vive, recebe amigos, descansa e deseja experimentar sua própria casa.

"NENHUM PROJETO NASCE SEM ESCUTA. É A CONFIANÇA QUE NOS PERMITE COMPREENDER COMO CADA CLIENTE VIVE, RECEBE, DESCANSA E DESEJA SENTIR SUA PRÓPRIA CASA."

— Christina Hamoui

Essa visão faz com que cada projeto ultrapasse os limites da decoração para tornar-se um retrato do estilo de vida de seus moradores, traduzido por meio da arquitetura, da arte e do design.

Há 29 anos à frente de seu escritório, Christina consolidou uma atuação reconhecida pela estética sofisticada, cosmopolita e atemporal. Estruturado como uma boutique de interiores, o escritório desenvolve um número restrito de projetos por ano, garantindo acompanhamento próximo em todas as etapas da criação, da arquitetura de interiores à curadoria de mobiliário, obras de arte e objetos decorativos. Com uma equipe fixa de doze profissionais, praticamente a mesma há mais de quinze anos, mantém um processo profundamente autoral, no qual cada residência é concebida de maneira única, respeitando a identidade e o modo de viver de cada cliente.

MUITO ALÉM DO NEOCLÁSSICO

Nesta residência, o neoclássico deixa de representar uma referência ao passado para assumir uma leitura contemporânea, elegante e profundamente autoral. Entre obras de arte, materiais nobres, móveis cuidadosamente selecionados e uma sofisticada narrativa cromática conduzida pelo bordô, Christina Hamoui demonstra que o verdadeiro luxo está na capacidade de transformar espaços em experiências. Impacavelmente projetada, esta é uma residência construída para atravessar o tempo. Um lugar onde arquitetura, design e sensibilidade se unem para traduzir aquilo que nenhuma tendência consegue substituir: a identidade de quem vive cada ambiente.

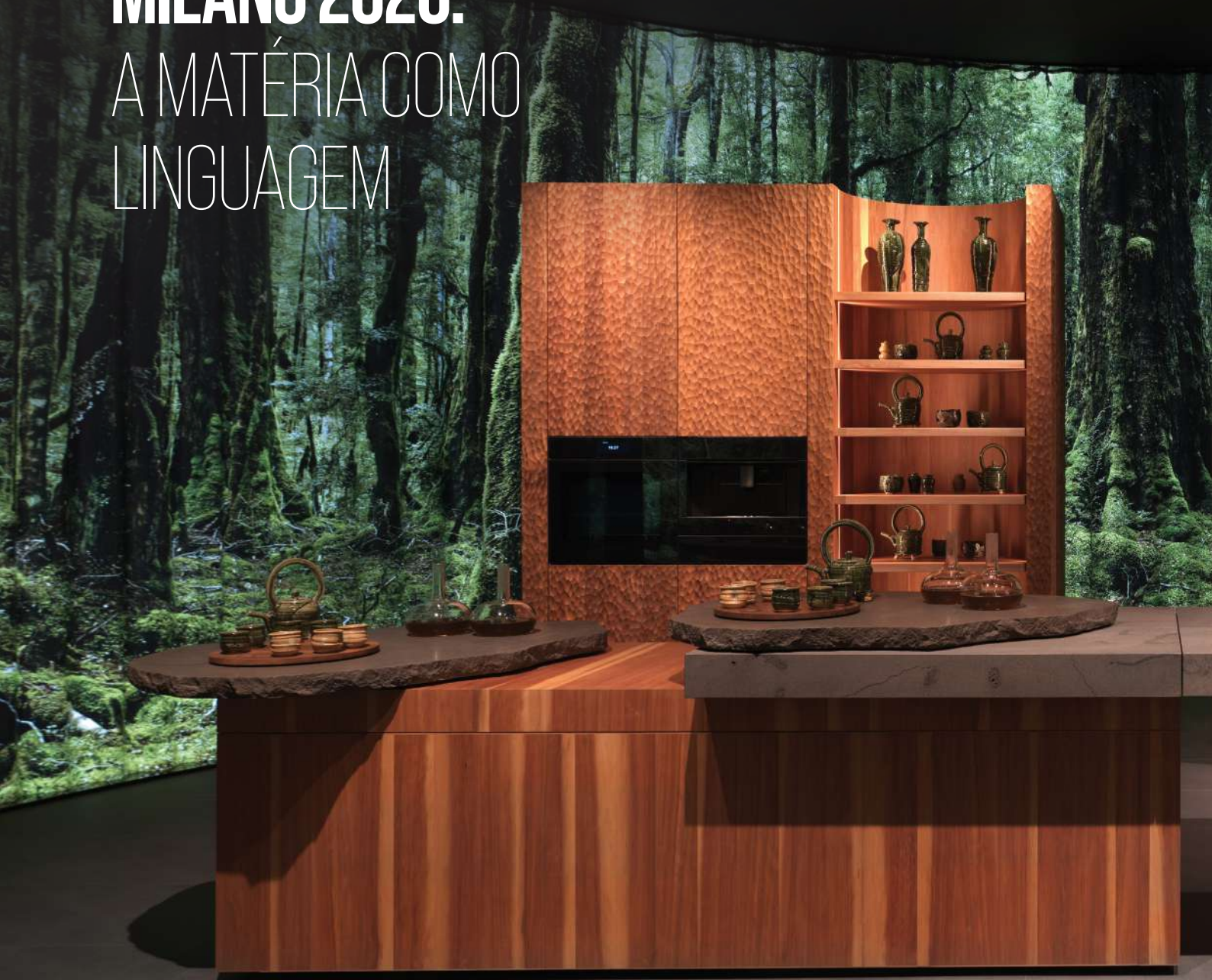




Imagens: Raphael Briest



SALONE DEL MOBILE. MILANO 2026: A MATÉRIA COMO LINGUAGEM





EuroCucina | Salone del Mobile.Milano 2026
Fisher & Paykel | Nature—Ritual

Na EuroCucina 2026, a Fisher & Paykel apresentou Nature—Ritual, uma instalação que traduz sua filosofia de projeto ao integrar arquitetura, materiais naturais e eletrodomésticos premium em um ambiente inspirado nas paisagens da Nova Zelândia. A marca propôs uma reflexão sobre o futuro da cozinha como espaço de convivência, tecnologia e bem-estar; uma síntese precisa do espírito de A Matter of Salone, tema central da edição 2026.

Imagem: divulgação | Fisher & Paykel.

Existe uma antiga ideia na tradição artística italiana segundo a qual o escultor não cria a obra: ele apenas remove o excesso para revelar aquilo que a matéria já guarda em seu interior. Essa concepção, associada à prática de Michelangelo e ao conceito de *levare* — retirar para revelar — transformou o mármore em muito mais do que um material. Fez dele um campo de possibilidades, onde a forma preexiste e cabe ao artista apenas libertá-la.

É impossível não reconhecer esse mesmo princípio no Salone del Mobile.Milano 2026.

Sob o conceito *A Matter of Salone*, a matéria deixou de ser apenas suporte para tornar-se linguagem. Madeira, pedra, vidro, metal, couro e tecido passaram a contar histórias antes mesmo de assumirem a forma de um objeto. Em Milão, o design voltou seu olhar para a origem das coisas, valorizando processos, técnicas, texturas e a inteligência construtiva que antecede o produto acabado.

Mais do que uma vitrine de lançamentos, o Salone reafirmou que o design contemporâneo nasce da relação entre matéria, conhecimento e tempo. Em um momento em que a indústria busca conciliar inovação, sustentabilidade e permanência, os materiais deixaram de ocupar um papel secundário para assumir o centro da narrativa. Cada peça apresentada nos pavilhões revelava não apenas uma solução formal, mas uma reflexão sobre origem, memória, tecnologia e cultura projetual.

Essa mudança tem um significado mais significativo nas ojetos, a escolha da matéria-prima, a precisão dos processos, o conhecimento acumulado pelos ofícios, a pesquisa tecnológica e a capacidade de transformar recursos naturais em experiências sensoriais e culturais. Projetar deixou de significar apenas desenhar formas; passou a significar compreender profundamente a natureza dos materiais e o potencial que carregam desde sua origem.

Percorrer os pavilhões foi perceber que, apesar da diversidade de linguagens, marcas e culturas, uma mesma ideia atravessava toda a feira: a excelência não nasce do excesso, mas daquilo que permanece essencial. Assim como o escultor revela a obra contida no mármore, o design contemporâneo parece reencontrar sua força quando reconhece, na própria matéria, o início de toda criação.

Foi sob essa perspectiva que a Use Design percorreu o Salone del Mobile.Milano 2026 para selecionar os lançamentos, as ideias e as empresas que melhor expressam os caminhos do design internacional.





Imagem: Divulgação | Fisher & Paykel

FISHER & PAYKEL: TECNOLOGIA INVISÍVEL PARA VALORIZAR A EXPERIÊNCIA

Durante décadas, a cozinha foi definida pela presença dos eletrodomésticos. No Salone del Mobile.Milano 2026, a Fisher & Paykel propôs justamente o contrário: uma arquitetura em que a tecnologia deixa de ser protagonista para integrar-se ao ambiente com discrição, precisão e inteligência. Essa filosofia orientou os lançamentos apresentados pela marca na EuroCucina. Fornos, sistemas de refrigeração, adegas climatizadas e soluções de cocção foram desenvolvidos para dialogar com a arquitetura, oferecendo alto desempenho sem comprometer a continuidade visual dos espaços. Mais do que equipamentos, os produtos passam a atuar como elementos integrados ao projeto, respeitando materiais, proporções e a linguagem de cada ambiente.

A proposta reflete uma transformação importante no design residencial contemporâneo. Em vez de exibir a tecnologia, a Fisher & Paykel investe em soluções intuitivas que simplificam a experiência cotidiana, permitindo que arquitetura, luz, matéria e bem-estar assumam o protagonismo. Uma visão coerente com os debates apresentados ao longo do Salone 2026, onde inovação deixou de significar apenas avanço tecnológico para incorporar sensibilidade, permanência e qualidade de vida.



Flexform | Salone del Mobile.Milano 2026

A nova coleção outdoor da Flexform reafirma a elegância discreta que caracteriza a marca italiana. Linhas leves, materiais de alta performance e proporções equilibradas transformam os espaços externos em ambientes de convivência sofisticados, onde conforto, arquitetura e natureza dialogam em perfeita harmonia.

Imagem: Divulgação | Flexform



Mesa de centro da nova coleção Flexform, onde formas escultóricas, superfícies refinadas e proporções equilibradas traduzem a elegância silenciosa da marca italiana.
Imagem: Divulgação | Flexform

FLEXFORM: O VALOR DO TEMPO

Há móveis que ocupam um ambiente. Outros acompanham a vida de quem os habita. É nesse segundo universo que a Flexform construiu sua identidade ao longo de mais de seis décadas, desenvolvendo coleções que privilegiam permanência, conforto e uma elegância que resiste ao tempo.

Sob o conceito *The Private Lives of Objects*, a coleção apresentada em Milão transforma sofás, poltronas, mesas e complementos em protagonistas de uma relação afetiva com a arquitetura e o cotidiano. Em vez de seguir tendências passageiras, a marca reafirma um design baseado na qualidade dos materiais, no equilíbrio das proporções e na durabilidade.

Assinadas por designers como Antonio Citterio, Patrick Norguet, Fumie Shibata, Sebastian Herkner e Monica Armani, as novas peças ampliam a coleção preservando a identidade da marca. Mais do que lançar produtos, a Flexform reafirma uma convicção construída ao longo de sua trajetória: o mobiliário mais relevante é aquele que atravessa o tempo, acompanha a vida e se torna parte da memória dos espaços.

MINOTTI: A ARQUITETURA COMO EXPERIÊNCIA

Para a Minotti, o mobiliário nunca existe de forma isolada. Cada coleção nasce para dialogar com a arquitetura, a luz e a maneira como os espaços são vividos. Essa visão ganhou forma no Pavilhão Minotti 2026, concebido como uma experiência imersiva onde materiais, arte e paisagismo conduzem o visitante por uma sequência de ambientes cuidadosamente coreografados. Assinada pelo Minotti Studio em colaboração com Giampiero Tagliaferri, a coleção reúne criações de seis designers internacionais — entre eles Marcio Kogan / Studio MK27, Nendo, GamFratesi, Inoda+Sveje e Hannes Peer — que reinterpretam a identidade da marca sob diferentes perspectivas.

Os novos sistemas de assentos, mesas e complementos privilegiam conforto, sofisticação e rigor construtivo, enquanto a integração entre ambientes internos e externos amplia as possibilidades do morar contemporâneo. Ao combinar arquitetura, natureza e design em uma linguagem única, a Minotti reafirma sua capacidade de transformar cada ambiente em uma experiência estética, sensorial e cultural.

Concebido como uma sequência de ambientes integrados, a Minotti apresentou uma experiência arquitetônica onde materiais, luz, paisagismo e mobiliário dialogam para criar uma nova percepção do morar contemporâneo. *Imagem: Divulgação | Minotti*





Imagem: Divulgação | Molteni&C

MOLTENI&C: A EVOLUÇÃO DA ELEGÂNCIA

Há marcas que lançam novos produtos. A Molteni&C prefere aperfeiçoar uma linguagem construída ao longo de décadas. Em sua coleção 2026, apresentada durante o Salone del Mobile.Milano, a empresa reafirma essa filosofia ao expandir um universo onde arquitetura, mobiliário e sistemas integrados dialogam com absoluta coerência estética. Sob a direção criativa de Vincent Van Duysen, a coleção apresenta novos ambientes e peças assinadas também por Christophe Delcourt, Studio Klass e Marta Ferri, revelando uma visão sofisticada do morar contemporâneo. Poltronas, cozinhas, tapetes, sistemas de armazenamento e soluções arquitetônicas compartilham o mesmo rigor formal, marcado por volumes precisos, materiais naturais e uma atenção quase artesanal aos detalhes construtivos.

Entre os destaques está a cozinha Physis, concebida como o coração arquitetônico da casa. Suas formas suavemente curvas, a madeira japonesa Hinoki, a integração da iluminação e a continuidade entre materiais traduzem uma concepção em que funcionalidade, técnica e sensibilidade convivem de maneira inseparável. Mais do que apresentar novidades, a Molteni&C reafirma um princípio que atravessa toda a sua trajetória: o design evolui quando preserva sua essência.



Imagem: Divulgação / Natuzzi Itália.

A ARTE DE VIVER SEGUNDO A NATUZZI

Inspirada pela paisagem e pela cultura mediterrânea, a Natuzzi Italia leva ao Salone del Mobile.Milano 2026 uma coleção que celebra o conforto como elemento essencial do morar contemporâneo. Reunidos sob o conceito Back into Salone, Deep into Projects, os lançamentos combinam tradição artesanal, pesquisa tecnológica e uma linguagem arquitetônica marcada por formas orgânicas e materiais sofisticados.

O destaque é Caleo, projeto de Mauro Lipparini inspirado nas pequenas enseadas da Puglia, onde volumes fluidos e detalhes cuidadosamente elaborados traduzem a serenidade da paisagem mediterrânea.

Outro lançamento de destaque é a poltrona Baya, assinada por Frank Chou, cuja presença escultórica resulta da sobreposição de volumes curvos e do equilíbrio entre influências orientais e a excelência da manufatura italiana. A coleção ainda apresenta os sistemas Dwell e Stanby, além das peças Pan, Luma, Riva e Controra, reafirmando a filosofia Comfortness, que integra design, inovação e bem-estar em soluções concebidas para uma nova forma de habitar.

Imagem: Divulgação / Poliform.



POLIFORM: A SOFISTICAÇÃO DA ESSENCIALIDADE

Arquitetura, natureza e design encontram um raro ponto de equilíbrio na coleção apresentada pela Poliform durante o Salone 2026. Em vez de buscar o impacto imediato, a marca italiana aposta na força da proporção, na precisão dos detalhes e na nobreza dos materiais para construir ambientes de elegância atemporal. Cada peça integra uma narrativa em que interiores e áreas externas dialogam com naturalidade, dissolvendo os limites entre a casa e a paisagem. Os novos sistemas de estofados para ambientes outdoor traduzem essa filosofia ao combinar volumes generosos, conforto absoluto e materiais de alto desempenho em uma linguagem visual de grande leveza. Mesas, complementos e acessórios reforçam a coerência da coleção por meio de texturas refinadas, acabamentos impecáveis e uma paleta de tons neutros que valoriza a luz e a matéria. Sem excessos, a Poliform reafirma sua assinatura: um design que atravessa tendências e transforma o cotidiano em uma experiência marcada pelo equilíbrio, pela funcionalidade e por uma elegância silenciosa, características que consolidam a marca entre as grandes referências do mobiliário contemporâneo italiano.

RIVA1920: QUANDO A MADEIRA CONTA UMA HISTÓRIA

Celebrar 106 anos de trajetória olhando para a origem da matéria-prima é a proposta da Riva1920 no Salone del Mobile. Milano 2026. Sob o conceito "100+6: Dalla Natura alla Casa", a empresa italiana transforma seu estande em um percurso expositivo que revela a relação entre natureza, artesanato e design contemporâneo. Seis espécies de madeira — Kauri, Briccole, Cedro, Barrique, Carvalho e Nogueira, dão origem a edições limitadas de peças icônicas, enquanto a nova coleção 2026 amplia esse diálogo entre tradição e inovação. Entre os destaques está a reedição Molletta 100+6, de Baldessari & Baldessari, uma releitura em escala monumental do tradicional prendedor de roupas, esculpida em cedro maciço perfumado e finalizada com assento em couro. A peça sintetiza o espírito da mostra ao transformar um objeto cotidiano em escultura funcional, evocando referências da Pop Art sem perder o rigor construtivo que caracteriza a Riva1920. Mais do que apresentar novos produtos, a marca reafirma seu compromisso com a longevidade do design, a excelência da marcenaria italiana e o uso responsável da madeira como protagonista do habitar contemporâneo.

A edição especial Molletta 100+6, assinada por Baldessari & Baldessari, integra a instalação "100+6: Dalla Natura alla Casa", criada para celebrar os 106 anos da Riva1920. Esculpido em cedro maciço perfumado e revestido em couro, o banco transforma um objeto cotidiano em uma peça de forte caráter escultórico.
Foto: Divulgação / Riva1920.



BRASIL - SALONE DEL MOBILE.MILANO 2026:

PRESENÇA INTERNACIONAL COM DESIGN, INDÚSTRIA E IDENTIDADE

O Brasil chegou ao Salone del Mobile.Milano 2026 demonstrando a maturidade de uma estratégia construída ao longo dos últimos anos. O que se viu em Milão foi o resultado de um trabalho consistente de fortalecimento da indústria, incentivo ao design e internacionalização das empresas brasileiras. Reunindo mais de 70 indústrias, designers e estudantes em três diferentes pavilhões da feira, a participação organizada pela ABIMÓVEL (Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário), em parceria com a ApexBrasil, por meio do projeto Brazilian Furniture, revelou uma produção que alia inovação, identidade cultural, sustentabilidade e excelência industrial.

Distribuída entre o Espaço Brasil, no Pavilhão 3, a EuroCucina, no Pavilhão 2, e o Salão Internacional do Banho, no Pavilhão 10, a exposição apresentou um panorama representativo da diversidade do mobiliário brasileiro contemporâneo. Ao lado de empresas já consolidadas no mercado internacional, novos talentos e estudantes reforçaram a proposta de revelar um setor em constante renovação, onde indústria e criação caminham de forma integrada.

Sob o conceito "Conexões", a participação brasileira dialogou diretamente com um dos principais temas da edição 2026 do Salone: a valorização da matéria como origem do projeto. Em vez de apresentar apenas produtos, o espaço brasileiro mostrou como materiais, técnicas produtivas, repertórios culturais e inovação tecnológica se unem para construir objetos dotados de identidade, reafirmando o design como ferramenta estratégica de diferenciação e competitividade internacional.

A sintonia com os debates observados ao longo da Semana de Design de Milão foi evidente. Enquanto grande parte dos expositores internacionais voltou sua atenção para a materialidade, o fazer artesanal, a durabilidade e a experiência sensorial dos ambientes, a produção brasileira respondeu com uma linguagem que lhe é própria. Madeiras, fibras naturais, pedras, tecidos, metais e outros materiais aparecem não apenas como recursos construtivos, mas como elementos capazes de traduzir memória, território, conhecimento técnico e diversidade cultural; características que historicamente acompanham o design produzido no país.

Essa convergência também se refletiu na maneira como o mobiliário brasileiro interpreta o morar contemporâneo. A integração entre ambientes, o conforto, a leveza visual, a relação entre espaços internos e externos e o uso inteligente dos materiais demonstram uma produção alinhada às transformações do mercado global, mantendo sua identidade. A constatação é de que o Brasil apresentou soluções coerentes com sua própria cultura projetual, consolidando uma presença que vai além da promoção comercial para afirmar o design nacional como expressão de inovação, autoria e valor agregado.

A melhor tradução desse posicionamento esteve nas peças expostas ao longo dos três pavilhões ocupados pelo Brazilian Furniture. Cada produto revelou uma maneira particular de interpretar a matéria, o conforto, a inovação e o fazer industrial, evidenciando a diversidade de um design que encontra na autoria e na excelência construtiva seus principais diferenciais. Entre os destaques apresentados em Milão, algumas criações sintetizam com precisão esse momento da produção brasileira.

Inspirada pelo movimento do vento que esculpe as dunas, a Poltrona Duna traduz em formas orgânicas uma linguagem marcada pela leveza e pela fluidez. Assinada por Alexandre Kasper e apresentada pela CGS no Salone del Mobile.Milano 2026, a peça combina curvas contínuas, estrutura apoiada em três pontos e uma estofaria generosa que se revela como um único volume, proporcionando conforto e forte presença estética. *Imagem: divulgação.*



PIN TABLE, DE SERGIO BATISTA | UULTIS

Assinada pelo designer Sergio Batista e produzida pela Uultis, a Pin Table chama a atenção pelo desenho arquitetônico de sua base, inspirada nos corredores dos castelos góticos. As colunas estruturais se abrem em direção ao tampo, criando uma composição escultórica que confere personalidade à peça e amplia suas possibilidades de configuração. Com uma linguagem contemporânea e forte presença visual, a mesa traduz o equilíbrio entre expressão formal e funcionalidade, reafirmando a proposta da Uultis de desenvolver mobiliário autoral que alia sofisticação, versatilidade e excelência construtiva. *Imagem: divulgação.*



BY GABS | ESCULTURAS EM PAPEL

Entre as propostas mais poéticas da participação brasileira, a By Gabs apresentou esculturas artesanais que transformam papel, cor e dobraduras em objetos de forte expressão artística. Fundada por Débora Oizerovici e Gabriela Schattan, mãe e filha, a marca desenvolve peças colecionáveis que exploram formas, volumes e cores para estabelecer uma relação afetiva entre arte, design e o universo da casa. Criadas a partir de técnicas manuais e produzidas com o apoio de uma cooperativa feminina especializada em origami, as esculturas preservam o caráter artesanal que deu origem à marca. Cada peça traduz um processo colaborativo e reafirma a capacidade do design brasileiro de transformar materiais simples em narrativas visuais carregadas de emoção, identidade e sensibilidade. *Imagem: divulgação*





BUFFET AERO | MAREL DESIGN MOBILI

Apresentado pela Marel Design Mobili no Salone del Mobile.Milano, o Buffet Aero sintetiza a proposta da marca de desenvolver coleções altamente personalizáveis, combinando precisão construtiva, funcionalidade e refinamento estético. O projeto reflete um processo de desenvolvimento voltado à criação de soluções flexíveis para o mobiliário planejado, ampliando as possibilidades de composição mantendo a identidade visual da coleção. A participação da Marel no evento reforça sua estratégia de internacionalização e evidencia a capacidade da indústria brasileira de competir em um mercado cada vez mais orientado pelo design, pela inovação e pela customização. A peça traduz esse posicionamento ao unir linguagem contemporânea, qualidade construtiva e versatilidade de uso. *Imagem: divulgação.*



ZEN DESIGN | METAIS E ACESSÓRIOS

Em sua segunda participação no Salone del Mobile.Milano, a Zen Design apresentou uma coleção de metais, puxadores, maçanetas e alças que evidencia a importância dos detalhes na composição dos ambientes. As novidades reforçam o conceito de "vestir a casa", propondo uma linguagem integrada em que cada elemento dialoga entre si, do banheiro à porta de entrada. Ao ampliar seu portfólio com peças de desenho contemporâneo e acabamentos sofisticados, a marca demonstra como componentes tradicionalmente vistos como funcionais assumem também um papel estético, contribuindo para a identidade dos projetos de arquitetura e interiores. *Imagem: divulgação.*



POLTRONA ESCAMA HOUSE GARDEN

A Poltrona Escama, criada pelo designer Fábio Melo para a House Garden, traduz o encontro entre a identidade amazônica da marca e a pesquisa do designer sobre os saberes populares brasileiros. Inspirada na relação entre natureza, memória e cultura, a peça combina uma linguagem contemporânea com referências aos materiais e às técnicas tradicionais que permeiam a produção artesanal do país. Com mais de 25 anos de atuação no Pará, a House Garden desenvolve mobiliário profundamente conectado ao território amazônico, transformando paisagem, pertencimento e tradição em design. Na Escama, essa identidade dialoga com o repertório criativo de Fábio Melo; vencedor do Prêmio Mitsubishi MADE de Design Brasileiro 2025; cuja trajetória incorpora influências da cultura nordestina, da arte e da experimentação de materiais como madeira, couro, argila e metal. O resultado é uma peça que sintetiza a diversidade cultural brasileira por meio de uma linguagem sofisticada e autoral. *Imagem: divulgação*

BANCO MUNDURUKU MANOEL M. A. FERNANDES

Entre as peças de maior significado simbólico da participação brasileira no Salone del Mobile.Milano 2026, o Banco Munduruku leva ao cenário internacional a cultura e os saberes ancestrais dos povos originários. Assinada pelo designer indígena Manoel Márcio Alves Fernandes, conhecido como Márcio Munduruku, a peça nasce da relação profunda com a floresta amazônica e da tradição de marcenaria desenvolvida em sua comunidade, na Aldeia Taquara, no Pará. O banco expressa uma visão de mundo construída a partir do uso consciente da madeira, das técnicas artesanais e dos grafismos que traduzem identidade, memória e resistência cultural. Sua presença em Milão evidencia a diversidade do design brasileiro contemporâneo, ampliando o diálogo entre indústria, autoria e os conhecimentos tradicionais que também constituem a riqueza criativa do país. *Imagem: divulgação*



MB
Mesa Boutique
Home



Companhia para todos os momentos.

@mbhome.atacado
+55 (22) 99217.7396

A Reflex apresentou, durante o Fuorisalone 2026, a instalação Design Insights, na qual mobiliário, iluminação e arte se unem para criar uma experiência sensorial marcada pela elegância e pela inovação. Créditos: Revista Use Design.



MILÃO TRANSFORMA O DESIGN EM LINGUAGEM, EXPERIÊNCIA E ESTRATÉGIA

Durante uma semana, Milão deixa de ser apenas a capital mundial do design para tornar-se um grande laboratório de ideias. No Fuorisalone 2026, instalações, exposições e intervenções urbanas ocuparam palácios históricos, galerias, showrooms e espaços industriais, revelando como o design ultrapassa a dimensão do produto para construir narrativas, provocar reflexões e fortalecer o posicionamento das marcas. Da tradição artesanal às tecnologias emergentes, a edição confirmou que inovação, hoje, nasce do diálogo entre cultura, pesquisa, sustentabilidade e experiência.

LOUIS VUITTON REVISITA O ART DÉCO EM UMA EXPOSIÇÃO QUE CONECTA MEMÓRIA, DESIGN E EXCELÊNCIA ARTESANAL

Entre os endereços mais disputados do Fuorisalone 2026, o histórico Palazzo Serbelloni recebe a Louis Vuitton em uma exposição que aproxima o universo do Art Déco do design contemporâneo. As novas coleções Objets Nomades dividem o cenário com os icônicos baús da Maison, em um percurso que valoriza a herança artesanal da marca sem renunciar à experimentação.

A visita começa na Sala Giangaleazzo, onde a atmosfera remete ao universo de Pierre Legrain, designer de interiores, encadernador e ilustrador que marcou o movimento Art Déco. Sua obra conduz toda a narrativa da exposição e inspira as novas interpretações da coleção Objets Nomades, estabelecendo uma conexão entre o repertório histórico e a produção contemporânea.

Na Sala Napoleonica, a coleção Pierre Legrain Hommage reúne mobiliário, peças têxteis e objetos dedicados à arte de receber. As criações partem das encadernações e dos arquivos originais do artista para revelar superfícies, texturas e geometrias reinterpretadas pelo savoir-faire dos ateliês da Louis Vuitton, em uma leitura sofisticada da obra de Legrain.

O percurso segue até a boutique da Maison, na Via Montenapoleone, onde o olhar é imediatamente atraído pelo Malle Courrier Lozine Maison de Famille. Produzido integralmente em vitrais para um desfile recente da coleção masculina concebida por Pharrell Williams, Diretor Criativo da Louis Vuitton Men, o baú transforma um dos maiores símbolos da marca em uma peça de forte impacto visual. A estrutura tradicional da marcenaria dialoga com a delicadeza do vidro colorido, revelando um trabalho técnico de rara precisão.

Ao ocupar um dos palácios mais emblemáticos de Milão, a Louis Vuitton constrói uma exposição em que arquitetura, mobiliário, objetos e artes decorativas compartilham a mesma narrativa. O resultado é um percurso elegante, marcado pelo encontro entre memória, inovação e excelência artesanal — uma das experiências mais refinadas desta edição do Fuorisalone.



Imagens: Divulgação/Louis Vuitton



LEXUS APRESENTA UMA NOVA VISÃO DA MOBILIDADE NA MILAN DESIGN WEEK 2026

A Lexus voltou ao Fuorisalone para reafirmar o design como um dos pilares de sua identidade. Instalada no Superstudio Più, em Tortona, a exposição "Discover Your Space" apresentou uma reflexão sobre o futuro da mobilidade por meio de experiências imersivas que combinaram arquitetura, tecnologia, luz e arte.

O grande destaque foi a instalação SPACE, inspirada no novo Lexus LS Concept. Com projeções monumentais, iluminação e paisagens sonoras, a obra propôs uma visão em que o automóvel deixa de ser apenas um meio de transporte para tornar-se um ambiente de bem-estar, conexão e experiências personalizadas.

A mostra também reuniu os projetos do Discover Together 2026, iniciativa que aproxima designers da Lexus e criativos internacionais. As instalações exploraram diferentes interpretações do conceito de espaço, abordando temas como percepção, interação, artesanato e inovação, sempre a partir da relação entre as pessoas e a tecnologia.

Mais do que apresentar novos conceitos, a Lexus utilizou a Milan Design Week para reforçar uma visão de futuro em que o design é capaz de transformar a experiência da mobilidade, aproximando funcionalidade, emoção e qualidade de vida.



The Crafted Cosmos – Parte do projeto Discover Together 2026, a instalação criada por artesãos japoneses em colaboração com os designers internos da Lexus celebra a precisão do artesanato tradicional por meio de madeira, luz e tecnologia, revelando novas expressões do espaço em uma experiência contemplativa.

Crédito: © Lexus International | Toyota Motor Corporation.

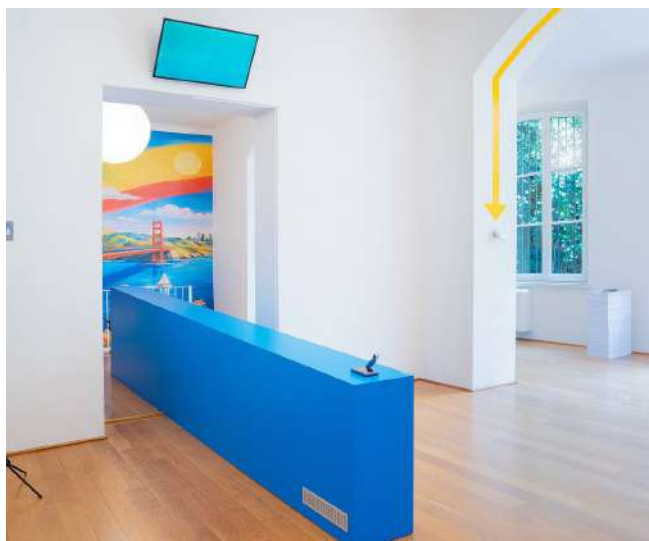
SPACE – Instalação imersiva inspirada no novo Lexus LS Concept, apresentada no Superstudio Più durante a Milan Design Week 2026. A experiência combina projeções em 360°, luz e som para explorar uma nova visão da mobilidade, em que o automóvel se transforma em um espaço de bem-estar e conexão.

Crédito: © Lexus International | Toyota Motor Corporation.



GOOGLE × ECAL: EXPERIMENTAÇÃO, DESIGN E O FUTURO DA INTERAÇÃO DIGITAL

Na Milan Design Week 2026, a Google Industrial Design uniu-se à ECAL – University of Art and Design Lausanne para apresentar *A Message From Tomorrow*, uma exposição que investiga novas possibilidades para o futuro da tecnologia móvel sob uma perspectiva essencialmente humana. Desenvolvidos por estudantes do Master em Product Design da ECAL, os projetos propõem interpretações experimentais do smartphone, questionando formatos convencionais e explorando novas formas de interação entre pessoas e dispositivos. Em vez de privilegiar desempenho ou especificações técnicas, a mostra concentra-se em experiências cotidianas, imaginando objetos mais intuitivos, sensoriais e integrados à vida contemporânea. Conceitos como interfaces táteis, dispositivos autossuficientes em energia, comunicação baseada no toque e novas relações entre matéria, movimento e inteligência digital revelam uma abordagem crítica e prospectiva do design. Resultado da colaboração entre universidade e indústria, a exposição demonstra como a pesquisa acadêmica pode antecipar cenários futuros e contribuir para uma tecnologia mais significativa, sustentável e centrada no ser humano.



Um dos ambientes da exposição *A Message From Tomorrow*, criada pela Google Industrial Design em parceria com a ECAL – University of Art and Design Lausanne, reúne protótipos experimentais que investigam novas formas de interação entre pessoas e tecnologia, propondo uma visão mais intuitiva, sensorial e humana para os dispositivos móveis do futuro.

Crédito da foto: Marvin Merkel / ECAL × Google.



Stadium d'Hermès

Idealizada pela dupla de designers britânicos Edward Barber e Jay Osgerby, a mesa Stadium da Hermès evoca, com sua forma em "oito", a curvatura do dorso de um cavalo ou o aspecto ovalado de uma pista de corrida. Totalmente confeccionada em marchetaria de mármore, ela transmite, no entanto, uma sensação de leveza. *Foto: Hermès | Milan Design Week 2026.*



ARQUITETURA, LUZ E TEMPO: QUANDO A HERMÈS FAZ DO SILÊNCIO UMA EXPERIÊNCIA

Em uma edição marcada por experiências imersivas e instalações de forte impacto visual, a Hermès escolheu um caminho oposto: desacelerar. Em *La Pelota*, no Brera Design District, a Maison transformou a apresentação de sua coleção Home em um exercício de arquitetura, luz e contemplação. A cenografia, assinada por Charlotte Macaux Perelman e Alexis Fabry, organizou cerca de trinta volumes em madeira e gesso que conduziam o visitante por um percurso silencioso, onde cada objeto surgia como uma obra autônoma. Não havia excessos, efeitos tecnológicos ou estímulos simultâneos. Havia espaço, matéria e tempo. A iluminação, cuidadosamente projetada, valorizava texturas, reflexos e o trabalho artesanal presente em mármore, couro, metal, madeira e tecidos. Em um momento em que a cultura digital estimula o consumo acelerado de imagens, a Hermès propôs exatamente o contrário: olhar com calma, perceber os detalhes e compreender o valor do gesto humano. Mais do que apresentar novos objetos para a casa, a Maison reafirmou que o verdadeiro luxo continua sendo o tempo dedicado à criação, ao saber-fazer e à excelência dos materiais.

Palladion d'Hermès

A nova linha de objetos para a casa combina o metal com acabamento em paládio martelado ao couro, à crina de cavalo ou à madeira. Moldado pelo martelo do ourives, o metal vibra, capta a luz e produz reflexos únicos. O centro de mesa, a jarra e os vasos são como talismãs contemporâneos, compostos por linhas arquitetônicas e materiais enobrecidos pelo gesto do artesão.

Foto: Hermès | Milan Design Week 2026.

MEMÓRIA COMO MATÉRIA-PRIMA: COMO A GUCCI TRANSFORMOU 105 ANOS DE HISTÓRIA EM UMA INSTALAÇÃO ARTÍSTICA

Em um Fuorisalone marcado por experiências tecnológicas e instalações imersivas, a Gucci escolheu olhar para trás para falar de futuro. Em Gucci Memoria, a Maison transformou seus 105 anos de história em uma instalação artística que fez do arquivo seu principal material criativo. Em vez de apresentar novos produtos, a marca construiu uma narrativa visual por meio de tapeçarias monumentais produzidas pela histórica Tessitura Grassi, reinterpretando símbolos, personagens e momentos que moldaram sua identidade. A exposição reafirmou que, no universo do luxo, memória não representa nostalgia, mas patrimônio cultural. Ao valorizar o saber-fazer artesanal e a tradição têxtil italiana, a Gucci mostrou que a inovação também nasce da capacidade de revisitar a própria trajetória. Em tempos de consumo acelerado e tendências efêmeras, a instalação propôs uma reflexão sobre permanência, autenticidade e legado, demonstrando que o design pode ser um poderoso instrumento para preservar histórias e construir novos significados.



Inspiradas na tradição das tapeçarias italianas, as obras de Gucci Memoria revisitam o imaginário histórico da marca e demonstram como o design pode preservar legados enquanto constrói novos significados.
Crédito: Gucci | Fuorisalone 2026.



TRUE OVER TIME: POLTRONA FRAU TRANSFORMA O TEMPO EM EXPERIÊNCIA DE DESIGN

Durante o Fuorisalone 2026, a Poltrona Frau abriu as portas de seu histórico flagship no Palazzo Gallarati Scotti, no Brera Design District, para apresentar True Over Time, uma instalação que convidou o público a refletir sobre a permanência como um dos maiores atributos do design. Em um percurso expositivo cuidadosamente concebido, a marca italiana demonstrou como tradição artesanal, inovação tecnológica e pesquisa em materiais podem coexistir na criação de peças destinadas a atravessar gerações.

Concebida como um percurso expositivo, a instalação articulou uma narrativa sobre a cultura do bem-fazer. Ambientes elegantes apresentaram lançamentos como o sistema modular Archibald Sofa System, de Jean-Marie Massaud, as novas configurações do Blisscape, de Ludovica Serafini e Roberto Palomba, e a cama LieLow, assinada por Faye Toogood, evidenciando diferentes interpretações do morar contemporâneo.

A sustentabilidade também ocupou papel central na experiência, com a evolução da tradicional Pelle Frau® Heritage, agora produzida com o processo de curtimento Impact Less, que reduz o impacto ambiental mantendo os elevados padrões de qualidade da marca. Novos tecidos, acabamentos e materiais reforçaram a proposta de um luxo fundamentado na durabilidade, na responsabilidade e na excelência construtiva. A marca participou efetivamente do Salone del Mobile Milano paralelamente neste ano.

Em um Fuorisalone marcado por instalações imersivas e experimentações tecnológicas, a Poltrona Frau escolheu destacar valores atemporais. True Over Time mostrou que a inovação nem sempre está em romper com o passado, mas em aperfeiçoar continuamente um saber-fazer capaz de transformar móveis em peças de legado, confirmando que o verdadeiro luxo reside na permanência e na qualidade que resistem ao tempo.



Imagem: Divulgação

ORNARE: A MATURIDADE DO DESIGN BRASILEIRO NO PALCO INTERNACIONAL

Poucas empresas brasileiras construíram uma presença tão consistente na Milan Design Week quanto a Ornare. Ao celebrar seus 40 anos, a marca reafirmou o showroom da Via Manzoni não apenas como um endereço comercial, mas como uma plataforma estratégica de relacionamento, conteúdo e posicionamento internacional. Em um dos endereços mais disputados do design mundial, a empresa apresentou novas soluções para cozinhas e closets, ampliando sua visão do mobiliário como arquitetura de interiores e demonstrando a maturidade de um design brasileiro capaz de dialogar em igualdade com as principais referências globais.

A programação foi além dos lançamentos. Colaborações com estúdios internacionais, a terceira edição do Art All Around, realizada em parceria com a Galleria Continua, e a instalação Respiro Kinetico, desenvolvida pelo estúdio Diorama, transformaram o showroom em um espaço de encontros entre arquitetura, arte, pesquisa e inovação. Mais do que celebrar quatro décadas de trajetória, a Ornare confirmou uma estratégia construída ao longo dos anos: utilizar Milão como um território permanente de conexão com especificadores, incorporadoras, arquitetos e formadores de opinião de diferentes mercados. Uma presença que evidencia não apenas a força da marca, mas também a capacidade do design brasileiro de ocupar posições de protagonismo na cena internacional.



Entre arquitetura, moda e intervenção urbana, a Moncler ocupa o 10 Corso Como com a instalação Have a Puffy Summer, cuja estrutura inflável transforma a fachada histórica em um marco visual da Milan Design Week 2026. *Crédito: Emanuele Cremaschi/Getty Images.*



FUORISALONE 2026: ONDE AS MARCAS CONSTROEM SIGNIFICADO

Existe algo curioso no Fuorisalone. Milhares de pessoas atravessam Milão a pé, enfrentam longas filas, percorrem palácios centenários, antigas fábricas, claustros, galerias, showrooms e jardins. Ao final do percurso, encontram móveis, luminárias, revestimentos, tecidos, automóveis, objetos e ambientes que, em diversos casos, poderão ser adquiridos posteriormente. Mas dificilmente deixam a cidade falando apenas dos produtos. O que permanece na memória são as experiências, as narrativas e as reflexões que cada marca escolheu compartilhar.

É essa a singularidade do Fuorisalone. Durante a Milan Design Week, a cidade transforma-se em um território onde o design extrapola a dimensão comercial para construir significado. Os produtos continuam presentes, mas deixam de sustentar sozinhos a narrativa. Ao seu redor surgem discussões sobre memória, inovação, sustentabilidade, tecnologia, patrimônio, comportamento e novos modos de habitar.

Cada instalação amplia o universo da marca e revela não apenas o que ela produz, mas a forma como interpreta o mundo e deseja participar das transformações da sociedade.

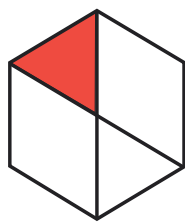
Essa mesma valorização do diálogo entre tradição e inovação também marcou a apresentação da cc-tapis. Com a instalação Materia Natura, a marca italiana explorou a relação entre materiais, técnicas artesanais e design contemporâneo, demonstrando que a criatividade nasce do encontro entre conhecimento ancestral, experimentação e excelência na execução. No Nilufar Depot, o design colecionável estabeleceu um diálogo entre peças históricas e criações contemporâneas, demonstrando que repertório, memória e pesquisa continuam sendo ferramentas essenciais para imaginar o futuro.

A mesma lógica apareceu na Materially, que deslocou o debate para um estágio anterior ao próprio desenho do produto. Ao reunir pesquisas sobre biomateriais, superfícies inovadoras e processos produtivos de menor impacto ambiental, a mostra evidenciou que as decisões mais importantes do design começam na escolha da matéria-prima. Já a Loro Piana Interiors construiu uma experiência silenciosa, na qual tecidos, texturas e luz revelaram uma sofisticação que dispensa excessos e reafirma o valor da sensorialidade como linguagem projetual.

Em outra escala, a Alcova voltou a ocupar edifícios históricos e espaços industriais desativados para apresentar pesquisas experimentais de designers emergentes e estúdios independentes. O contraste entre arquitetura existente e novas propostas reforçou uma das principais características do Fuorisalone: sua capacidade de transformar a própria cidade em laboratório de experimentação. Ao mesmo tempo, empresas como a Cassina demonstraram que inovação não depende exclusivamente da novidade. Ao revisitar seu patrimônio projetual e reinterpretar clássicos sob uma perspectiva contemporânea, a marca reafirmou que tradição e inovação não são conceitos opostos, mas dimensões complementares do mesmo processo criativo.

É justamente por isso que empresas, universidades, galerias, instituições culturais e estúdios criativos investem tanto em ocupar Milão durante essa semana. O Fuorisalone oferece algo que dificilmente pode ser construído apenas por um showroom, uma campanha publicitária ou um estande de feira: contexto. É nesse ambiente que uma marca revela sua visão de mundo, estabelece conexões emocionais, aproxima-se da arquitetura, da arte e da pesquisa e transforma produtos em narrativas capazes de criar identificação e permanecer na memória do público.

Permanece a compreensão de que o design contemporâneo já não comunica apenas desempenho, função ou estética. Ele comunica propósito, posicionamento e visão de futuro. E esta é a principal contribuição do Fuorisalone para a indústria: mostrar que, antes de conquistar mercado, as marcas precisam construir significado.



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

acesse
nossos
canais
oficiais



VENHA FAZER **BONS** **NEGÓCIOS** EM **GRAMADO**

De 07 A 10 JUN

Em 2027

Onde
o design
encontra
o negócio



**Serra Park
Gramado RS**

comercial@salaodegramado.com.br

48 3192 1964 | 48 99132 7317

Siga nas Redes Sociais

/salaodegramado

edição

12

SALONE DEL MOBILE.MILANO 2026: O DESIGN VENDE CULTURA

A feira termina. A influência permanece.

Imagem: Use Design

Por Sol Andreassa
Publisher da USE DESIGN

Há um equívoco que ainda insiste em sobreviver: acreditar que o Salone del Mobile.Milano seja uma feira de móveis.

Quem desembarca em Milão esperando encontrar apenas novos modelos de sofás, cozinhas e luminárias dificilmente compreenderá o que realmente acontece ali. O Salone deixou de ser apenas uma vitrine de lançamentos. Tornou-se um retrato do seu tempo. Logo nas primeiras horas da feira isso já fica evidente. Antes mesmo de entrar nos pavilhões, as conversas nas filas, os encontros entre arquitetos, empresários, estudantes e jornalistas revelam que todos estão ali procurando algo maior do que novos produtos. Procuram sinais. Tentam entender para onde o design está caminhando. Ali, o design conversa com a economia, a indústria, a política, a cultura, a tecnologia e o comportamento. É nesse encontro que se percebe para onde o mundo está caminhando. Em 2026, essa leitura ficou ainda mais evidente.

VIVEMOS UM PERÍODO DE INCERTEZAS. CADEIAS PRODUTIVAS SÃO REDESENHADAS, TARIFAS COMERCIAIS MUDAM DE DIREÇÃO, CONFLITOS ALTERAM MERCADOS E O CONSUMO JÁ NÃO RESPONDE ÀS MESMAS LÓGICAS DE POUCOS ANOS ATRÁS. ENQUANTO MUITOS ENXERGAM ESSE CENÁRIO COM CAUTELA, MILÃO FAZ OUTRO MOVIMENTO: INVESTE EM CRIATIVIDADE. NÃO POR ROMANTISMO, MAS POR ESTRATÉGIA.

Imagem: Use Design



Quando o mercado perde previsibilidade, inovar deixa de ser um diferencial para se tornar uma questão de sobrevivência. A indústria italiana compreendeu isso há muito tempo. Talvez por isso o que se viu nesta edição tenha ido muito além dos lançamentos. O que estava em exposição era uma demonstração de confiança; na indústria, na cultura e na capacidade criativa como ativo econômico. Essa percepção aparecia também nos detalhes: havia filas para entrar em instalações artísticas. Pessoas permaneciam vários minutos observando uma única peça. Em diversos espaços, a conversa girava em torno da ideia, do processo criativo, da história por trás do projeto. Isso diz muito sobre o momento que vivemos.

A arte deixou de ocupar um espaço complementar para assumir protagonismo. O Fuorisalone praticamente dissolveu as fronteiras entre arquitetura, patrimônio histórico, instalações imersivas e design. Em muitos momentos, já não fazia sentido perguntar onde terminava uma obra de arte e começava um produto. Talvez porque essa pergunta já tenha perdido importância. Hoje ninguém leva para casa apenas um móvel.

Leva uma atmosfera, a narrativa. Uma maneira de habitar o mundo. É essa mudança que explica o protagonismo de iniciativas como o Salone Raritas, reunindo galerias internacionais em torno da pesquisa e da experimentação, e do Common Archive – La Notte Bianca del Progetto, que abriu ao público um patrimônio normalmente inacessível para mostrar que a excelência do design italiano não nasce do acaso. Ela nasce de repertório. Porque inovação sem memória dificilmente produz identidade. Em uma das conversas durante a semana, ouvi uma frase que ficará comigo para sempre: "A Itália não exporta apenas produtos; exporta cultura." Talvez seja essa a definição mais simples do que acontece em Milão. Os números impressionam, mas contam apenas parte da história. Foram 316.342 visitantes, vindos de 167 países, 1.900 marcas expositoras e um público internacional que representou 68% da feira, além de milhares de jornalistas, estudantes e jovens profissionais.

Poucos eventos conseguem reunir, ao mesmo tempo, indústria, negócios, conhecimento, formação e cultura. É isso que mantém o Salone no centro das discussões globais sobre design. Mas vale destacar que outro dado chama atenção: o Brasil apareceu entre os quatro países com maior presença internacional na edição de 2026. E isso era perceptível caminhando pelos corredores.

Português era um idioma ouvido com frequência. Arquitetos, empresários, lojistas, e fabricantes brasileiros circulavam entre estandes e instalações com uma participação muito mais ativa do que em anos anteriores. Não é apenas uma curiosidade. É um sinal de que o mercado brasileiro participa das conversas que moldam o futuro da indústria, no entanto, essa presença também traz consigo, responsabilidade. Estar em Milão não significa apenas acompanhar tendências. Significa entender as transformações em curso e decidir como queremos participar delas. O próprio Salone também demonstra que já não pensa apenas em uma semana de evento.

As parcerias com a Art Basel, a presença na Expo Osaka, as missões internacionais e o anúncio de um novo projeto na Arábia Saudita revelam uma organização que passou a atuar continuamente para fortalecer o design italiano como instrumento de diplomacia cultural, estratégia econômica e influência global. O reconhecimento como Embaixador do Design Italiano no Mundo apenas confirma essa direção.

Quando as luzes do Salone se apagam, a feira termina. As estruturas são desmontadas. Os pavilhões voltam ao silêncio. Mas quem esteve ali sabe que a conversa apenas começou. Os produtos chegarão ao mercado nos próximos meses. As ideias começaram a circular no mesmo instante em que foram apresentadas. É assim que Milão exerce sua influência. Não pela velocidade, ou ainda pelo espetáculo; mas pela capacidade de transformar design em pensamento, e pensamento em cultura. Toda grande feira termina. As ideias que ela desperta, não. E no final, nunca foi sobre móveis. Sempre foi sobre as pessoas, sobre a humanidade.





MILLBROOK BEDS: O LUXO COMEÇA ONDE OS OLHOS NÃO VEEM

Mais do que um ambiente para dormir, o quarto tornou-se um espaço dedicado ao bem-estar. É nesse cenário que a britânica Millbrook Beds chega ao Brasil, em parceria com a Plumatex, trazendo uma tradição de manufatura que valoriza o tempo, a técnica e a construção do conforto.



Imagem: Divulgação

Durante muito tempo, o luxo esteve associado ao que era imediatamente perceptível: materiais nobres, acabamentos impecáveis e design sofisticado. Hoje, porém, uma nova lógica ganha força. O verdadeiro valor de um produto premium nem sempre está naquilo que se vê, mas na inteligência de sua construção, na origem dos materiais e no conhecimento acumulado ao longo de décadas de fabricação.

Essa mudança de percepção também alcançou um dos ambientes mais íntimos da casa. O quarto deixou de ser apenas um espaço funcional para assumir um papel central na busca por qualidade de vida, saúde e bem-estar. Dormir bem tornou-se parte de um estilo de viver, e o colchão passou a ocupar uma posição estratégica dentro desse novo conceito de morar.

O quarto ganhou protagonismo e o sono passou a ser um símbolo de qualidade de vida

É nesse contexto que a britânica Millbrook Beds chega ao mercado brasileiro, representada com exclusividade pela Plumatex.

Na Inglaterra, onde a tradição da manufatura continua sendo motivo de orgulho nacional, empresas preservam a ideia de que determinados produtos não podem renunciar ao tempo, da técnica e do trabalho humano. É uma filosofia que atravessa diferentes setores, da relojoaria à marcenaria, da chapelaria à alta-costura. A analogia, aliás, não é casual. Assim como uma peça de alfaiataria revela a qualidade de quem a confeccionou muito antes de chamar atenção pelo tecido, os colchões da fabricante britânica foram concebidos para que seu valor esteja justamente naquilo que o consumidor raramente vê: a construção interna, a seleção criteriosa dos materiais e o cuidado dedicado a cada etapa da fabricação.

Não são colchões feitos sob medida. São produtos desenvolvidos com a mesma filosofia de quem acredita que a excelência nunca é consequência do acaso, mas de um processo conduzido com rigor.

CONSTRUIR ANTES DE VENDER

Existe uma diferença importante entre fabricar um colchão e construir um colchão. Fabricar remete à eficiência industrial. Construir pressupõe conhecimento, domínio técnico e escolhas criteriosas. A Millbrook aproxima-se muito mais da segunda definição. Seus modelos combinam sistemas de molas ensacadas individualmente, diferentes camadas de conforto e fibras naturais cuidadosamente selecionadas para criar uma experiência de descanso equilibrada. Não se trata de acumular componentes ou multiplicar o número de molas como argumento comercial, mas de integrar cada elemento para que trabalhe em conjunto.

Essa visão explica por que a marca continua valorizando matérias-primas como lã, algodão, seda e outras fibras naturais. Mais do que conferir sofisticação, esses materiais oferecem propriedades importantes de respirabilidade, conforto térmico e durabilidade.

O resultado é um colchão cuja qualidade nasce da combinação entre engenharia, tradição e manufatura especializada.

UMA HERANÇA BRITÂNICA

Fundada em 1946, na região de Southampton, a Millbrook cresceu em um ambiente marcado pelo respeito aos ofícios e pela valorização do trabalho artesanal.

Sua trajetória começou produzindo estofados e camas para um mercado exigente, em uma época em que acabamento e resistência eram atributos indispensáveis. Décadas depois, a empresa preserva muitos desses princípios, mesmo diante da evolução tecnológica da indústria.

A automação está presente onde ela agrega precisão. Mas não substitui etapas que continuam dependendo da experiência humana.

Essa escolha ajuda a explicar por que a marca conquistou espaço em hotéis de alto padrão e em residências que enxergam o descanso como parte de uma experiência de viver.

Mais do que vender conforto, a Millbrook vende confiança no processo que torna esse conforto possível.

O NOVO CONSUMIDOR DO LUXO

A chegada da marca ao Brasil acompanha uma transformação importante no comportamento do consumidor premium.

Hoje, ele deseja conhecer a origem dos materiais, compreender como um produto é desenvolvido e identificar quais escolhas técnicas realmente interferem em sua experiência de uso. É justamente nesse diálogo que a Millbrook encontra espaço. Sua proposta não se apoia apenas em especificações técnicas ou em números impressionantes. Ela convida o consumidor a olhar para aquilo que normalmente permanece escondido: a inteligência da construção, a seleção das matérias-primas e o cuidado presente em cada etapa da fabricação.

Windsor Supreme 8000, um dos mais vendidos no mundo.

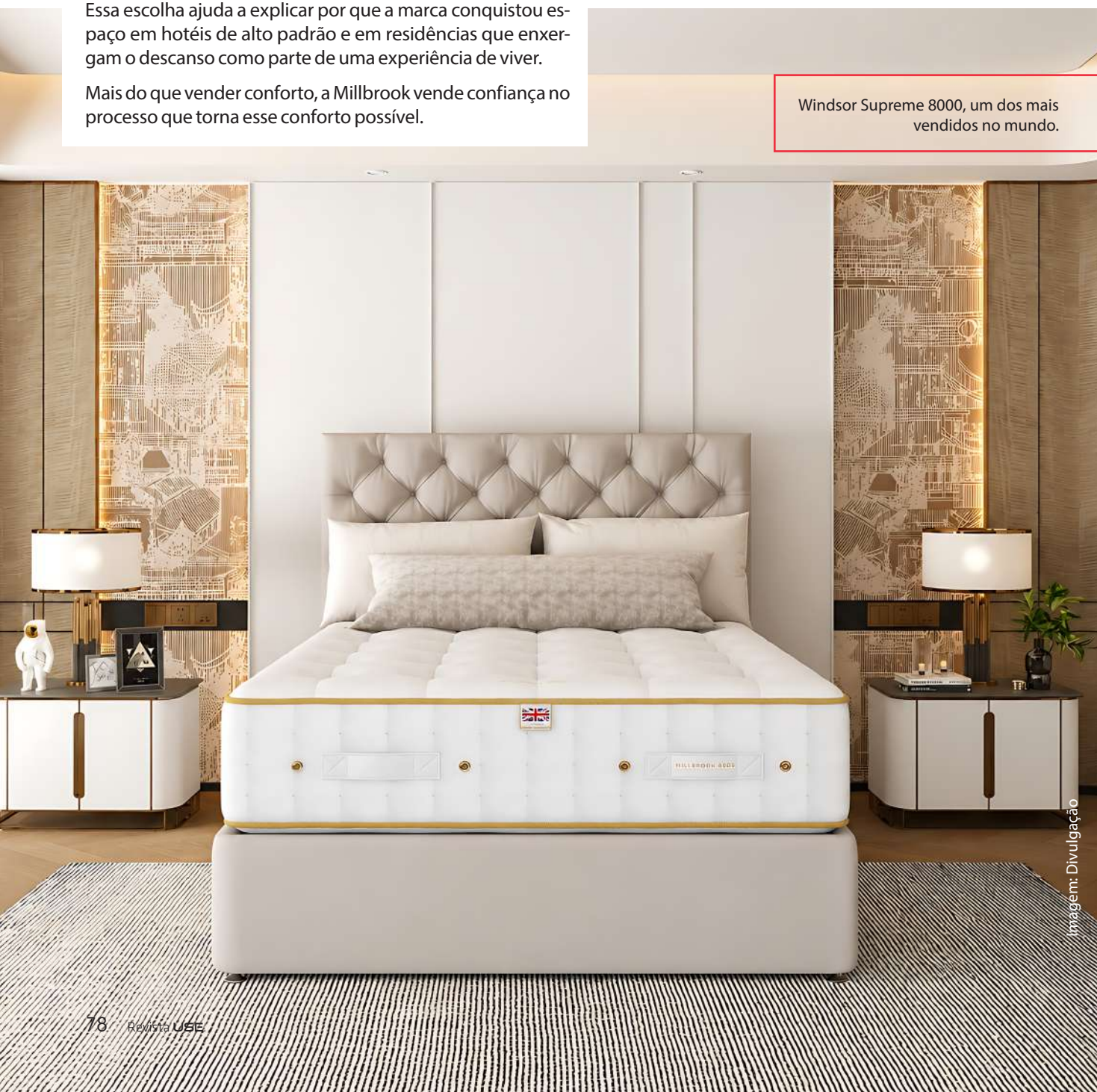


Imagem: Divulgação



QUANDO O BEM-FEITO VOLTA A SER UM DIFERENCIAL

Durante décadas, a indústria buscou produzir mais, com mais rapidez e maior eficiência. Esse movimento democratizou o acesso a inúmeros produtos e continuará sendo essencial para boa parte do mercado.

O segmento do luxo, entretanto, costuma seguir outra lógica. Valoriza aquilo que dificilmente pode ser reproduzido apenas pela escala: tradição, domínio técnico, conhecimento acumulado e atenção aos detalhes.

A expressão "alta-costura do sono" nasce justamente dessa filosofia. Na alta-costura, cada detalhe tem uma razão de existir. Cada material é escolhido por suas características e cada etapa interfere diretamente no resultado final.

Com a Millbrook acontece algo semelhante. O conforto não nasce de um único componente, mas da forma como as decisões são tomadas ao longo do processo produtivo. Em um mercado acostumado a medir valor pelo que é imediatamente visível, a fabricante britânica aposta justamente no contrário; - porque o verdadeiro luxo começa, onde poucos olham.

AMBIENTE AMPLIA OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS BRASILEIRAS NO MERCADO INTERNACIONAL

Uma feira que aproxima oferta e demanda mundial. Com uma vocação essencialmente comercial, a Ambiente é uma das principais plataformas mundiais para empresas que desejam ampliar mercados e fortalecer sua presença global. A edição de 2026 reafirmou a relevância internacional do evento ao reunir 4.636 expositores, aproximadamente 140 mil visitantes e compradores de 170 países, transformando Frankfurt em um dos maiores centros globais de negócios para bens de consumo.

A força da Ambiente está justamente na diversidade de mercados que reúne. Em um mesmo ambiente convivem fabricantes, distribuidores, varejistas, importadores, redes de hotelaria, restaurantes, escritórios de arquitetura, designers, especificadores e grandes compradores internacionais. Essa convergência faz da feira um espaço estratégico para empresas que desejam desenvolver novos mercados e ampliar sua rede comercial.



Ambiente Frankfurt 2026 reforçou seu papel como ponto de encontro global para negócios, inovação e tendências nos segmentos de consumo, interiores e hospitalidade.

Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Jens Liebchen

Para a indústria brasileira, as oportunidades vão muito além dos tradicionais segmentos de decoração e utilidades domésticas. Fabricantes de móveis complementares, iluminação, revestimentos, acessórios, mesa posta, artigos para cozinha, presentes, organização e soluções para hotelaria encontram um público altamente qualificado em busca de novos fornecedores.

Outro movimento que merece atenção é o fortalecimento do setor de Hospitality e do mercado contract. O crescimento dos investimentos em hotéis, restaurantes, empreendimentos multifuncionais e espaços corporativos amplia a demanda por produtos que combinem qualidade, inovação, sustentabilidade e capacidade de atendimento em escala internacional.

Com quase oito décadas de história, a Ambiente consolidou uma posição única no calendário internacional de feiras. Mais do que acompanhar as transformações do mercado, o evento tornou-se um dos principais espaços onde novos comportamentos de consumo, soluções para varejo, hospitalidade, ambientes de trabalho e projetos contemporâneos são apresentados ao mercado global.

A integração entre Living, Dining, Giving, Working e Hospitality reforça a característica singular da feira: reunir, em um mesmo ambiente, fabricantes, compradores e especificadores de diferentes setores, criando conexões diretas entre indústria, distribuição e os novos formatos de negócios.

A integração entre Ambiente, Christmasworld e Creativeworld amplia ainda mais o alcance da plataforma em Frankfurt. Enquanto a Ambiente conecta os mercados de bens de consumo, lifestyle, varejo e hospitality, a Christmasworld é referência internacional em decoração sazonal e soluções para experiências comerciais, e a Creativeworld reúne criatividade, materiais e oportunidades para o universo maker e de criação. Juntas, as três feiras formam um dos mais completos encontros internacionais para fabricantes, compradores, varejistas e profissionais que buscam inovação, novos fornecedores e expansão de negócios. Uma feira essencialmente comercial, fundamental para alavancar negócios globais.

Produtos, materiais e composições revelam as principais tendências apresentadas na Ambiente 2026, onde design, funcionalidade e estética se encontram em soluções para os novos estilos de viver e receber.





Os organizadores registraram elevados índices de satisfação entre expositores e visitantes, resultado que reforça o papel da feira como um ambiente efetivo para geração de negócios, prospecção de clientes e desenvolvimento de parcerias internacionais.

Para empresas brasileiras que pretendem iniciar ou ampliar suas exportações, a Ambiente representa uma oportunidade de apresentar produtos diretamente aos principais compradores globais, compreender as demandas de diferentes mercados e construir relacionamentos comerciais de longo prazo.

Há quase oito décadas, a Ambiente acompanha a evolução da indústria de bens de consumo e tornou-se um dos principais pontos de encontro entre fabricantes, varejo e compradores internacionais. Em 2027, a feira chega à sua 78ª edição reforçando sua vocação para geração de negócios e internacionalização.

Ambiente 2026 revelou novos caminhos para o design contemporâneo, conectando criatividade, inovação e negócios em uma das maiores plataformas internacionais do setor.

Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Thomas Fedra

AMBIENTE 2027

DATA

29 de janeiro a
02 de fevereiro de 2027

LOCAL

Messe Frankfurt
Frankfurt, Alemanha

ambiente.messefrankfurt.com
info@brazil.messefrankfurt.com

messe frankfurt

ambiente

de 29.1 a 2.2.2027
FRANKFURT / MAIN



ambiente projects

Your host for planning,
furnishing and equipping

Inspiração para novos projetos: na Ambiente Projects, você encontrará uma seleção internacional de expositores, além dos mais recentes produtos, tendências e inovações para o setor. As apresentações especiais e palestras com especialistas sobre sustentabilidade, experiência do cliente e outros temas relevantes oferecem a planejadores de projetos, especificadores, arquitetos e designers de interiores a oportunidade de encontrar parceiros estratégicos para seus negócios.

O principal ponto de encontro internacional
para os setores de Hospitalidade e Contract Business.

ambiente.messefrankfurt.com/ambienteprojects

info@brazil.messefrankfurt.com

Tel. +55 11 3236-6565

hospitality
interiors

contract
business



Imagem: Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Petra Welzel.

O PROTAGONISTA É O MERCADO

O calendário das principais feiras nacionais e internacionais revela muito mais do que datas e pontos de encontro. Ele acompanha um setor em constante transformação, impulsionado pela expansão da hospitalidade como vetor de inovação, pela crescente internacionalização das marcas brasileiras e pelo reconhecimento do design como um ativo estratégico capaz de gerar valor, diferenciação e competitividade em escala global.

Ao mesmo tempo, sustentabilidade, economia circular, materiais de alta performance e novas tecnologias ocupam posição central nas discussões que movimentam a arquitetura, o mobiliário, a decoração e os espaços de convivência. Em um cenário cada vez mais conectado, os grandes eventos tornam-se laboratórios de tendências e importantes termômetros para orientar investimentos, parcerias e estratégias que movimentam a economia mundial.

Ambiente Frankfurt reúne marcas, compradores e profissionais de diversos países em um dos mais importantes encontros internacionais voltados aos setores de bens de consumo, design, decoração, mesa posta e hospitalidade.

Se o ambiente digital ampliou fronteiras, o contato presencial reafirmou sua relevância como acelerador de negócios. Feiras e exposições continuam sendo o espaço onde ideias ganham escala, parcerias se consolidam e oportunidades surgem de conversas que dificilmente aconteceriam em outro contexto.

Acompanhar essa agenda é manter-se conectado aos movimentos que hoje moldam o futuro do design, dos negócios, da hospitalidade e dos setores criativos. Porque, no fim, tendências passam, tecnologias evoluem e mercados se transformam, mas o verdadeiro protagonista continua sendo o mercado.

SETEMBRO 2026

FURNITURE CHINA

Local: Shanghai New International Expo Centre, Xangai – China
Data: 07 a 11 de setembro
furniture-china.cn

MAISON&OBJET PARIS (edição setembro)

Local: Paris Nord Villepinte, Paris – França
Data: 10 a 14 de setembro
maison-objet.com

CERSAIE

Local: Expo Center Norte – São Paulo – SP
Data: 14 a 16 de abril
wtm.com/latin-america

SÃO PAULO BOAT SHOW

Local: São Paulo Expo – São Paulo – SP
Data: 24 a 29 de setembro
boatshow.com.br

NOVEMBRO 2026

DOWNTOWN DESIGN DUBAI

Local: Dubai Design District – Dubai – Emirados Árabes Unidos
Data: 4 a 8 de novembro
downtowndesign.com

DEZEMBRO 2026

DESIGN MIAMI

Local: Miami Beach – EUA
Data: 01 a 06 de dezembro
designmiami.com

ART BASEL MIAMI BEACH

Local: Miami Beach Convention Center – Miami – EUA
Data: 04 a 06 de dezembro
artbasel.com/miamibeach

JANEIRO 2027

MAISON&OBJET PARIS (edição janeiro)

Local: Paris Nord Villepinte, Paris – França
Data: 14 a 18 de janeiro
maison-objet.com

ABIMAD'43

Local: São Paulo Expo – São Paulo – SP
Data: 26 a 29 de janeiro
abimad.com.br

FEVEREIRO 2027

AMBIENTE FRANKFURT

Local: Messe Frankfurt – Frankfurt – Alemanha
Data: 29 de janeiro a 02 de fevereiro
ambiente.messefrankfurt.com

ABCASA FAIR

Local: Expo Center Norte – São Paulo – SP
Data: 14 a 17 de fevereiro
abcasa.org.br

EXPO REVESTIR

Local: São Paulo Expo – São Paulo – SP
Data: 22 a 26 de fevereiro
exporevestir.com.br

ABUP DECOR SHOW

Local: Pro Magno Centro de Eventos – São Paulo – SP
Data: 14 a 17 de fevereiro
abup.com.br

Imersão cósmica no coração de Milão — uma experiência que conecta arte digital e universo.

Imagem: © Riccardo Bertani
Y.O.U. Your Own Universe, Palazzo di Moscovia, Milano



MARÇO 2027

MARMOMAC BRAZILI

Local: Distrito Anhembi – São Paulo – SP

Data: 02 a 04 de março
marmomacbrazil.com.br

CIFF GUANGZHOU

Local: Canton Fair Complex – Guangzhou, China

Data: 18 a 21 de março (1ª fase)
28 a 31 de março (2ª fase)
ciffurniturefair.com

ABRIL 2027

HIGH POINT MARKET (Spring Edition)

Local: High Point – Carolina do Norte – EUA
Data: 10 a 14 de abril
highpointmarket.org

FUORISALONE – MILAN DESIGN WEEK

Local: Distritos de Design – Milão – Itália
Data: 12 a 18 de abril
fuorisalone.it

SALONE DEL MOBILE. MILANO

Local: Fiera Milano Rho – Milão – Itália
Data: 13 a 18 de abril
salonemilano.it

MAIO 2027

MÓVEL BRASIL

Local: Expocentro – Balneário Camboriú – SC
Data: 11 a 14 de maio
movelbrasil.com.br

JUNHO 2027

SALÃO DE GRAMADO

Local: Serra Park – Gramado, RS
Data: 07 a 10 de junho
salaodegramado.com.br

3 DAYS OF DESIGN

Local: Diversos showrooms e espaços de design – Copenhague – Dinamarca
Data: 09 a 11 de junho
3daysofdesign.dk

AGOSTO 2027

HOTEX

Local: São Paulo Expo – São Paulo – SP
Data: 03 a 06 de agosto
hotex.com.br

ABIMAD'44

Local: São Paulo Expo – São Paulo – SP
Data: 03 a 06 de agosto
abimad.com.br

NOVEMBRO 2027

ICFF – INTERNATIONAL CONTEMPORARY FURNITURE FAIR

Local: Javits Center
Nova York – EUA
Data: 14 a 16 de novembro
icff.com

Imagem: divulgação Marmomac Brazil

Olhares atentos, trocas de conhecimento e descobertas que fazem da Marmomac Brazil um ambiente de inspiração e negócios.



USE DESIGN.

Seus produtos merecem o mundo!

Durante o **iSalone 2027**, a **USE DESIGN** levará o melhor do **mobiliário mundial** ao coração do **design global**.

Conecte sua marca a arquitetos, designers e **compradores nacionais e internacionais**. **Anuncie e faça parte** dessa vitrine exclusiva em **Milão!**

Scaneie. Conecte. Inspire e venda mais.



Your products deserve the world!

During iSalone 2027, USE DESIGN will bring the best of world furniture to the heart of the global design scene.

Connect your brand with architects, designers, and buyers from Brazil and around the world. **Advertise and be part of this exclusive showcase in Milan!**



Sua marca presente onde o design, a inovação e os negócios globais acontecem.
Your brand present where design, innovation and global business come together.



Conforto Elevado Ao Desejo!



Av. Feres Cury, 290 - Segundo Distrito - Votuporanga - SP
Instagram - @nuvramoveis - Whatsapp: fábrica (17) 99791-4586 - comercial (19) 97416-1601



Formas que provocam a imaginação,
acolhem o corpo e transformam o ambiente.
A Família Metaverso®, da Nuvra®, foi criada
para viver diferentes momentos com leveza,
versatilidade e presença.



Entre em contato com
o representante da sua região



Acesse o material
da Nuvra

TESSUTÍ

COLEÇÃO 2026 | 2027

DESIGN QUE
ACOLHE.
PRESENÇA QUE
TRANSFORMA.

