

# TURBILHAO

A ARTE DE VIVER O TEMPO

13 | Inverno 2017 | PVP Portugal 8 € Angola \$25 / 2500 Akz



## ALTA RELOJOARIA

PASSADO, PRESENTE  
E FUTURO

## ESCAPE

SUD LISBOA, O  
NOVO HOT SPOT  
DA CAPITAL

## GLAMOUR

O TEMPO E  
O FADO DE  
CUCA ROSETA



Panthère  
de  
*Cartier*





BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



AV. DA LIBERDADE 194C  
210 730 530

HARRYWINSTON.COM



# HARRY WINSTON



Harry Winston Midnight  
Date Moon Phase Automatic

\*Harry Winston Midnight Automático Fases da Lua e Data



COLLECTION  
*Villeret*

©Photograph: Laurent Ballesta/Gombessa Project



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



Art Avenida 194C, 210 730 530 · Av. da Liberdade 129, 213 430 076  
Centro Colombo, 217 122 595 · Amoreiras Shopping Center, 213 827 440  
NorteShopping, 229 559 720



JB  
1735  
**BLANCPAIN**  
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

# RICHARD MILLE

A RACING MACHINE ON THE WRIST\*

\*UMA MÁQUINA DE CORRIDA NO PULSO



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



LISBOA, CENTRO COLOMBO, TEL. 217 122 595  
AV. DA LIBERDADE 194C, TEL. 210 730 530  
[www.boutiquedosrelogios.pt](http://www.boutiquedosrelogios.pt)





**CALIBRE RM 67-01**  
EXTRA PLANO



THE SWAN - 2009  
/ Double Tourbillon 80"  
Technique  
Grandes Complications

*We are sculptors of time,  
choreographers of the passing hours,  
and architects of the watch movement.*

Robert Greubel & Stephen Forsey

\* «Somos escultores do tempo, coreógrafos das horas que passam e arquitetos do movimento do relógio.»

# GREUBEL FORSEY

ART *f* INVENTION



DOUBLE TOURBILLON 30°  
TECHNIQUE

Caixa em ouro vermelho 5N



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



LISBOA | AV. DA LIBERDADE, 194C | TEL. 210 730 530



## 14.EDITORIAL

### ALTA RELOJOARIA

- 18.Tema de Capa
- 24.Peças Emblemáticas
- 30.Peças de Excepção
- 36.Entrevista
- 40.Manufactura
- 44.Técnica
- 48.Alianças de Sucesso
- 62.Entrevista
- 66.História
- 70.Novidades
- 76.Tendências

### ESCAPE

- 80.Motores
- 90.Evasão
- 99.Tendências
- 100.Evasão
- 104.Escape
- 110.Tendências
- 116.Entrevista
- 120.Real Estate
- 122.Gourmet

### GLAMOUR

- 126.Entrevista
- 132.História
- 135.Tempo no Feminino
- 144.Tendências
- 154.Entrevista
- 158.Manufactura
- 162.Glamour
- 170.Tendências

ASSINATURAS

# TURBILHÃO.

A ARTE DE VIVER O TEMPO

**Assine a TURBILHÃO e receba a revista com toda a comodidade em sua casa**

Portugal 16 Euros | Angola \$50 / 5000 Akz por 2 números

Portugal 32 Euros | Angola \$100 / 10.000 Akz por 4 números

Companhia das Cores - Design e Comunicação Empresarial, Lda. | Rua Sampaio e Pina, n.º 58, 2.º Dto., 1070-250 Lisboa  
T. (+351) 213 825 610 | marketing@companhiadascors.pt

TO BREAK THE RULES,  
YOU MUST FIRST MASTER  
THEM.\*

VALLÉE DE JOUX. UM AMBIENTE SEVERO E AUSTERO  
HÁ MILÉNIOS. E DESDE 1875, A CASA DA AUDEMARS  
PIGUET, NA VILA DE LE BRASSUS. OS PRIMEIROS  
RELOJOEIROS FORAM FORMADOS AQUI, NA  
GRANDIOSIDADE DA FORÇA DA NATUREZA, MAS  
DETERMINADOS EM DOMINAR OS SEUS MISTÉRIOS  
ATRAVÉS DAS MECÂNICAS COMPLEXAS DO SEU  
OFÍCIO. AINDA HOJE, É ESTE MESMO ESPÍRITO  
PIONEIRO QUE NOS INSPIRA A DESAFIAR,  
CONSTANTEMENTE, AS CONVENÇÕES DA ALTA  
RELOJOARIA.



ROYAL OAK  
OFFSHORE  
CRONÓGRAFO  
EM AÇO

# AUDEMARS PIGUET

*Le Brassus*

\*PARA QUEBRAR AS REGRAS, PRIMEIRO É PRECISO DOMINÁ-LAS.  
800 833 003 | AUDEMARSPIGUET.COM



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



LISBOA: AVENIDA DA LIBERDADE +351 213 430 076



# O TEMPO É RELATIVO.

**BMW SÉRIE 7 HÍBRIDO PLUG-IN.  
DOS 0 - 100 KM/H EM 5.8" SUSTENTÁVEIS.**

***i* PERFORMANCE**

Consumo combinado de 2,0 a 2,2 l/100 km. Emissões de CO<sub>2</sub> de 45 a 51 g/km.



**Pelo prazer  
de conduzir**



## RODA<sup>DO</sup>TEMPO

O Tempo é cíclico. Quantas vezes não dissemos já, ou ouvimos dizer de outros, esta afirmação? De facto, as modas, tendências, e até os modelos económicos, vêm, vão e regressam de forma mais ou menos constante e parametrizada. O que hoje é verdade, amanhã deixa de ser, mas, no futuro, pode voltar a sê-lo.

Claro que nada volta exactamente como antes. Os tempos mudam e as modas actualizam-se, mas sempre com um olhar no passado, ou no futuro, ditando-se novas tendências que serão, à posteriori, revisitadas, actualizadas e, até, contrariadas.

Como em tantas outras áreas do mundo em que vivemos, também na relojoaria a ciclicidade do tempo é visível e verdadeira. As peças do tempo de hoje inspiram-se em modelos do passado, actualizando-se sobretudo em termos de tecnologia e materiais utilizados, enquanto outras se assumem como totalmente disruptivas e criam novas tendências, permitindo-nos vislumbrar um pouco daquilo que o futuro nos trará.

**MARINA OLIVEIRA**  
Directora

### PROPRIEDADE E EDIÇÃO

Tempus Distribuição, S.A.

Directora Marina Oliveira - [moliveira@turbilhao.pt](mailto:moliveira@turbilhao.pt)

Redacção Marina Oliveira e Companhia das Cores

Colaboradores Andreia Amaral, Andrew Marshall, Bruno Lobo, Carlos Torres, Catarina Palma, Fernando Correia de Oliveira, Jorge Farromba e José Moroso.

### DESIGN, CONCEPÇÃO GRÁFICA E PRODUÇÃO

Companhia das Cores - Design e Comunicação Empresarial, Lda.

Rua Sampaio e Pina, n.º 58, 2.º Dt.º

1070-250 Lisboa

Tel.: (+351) 213 825 610

[design@companhiadascors.pt](mailto:design@companhiadascors.pt)

### PAGINAÇÃO

Diana Esteves e Ana Gil

### DIRECÇÃO COMERCIAL E PUBLICIDADE

Companhia das Cores - Design e Comunicação Empresarial, Lda.

Tel.: (+351) 213 825 610

[marketing@companhiadascors.pt](mailto:marketing@companhiadascors.pt)

### ADMINISTRAÇÃO, EDIÇÃO E REDACÇÃO

Tempus Distribuição, S.A.

Avenida Infante D. Henrique, lote 1679, R/c Dt.º - clj., 1950-420 Lisboa, com o Capital Social de 50.300 euros, registada no Registo Comercial de Lisboa, n.º 503939803

NIPC 503939803 | Tel.: (+351) 218 310 100

Publicação inscrita na Entidade Reguladora para a Comunicação Social sob o n.º 126114.

Todos os direitos reservados. Qualquer reprodução ou cópia do conteúdo sem autorização do autor será punida por lei.

Depósito Legal n.º 335157/11 | ISSN 2182-3987

### IMPRESSÃO

Lidergraf, Artes Gráficas, S.A.

Rua do Galhano n.º 15, 4480-086 Vila do Conde

Tel.: (+351) 25 210 33 00 | [lidergraf@lidergraf.pt](mailto:lidergraf@lidergraf.pt)

### DISTRIBUIÇÃO

VASP, Distribuidora de Publicações, Lda.

MLP - Quinta do Grajal, Venda Seca

2739-511 Aqualva - Cacém

Tel.: (+351) 214 337 000 | [geral@vasp.pt](mailto:geral@vasp.pt)

### ESTATUTO EDITORIAL

Disponível em [www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)

Periodicidade Semestral

Tiragem 12.000 exemplares





#### Tema de Capa

18. Passado, Presente e Futuro

#### Peças Emblemáticas

24. Breguet | Marine Équation Marchante 5887

25. Bulgari | Octo Roma

26. Omega | Trilogia 1957

27. Jaquet Droz | Grande Seconde Cerâmica

28. Hublot | Classic Fusion Cronógrafo

#### Peças de Excepção

30. IWC Portuguesa | Padrão dos Descobrimentos

34. Jaquet Droz e Blancpain | A beleza do calendário

35. Harry Winston e Richard Mille | Sem Segredos

# ALTA RELOJOARIA

#### Entrevista

36. Franziska Gsell

#### Manufatura

40. Bovet 1822

#### Técnica

44. Calibre ZO 342 | Zenith Defy Lab

#### Alianças de Sucesso

48. Omega e James Bond

52. Breitling, IWC e a aviação

58. Hublot e Berluti

60. Omega e Volvo Ocean Race

#### Entrevista

62. Jens Henning Koch

#### História

66. Tank de Cartier

#### Novidades

70. Propostas para cada ocasião

72. Parmigiani Fleurier

73. Vacheron Constantin

74. Longines

75. Piaget

#### Tendências

76. Aço



# MIL FORMAS de VER O TEMPO

**COSTUMA DIZER-SE QUE, EM RELOJOARIA, TUDO JÁ FOI INVENTADO DURANTE O CHAMADO SÉCULO DE OURO, QUE VAI DE 1650 A 1750. A PARTIR DE ENTÃO, APENAS HOUE MINIATURIZAÇÃO E USO DE NOVOS MATERIAIS.**

Por Fernando Correia  
de Oliveira

---

**P**arece exagerado, mas a ideia tem bases sólidas – a força motriz da mola helicoidal, dentro de um tambor; o sistema quinético da sua distribuição através de rodas dentadas; a divisão do tempo em segmentos iguais, por sistema de escape de âncora e balanço/espiral; tudo isso já foi inventado há 250 anos.

Vítima das perseguições aos huguenotes na França, João Calvino fugiu para Genebra em 1536, onde faleceu em 1564. As suas pragmáticas contra o Luxo, enquanto governava a cidade com mão de ferro, induziam a vestuário sóbrio, escuro, e à proibição de artigos ostentatórios como as jóias. Ironia das ironias –, essas leis estiveram na origem do florescimento da relojoaria em Genebra. Os ricos e poderosos, eles e elas, passaram a ser aliciados por artífices à beira do desemprego – ourives, prateiros, gravadores, cravadores, esmaltadores, pintores em miniaturas –, que passaram a produzir relógios de aparato, usados em correntes penduradas ao peito. O estatuto de riqueza e de

poder estava assim garantido à vista de concidadãos e forasteiros. E Calvino, como bom protestante, achava que “tempo é dinheiro”, fechando os olhos à artimanha e juntando-se aos admiradores das belas máquinas rodeadas de saber ancestral dos métiers d’art. Fortalecia-se assim uma relação mantida até hoje, entre as artes puramente mecânicas e os artistas.

Em “telas” com poucos centímetros quadrados, primeiro nos exemplares de bolso, depois nos de pulso, a imaginação tomou o poder e a Relojoaria seguiu “l’air du temps”. Com a decorativa e floral Art Nouveau (de 1880 até à I Guerra Mundial); com a mais sóbria e gráfica Art Deco. A primeira, em reacção à Revolução Industrial, a segunda em reacção a essa mesma I Guerra Mundial, influenciando as correntes artísticas até à II Guerra Mundial. Pelo meio, o ainda mais despido estilo Bauhaus, onde a função passava a ditar a forma e onde “o mais é menos” se impunha.

Surrealismo (os relógios derretidos de Dali), psicadelismo, pop art, arte urbana, steampunk e a nostalgia da



**HUBLLOT**  
Classic Fusion  
Berluti Blue



**GLASHÜTTE ORIGINAL**  
Cronógrafo Seventies  
Panorama Data

Primeira Revolução Industrial, todos estes movimentos influenciaram as formas da relojoaria de pulso. E, como num movimento de expansão e contracção, como num vórtice que acaba e recomeça sem parar, qual espiral ritmando usos e costumes, soltando e enterrando modas, todos estes estilos vão sendo colocados por décadas na gaveta do “antiquado” ou mesmo do “piroso”. Para renascerem em glória, misteriosamente, um destes dias...

Não há escravidão nas formas de um relógio, apenas no processo de leitura do tempo – ou é analógico (espacial, por ponteiros), ou é digital (por algarismos e janelas). Nisto também, as modas vão-se sucedendo, – a

primeira geração do quartzo, usando leitura digital, está de volta, depois de parecer derrotada pela mais “natural” forma de dizer o tempo: numa leitura analógica, vemos o quarto de hora que falta para a hora, apreciamos a evolução desse espaço à medida que o ponteiro dos minutos avança; não é o mesmo que ler 19h45, por exemplo. As caixas dos relógios portáteis (com mola helicoidal a servir de corda) começaram por ser ovais – os chamados Ovos de Nuremberga. Depois, tornaram-se perfeitamente redondas. Mas, logo a seguir, houve soluções para o pulso em quadrado, em rectângulo (e em quadrado dentro de rectângulo), tonneau (tipo barrica) ou mesmo com formas totalmente

irregulares (os Hamilton Ventura, por exemplo, usados por Elvis, não morreram – nem o Rei, segundo garantem alguns...).

Mostradores tapados (para protecção do vidro e contra a poeira) usados nos relógios de bolso, regressam em relógios de pulso. A moda do mostrador esqueleto, tão em voga nos anos 1960, está aí em força. Uma janela, onde se mostra parte do calibre, outra moda que já existiu nos relógios de bolso e que desde há 15 anos voltou aparentemente para ficar. O fundo à vista, veio, de certeza, para ficar, quando até 1990 isso era algo em que ninguém pensava.

Na tecnologia, além da miniaturização, o que se pretende é o que

“NÃO HÁ ESCRAVIDÃO  
NAS FORMAS  
DE UM RELÓGIO”



**GREUBEL FORSEY**  
Duplo Turbilhão  
30<sup>o</sup> Technique

sempre se pretendeu: a máxima autonomia (há hoje relógios de pulso com reserva de corda para 30 dias); a máxima resistência ao choque (o sistema anti-choque suíço, Incabloc, funciona em quase monopólio desde que foi inventado, em 1934); a máxima resistência aos campos magnéticos (novos materiais, amagnéticos, como o silício ou as cerâmicas, permitiram grandes avanços nesse campo, com a Omega e a sua certificação METAS à frente); a máxima resistência à corrosão e ao risco (novas ligas de materiais compostos não existentes na Natureza, como cerâmicas ou nanofibras de carbono, levam esses parâmetros a limites inimagináveis há 20 anos).

Mais leves, mais herméticos (à água, mas também à poeira), menos necessitados de manutenção (acerto no órgão regulador, óleo nos eixos e outras partes móveis – o escape coaxial da Omega melhorou o quadro, o novíssimo Defy Lab da Zenith promete o Paraíso –, assim se querem os relógios do futuro. Com ecrãs tácteis (pioneirismo da Tissot) ou como objectos conectados. Mas a voga vin-tage faz, pasme-se, disparar os preços de exemplares dos anos 1960 e 1970, ultrapassando em muitos casos os preços dos seus “irmãos” actuais, que são mais fiáveis e até lhes copiam as formas, as cores, as pulseiras. Ah, as pulseiras... Muitos puristas garantem que um bom relógio pode

ser estragado por uma má pulseira ou por uma inadequada. O nylon já foi moda, sinal de “modernidade”, como o terylene nas calças e nas camisas (que só de pronunciar o nome, dá logo comichão). Mas o nylon voltou – ninguém se atreve a chamá-lo pelo nome, hoje fala-se mais de braceletes tipo NATO... E então a malha milanesa, essa teia fina de pequenos anéis, que nos faz recordar logo filmes italianos em Technicolor e o tempus horribilis no vestuário dos anos 1970? Também voltou!

O que parece que veio e desapareceu rapidamente, para não voltar, foi a febre do Galuchat (pele de raia ou de tubarão, com o nome do curtidor real de Luís XV, Jean-Claude

Galuchat). Os movimentos de protecção das espécies fizeram recuar as grandes marcas de luxo e a raridade é ver hoje um relógio com pulseira desse tipo. Ninguém se atreve a fazê-las sair da gaveta. Em vez disso, está na moda fazer alianças com curtidores tradicionais, sobretudo italianos, sapateiros mesmo (a IWC e a Montblanc anunciam com orgulho que os seus braceletes provêm de pelleterias florentinas ou milanesas com séculos de história; a Hublot usa numa edição especial o mesmo cabedal que a também italiana Berluti gasta nos seus sapatos; a Parmigiani orgulha-se de ter os seus braceletes de pele fornecidos totalmente pela Hermès). Esta, por sua vez, equipa uma linha do Apple Watch. Na versão high-tech, a Roger Dubuis emprega borracha Pirelli, dos pneus usados na Fórmula 1. Outra tendência high-tech é a de usar materiais mistos de tecido natural, tecido artificial e borracha. Um bracelete, uma pulseira, estão para um relógio como um par de sapatos para um vestuário completo – têm de estar a condizer com tudo o resto. Nas formas, a chamada relojoaria conceptual, nascida há uns 20 anos, alimenta-se dos sonhos de juventude de quem tem hoje 40 ou 50... Corrida espacial, o mundo de Júlio Verne. Nessa escola, iconoclastas como a MB&F aliam a mais exigente relojoaria tradicional com uma arquitectura tridimensional inédita dos calibres, só possível hoje graças a software como o CAD ou a máquinas-ferramentas CNC (com Computer numerical control). A HYT, seguindo também a corrente conceptu-



OMEGA  
Speedmaster Racing

alista, avança com um anátema: colocar líquidos no calibre, que fazem a indicação das horas.

Mas, com mais ou menos imaginação, seguindo o eterno retorno das modas, o Tempo continuará tão intangível como no primeiro nanossegundo após o Big Bang. Ele foge-nos. Seja qual for a forma que usemos para o expressar. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





BENTLEY



Performance sem paralelo para todos os caminhos da vida.

**Bentayga.**

Apresentamos-lhe o Extraordinário SUV. Visite o concessionário da Bentley Lisboa ou ligue para o número +351 21 316 31 50

Consumo de combustível do Bentayga – Ciclo de condução da UE em l/100 km\*:  
Urbano – 19,2; Extra-urbano – 9,1; Combinado – 12,8. Emissões de CO2 – 292 g/km.

BENTLEY LISBOA

O nome "Bentley" e o emblema do "B in wings" são marcas comerciais registadas. © 2015 Bentley Motors Limited.  
Modelo apresentado: Bentayga. \*Os valores do consumo de combustível estão sujeitos a homologação.

# BREGUET

## MARINE ÉQUATION MARCHANTE 5887

Por Marina Oliveira

O novo Breguet Marine Équation Marchante 5887 é uma grande complicação inspirada pela herança de A. L. Breguet, em particular, no desenvolvimento de relógios de marinha, e que apresenta uma equação do tempo "imediate", um calendário perpétuo e um turbilhão.

A equação do tempo é uma das mais raras e fascinantes complicações relojoeiras. Serve para mostrar a diferença entre o tempo médio (tempo civil) e o tempo solar verdadeiro. No novo Marine Équation Marchante, esta complicação não requer cálculos para a utilizar e é exibida de forma imediata, através de dois ponteiros dos minutos que indicam, respectivamente, o tempo civil e o tempo solar de forma simultânea.

Emoldurado por uma caixa de 43,9 mm, disponível em ouro rosa (com mostrador prateado e movimento antracite) ou platina (com mostrador azul e movimento revestido a ródio), o novo Breguet Marine disponibiliza ainda um calendário perpétuo, um turbilhão e indicação da reserva de marcha. Tudo isto movido pelo calibre automático 581DR com espiral em silício. ⚙️



### CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

**Movimento\_** Automático, calibre 581DPE, espiral em silício, 563 peças, 28.800 alt/h, 80 horas de reserva de marcha.

**Caixa\_** Ouro rosa ou platina, 43,9 mm, fundo em vidro de safira, estanque até 100 metros.

**Mostrador\_** Prateado ou azul, decoração tipo ondas no centro do mostrador, numerais romanos aplicados, indicações de horas, minutos, pequenos segundos, equação do tempo, dia da semana, mês, ano bissexto, data retrógrada, reserva de marcha e turbilhão.

**Bracelete\_** Pele de crocodilo castanha ou azul com fecho de báscula em ouro rosa ou platina.

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)







# BULGARI OCTO ROMA

Por Marina Oliveira



A colecção Octo, da Bulgari – cujo design da caixa é inspirado nos motivos octagonais da arquitectura da Roma Antiga –, recebe uma nova linha com um design mais suavizado. Os novos Bulgari Octo Roma declinam-se em cinco modelos com três variações de mostrador e três acabamentos distintos para a caixa.

Nas novas peças do tempo, a caixa estruturada do Octo, com os seus oito lados e 110 facetas, foi subtilmente redesenhada, apresentando agora um design mais suave e arredondado, com apenas 58 facetas. Com 41 mm, a caixa do Octo Roma está disponível em aço, ouro rosa ou numa combinação de ouro rosa e aço. Já os mostradores, vestem-se de laca preta, de prateado ou de castanho.

No coração dos novos Bulgari Octo Roma bate o calibre automático BVL 191 Solotempo, com 42 horas de reserva de marcha. ⚙️

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



## CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

**Movimento\_** Automático bidireccional, calibre BVL 191 Solotempo, 28.800 alt/h, 42 horas de reserva de marcha.

**Caixa\_** Ouro rosa, aço ou ouro rosa e aço, 41 mm, coroa aparafusada com inserção de cerâmica, fundo transparente, estanque até 100 metros.

**Mostrador\_** Castanho, prateado ou laca preta, marcadores das horas aplicados, ponteiros esqueletizados, indicações de horas, minutos, segundos e data.

**Bracelete\_** Pele de crocodilo castanha ou preta, ou aço, com fecho de fivela ou de báscula.



# OMEGA

## Trilogia 1957

Em 2017, a Omega presta tributo a três clássicos de 1957 e lança edições especiais de 60 anos de cada um dos modelos, que podem ser adquiridas em separado ou em conjunto. Tratam-se dos relógios Seamaster 300, Railmaster e Speedmaster.

Para a criação de cada um dos três modelos comemorativos, a Omega recorreu pela primeira vez a uma tecnologia singular de digitalização dos modelos originais, que, auxiliada pelos desenhos técnicos da época, deu origem a três réplicas fiéis do conceito original de 1957, mas que obedecem a critérios de qualidade e fiabilidade pertencentes ao século XXI.

Apresentados numa caixa em madeira suíça de carvalho, gravada na tampa com o cavalo marinho de 1957 e a inscrição "Trilogy 60th Anniversary, XXX/557", cada relógio apresenta no mostrador a inscrição "TRILOGY" a que acresce no verso a gravação "LIMITED TO 557 TIMEPIECES".

Os três modelos podem também ser adquiridos individualmente, estando cada um deles limitado a 3557 exemplares. ✨

### CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

**Movimento\_** Automático, calibre 8806 Master Chronometer, espiral em silício, 55 horas de reserva de marcha (Seamaster 300 e Railmaster) ou manual, calibre 1861, 48 horas de reserva de marcha (Speedmaster).

**Caixa\_** Aço, 39 (Seamaster 300), 38 (Railmaster) ou 38,6 mm (Speedmaster), fundo gravado com cavalo marinho (Seamaster 300 e Railmaster), estanque até 300 (Seamaster 300) ou 60 metros.

**Mostrador\_** Preto tropical, índices vintage preenchidos com SuperLuminova, indicações de horas, minutos e segundos (Seamaster 300 e Railmaster) ou de horas, minutos, pequenos segundos e cronógrafo (Speedmaster).

**Bracelete\_** Aço com fecho de báculo.

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





#### CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

**Movimento\_** Automático, calibre JD2663 ou JD4063D-S na versão com indicação da reserva de marcha, 28.800 alt/h, 68 horas de reserva de marcha.

**Caixa\_** Cerâmica preta, 44 mm, fundo em vidro de safira, estanque até 30 metros.

**Mostrador\_** Preto, decorado com guiloché Clous de Paris, exibição descentrada das horas, minutos e segundos, num mostrador em forma de 8, indicações das horas, minutos, pequenos segundos (e reserva de marcha num dos modelos).

**Bracelete\_** Tecido preto com fecho de báscula em aço-cerâmica, revestido a PVD preto.

# Jaquet Droz GRANDE SECONDE CERÂMICA

A Jaquet Droz revela dois relógios Grande Seconde de edição limitada a 28 peças, ambos construídos em cerâmica e com mostrador Clous de Paris. Trata-se de um olhar moderno sobre uma rica herança.

O primeiro modelo assume-se como um Grande Seconde clássico, onde o mostrador em forma de 8 exhibe as horas e os minutos na parte superior e os segundos na inferior. A outra edição limitada adiciona um indicador de reserva de marcha a estas indicações.

Ambos os modelos apresentam uma caixa de 44 mm em cerâmica preta, que emoldura um mostrador texturizado, cujo layout é acentuado por uma decoração guiloché Clous de Paris. O negro da caixa e face dos relógios prolonga-se na correia em tecido, equipada com um fecho de báscula em aço/cerâmica revestido a PVD preto.

Dentro das duas edições limitadas bate o calibre automático JD2663 ou JD4063D-S, ambos com 68 horas de reserva de marcha e visíveis através do fundo da caixa em vidro de safira. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# HUBLOT



## CLASSIC FUSION CRONÓGRAFO

Por Marina Oliveira

A icónica colecção Classic Fusion, da Hublot, recebe um novo modelo vestido de cerâmica e azul. Trata-se do Classic Fusion Cronógrafo Cerâmica, um relógio que se apresenta numa imponente caixa de cerâmica preta com 45 mm, que emoldura e destaca um mostrador azul profundo. Na face deste modelo, destaque para os marcadores das horas aplicados, bem como para o contador de 30 minutos do cronógrafo, para a indicação dos pequenos segundos, às 3h, e para a data, às 6h.

O novo Classic Fusion Cronógrafo está equipado com o calibre automático de manufactura HUB1143, com 42 horas de reserva de marcha, e é entregue com uma pulseira em pele de crocodilo e borracha azul. ✨

### CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

**Movimento\_** Cronógrafo automático, calibre HUB1143, 280 peças, 28.800 alt/h, 42 horas de reserva de marcha.

**Caixa\_** Cerâmica preta, 45 mm, luneta com parafusos em forma de H em titânio, inserção de resina azul entre a caixa e a luneta, coroa e botões em cerâmica preta.

**Mostrador\_** Azul com acabamento tipo raio-de-sol, marcadores das horas em ródio aplicados, indicações de horas, minutos, pequenos segundos, cronógrafo e data.

**Bracelete\_** Pele de crocodilo e borracha azul, com fecho de báscula em aço revestido a preto.

# IWC PORTUGUESA. A LENDA ENTRE ÍCONES.



— Portuguesa Cronógrafo Rattrapante  
Edição “Padrão dos Descobrimentos”.  
Ref. 3712: Quando Vasco da Gama e a sua  
tripulação observaram os mundos recém-  
descobertos, provavelmente sentiram-se da  
mesma forma que quando olhamos para este  
relógio: em certos momentos, paráramos o  
tempo de bom grado. Ainda bem, então, que  
o cronógrafo mecânico o torna possível.  
Além de permitir que tenhamos tempo sufi-  
ciente para admirar os detalhes do design

clássico e de qualidade, em todo o seu es-  
plendor. Não admira que este relógio se ten-  
ha tornado numa lenda desde o momento  
em que nasceu. **IWC. ENGINEERED FOR MEN.®**

Edição limitada a 25 peças, em ouro rosa, exclusivo  
Boutique dos Relógios Plus, movimento de cronógrafo  
mecânico, corda manual, reserva de marcha depois da  
corda completa 44 horas, função de paragem dos  
minutos e segundos, pequeno ponteiro dos segundos  
com dispositivo de paragem, pequenos segundos  
contínuos, vidro de safira, convexo, antirreflexo de ambos  
os lados, gravura especial no fundo, resistente à água 3  
bar, diâmetro 40,9 mm.

**IWC**  
SCHAFFHAUSEN

\*IWC. Concebido para homens.



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS





**IWC PORTUGUESA**  
PADRÃO DOS DESCOBRIMENTOS  
**Duplo Aniversário**

Por Marina Oliveira

---



IWC  
Portugieser  
Edição "Padrão dos Descobrimentos" em aço

A IWC e a Boutique dos Relógios Plus uniram-se para dar vida a uma peça do tempo comemorativa do 75.º aniversário da família de relógios Portuguesa e dos 20 anos da Boutique dos Relógios. Trata-se do Portugieser Cronógrafo Rattrapante Edição "Padrão dos Descobrimentos", um modelo de edição limitada para Portugal que está à venda, em exclusivo, na Boutique dos Relógios Plus.

E que melhor forma de homenagear uma colecção que nasceu graças ao pedido de dois portugueses e aquela que é a mais prestigiada insignia de relojoaria em Portugal, do que através da invocação de um dos mais emblemáticos monumentos nacionais? Destacado junto ao Tejo, o Padrão dos Descobrimentos evoca a expansão ultramarina portuguesa, um passado glorioso, e simboliza a grandeza da obra do Infante D. Henrique, o impulsionador dos Descobrimentos.

Das margens do Tejo para o pulso, este símbolo nacional repousa, sob forma de uma gravação especial, no fundo da caixa de 40,9 mm do Portugieser Cronógrafo Rattrapante Edição "Padrão dos Descobrimentos", juntamente com o número da edição limitada. Disponível em ouro rosa ou aço, o novo IWC dedicado a Portugal baseia-se no design intemporal dos relógios Portuguesa dos anos trinta.

Sóbrio e elegante, o novo modelo saído da parceria entre a manufatura de Schaffhausen e a Boutique dos Relógios Plus é movido por um calibre automático com 44 horas de reserva de marcha, que se destaca pela inclusão da função de cronógrafo rattrapante.

O Portugieser Edição "Padrão dos Descobrimentos" está disponível numa edição limitada e numerada a 25 exemplares em ouro rosa e 75 peças em aço.



IWC  
Portugieser  
Edição "Padrão dos Descobrimentos" em ouro rosa

### CRONÓGRAFO RATRAPANTE

Uma das mais exigentes complicações relojoeiras, o cronógrafo rattrapante (ou de recuperação) foi inventado no século XIX por Adolphe Nicole e entrou para o universo dos relógios de pulso nos anos trinta do século seguinte.

Mas o que é, afinal, um cronógrafo rattrapante? Trata-se, basicamente, de um cronógrafo duplo que permite cronometrar dois ou mais eventos de durações diferentes. Por exemplo, numa corrida de atletismo, permite registar o tempo que os vários atletas levam a chegar à meta.

Para o fazer, o cronógrafo rattrapante possui dois ponteiros dos segundos, um sobreposto ao outro. Quando accionamos o cronógrafo, ambos iniciam juntos a sua marcha. Enquanto um dos ponteiros continua a contar o tempo, o outro pode ser parado para registar, por exemplo, a chegada do primeiro atleta, reiniciado (juntando-se ao outro ponteiro), parado novamente para registar outro tempo e assim sucessivamente. ✨







PIAGET POLO S

DESCUBRA O **FILME** EM [PIAGET.COM](http://PIAGET.COM)

# PIAGET



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



Av. da Liberdade, 194C | Av. da Liberdade, 129  
Lisboa

# A beleza DO CALENDÁRIO

## BRILHO ANTRACITE



A linha Grande Seconde Quantième da Jaquet Droz recebe um novo membro que se destaca pelo mostrador antracite acetinado e escovado, acabamentos que lhe conferem um brilho único. À parte esta variação estética, o novo modelo mantém as características de design e técnicas dos seus antecessores. Assim, a caixa de 39 ou 43 mm em ouro branco emoldura o mostrador marcado pelo distintivo número oito, criado pela intersecção de dois sub-mostradores. Sob este bate o calibre automático 2660Q2.P, com massa oscilante em ouro e 68 horas de reserva de marcha. ✨



## SEMANÁRIO GRAND FEU



O novo Blancpain Villeret Semanário está dotado de uma grande data com janela dupla, assim como de um semanário que indica o número da semana no contorno do mostrador, através de um ponteiro. Já a indicação dos dias da semana surge às 9h. Emoldurado por uma caixa de ouro vermelho com 42 mm, o novo modelo exhibe um mostrador em esmalte grand feu e é movido pelo novo calibre automático 3738G2, com oito dias de reserva de marcha. ✨



DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# SEM SEGREDOS



## NOME DE CÓDIGO: ZALIUM

Leve, técnico e arquitectónico. Assim é o Harry Winston Project Z10, um modelo que exhibe um movimento retrógrado duplo com corda automática, através de um mostrador aberto, cuja estrutura esqueletizada revela os acabamentos meticulosos.

Inspirado pela ponte de Manhattan, o Project Z10 apresenta uma caixa de 42,2 mm em zalium, uma liga ultraleve exclusiva da Harry Winston. Esta emoldura a face do relógio, onde são exibidas as indicações descentradas das horas e minutos, da data e dos segundos e dia da semana retrógrados. ✦

## ESQUELETIZAÇÃO EXTRAPLANA



O Richard Mille RM 67-01 destaca-se pela sua espessura, ou ausência dela. Neste modelo, a típica caixa tonneau da marca assume um formato extraplano e exhibe um movimento totalmente esqueletizado, visível de ambos os lados do RM 67-01. Concebido in-house e com apenas 3,6 mm de espessura, o calibre automático CRMA6 apresenta 50 horas de reserva de marcha e inclui a esqueletização do tambor de corda, da engrenagem e do rotor. Com uma caixa de 38,7 x 47,52 mm com fundo em vidro de safira, o Richard Mille RM 67-01 está disponível em titânio ou ouro rosa. ✦



DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# A IMPORTÂNCIA DE FAZER SONHAR

Por Marina Oliveira, em Genebra, Suíça

---

DIRECTORA DE MARKETING DA IWC DESDE 2015, FRANZISKA GSELL SALIENTA A IMPORTÂNCIA DO UNIVERSO FEMININO PARA UMA MARCA CUJO MOTE É “ENGINEERED FOR MEN” E FALA-NOS DOS DESAFIOS E OPORTUNIDADES DA INTERNET PARA UMA MAISON COM MAIS DE 100 ANOS DE HISTÓRIA.

O mote da IWC é “engineered for men”. Mas, nos últimos anos, a marca tem vindo a prestar mais atenção ao universo feminino. Qual o papel e importância deste para a IWC?

O mercado feminino é muito importante para a marca. A história da IWC é rica em relógios femininos. A partir de 1870, a IWC começou a produzir relógios de senhora, e foi apenas na história mais recente da marca que nos focámos mais nos homens. Este mote arrojado e autoconfiante também é muito atractivo para mulheres fortes. Temos mulheres a comprar peças do tempo maiores porque gostam desta força da marca. Em resumo, a IWC sempre produziu relógios femininos, apenas fez uma pausa nos anos mais recentes. Há dois anos começámos a trabalhar na reintrodução de relógios femininos. Trata-se de uma colecção de tamanho médio. As mulheres também têm interesse em relojoaria e não seria inteligente excluir esse potencial.

A IWC tem quase 150 anos de história, mas só há cerca de 20 anos é que começou a ganhar a notoriedade que tem hoje...

De facto, o que começámos a fazer foi contar a história das nossas famílias de relógios. Possuímos seis famílias distintas e começámos a contar histórias interessantes sobre elas. Não introduzimos novas famílias.

Considera que os amigos da marca ajudaram neste processo?

Sim, claro. Os amigos da marca são verdadeiros amigos, e fazem parte da família da marca. Trabalham como embaixadores da marca. E é muito importante a relevância que essas pessoas têm nos diversos mercados para ajudar a espalhar as notícias e o nome da IWC. É por isso que os seleccionamos criteriosamente.

Como se constrói esta relação entre os amigos da marca e a IWC?

Temos amigos da marca, como a Cate Blanchett, que o é há mais de 10 anos. Com isso, temos um laço muito forte, porque ela realmente conhece a marca, conhece as diferentes colecções e referências. É muito próxima da IWC. Depois, procuramos talentos jovens e olhamos para os diferentes valores da marca, escolhendo criteriosamente pessoas que correspondam a esses valores. Temos uma espécie de cluster mundial de diferentes talentos.

Falando do presente e do futuro, num mundo digital, como é que, na IWC, a tradição e a herança se encaixam no desafio da internet?

Primeiro que tudo, somos seres humanos e também somos elípticos, e essa é a beleza desta indústria. Essas tradições são traduzidas, ao longo das gerações, para a mecânica da peça do tempo. Ainda temos uma ligação muito forte a estas tecnologias, que são manufacturadas. Mas, por outro lado, o mundo está a unir-se, já não há fronteiras e a Internet ajuda-nos, porque é assim que nos informamos. As pessoas têm

tendência a celebrar sempre os seus momentos especiais, como o momento em que se segura aquele relógio mecânico, que dura para sempre, a eternidade de saber que, quando já não se estiver cá, aquele relógio irá perdurar. No outro lado, temos esta tecnologia moderna para a comunicação, que eu pessoalmente abraço, porque nunca foi tão fácil obter informação e isso tem de ser aproveitado como uma vantagem para comunicar. Hoje é tudo em tempo real e espera-se que uma marca como a IWC seja acessível. Devemos encontrar com facilidade a informação que procuramos, e é na internet que hoje procuramos informação. É por isso que nos estamos a focar muito na área digital.

#### E como é que utilizam as redes sociais?

É uma parte muito importante da nossa comunicação. Já falámos sobre os talentos e sobre como os amigos da marca influenciam as escolhas. As redes sociais amplificam a nossa mensagem. O que começámos a fazer foi a desenvolver conteúdos dedicados em conjunto com os influenciadores. Temos de criar desejo, porque não é um produto de que se necessite. Trata-se de criar desejo pela marca, o que demora algum tempo. E hoje temos estas ferramentas, em que, por um lado, estamos a construir o desejo, por outro, temos a possibilidade de interagir com as pessoas. Por isso, hoje utilizamos fortemente o marketing de influência. Mas as redes sociais respondem a estímulos diferentes, por isso precisamos de conteúdos diferentes. É um campo totalmente novo, no qual temos tido grande sucesso. Mas é algo que está sempre a mudar e que exige um trabalho e uma atenção permanentes. Acho que o verdadeiro desafio nas redes sociais é conseguir que aquilo que queremos comunicar seja realmente percebido.



IWC  
Da Vinci  
Automático 36

#### No que diz respeito à colecção Da Vinci, que mudanças foram feitas nesta família? Tratam-se de mudanças estéticas ou técnicas?

De ambas. É um reforço estético e minuciosidade técnica. Na colecção feminina estamos a regressar à primeira introdução da família Da Vinci, há 50 anos. Na colecção de homem, introduzimos pela primeira vez uma peça combinada, com um calendário perpétuo e um cronógrafo, com dois novos movimentos in house. Portanto, existem enormes alterações técnicas, mas também uma grande minuciosidade estética, evocando o período vintage dos anos 50, mas traduzido numa nova linguagem.

#### O que diferencia a IWC das outras marcas de relógios de luxo?

Somos brilhantes a tocar no coração das pessoas e a contar histórias com significado. É isto que as pessoas procuram. Quando pensamos em comprar um relógio precioso, queremos sonhar, sonhar com aquilo que é importante para nós. Por isso, temos de tocar nos corações das pessoas. ✨



O RELÓGIO AUTOMÁTICO MAIS FINO DO MUNDO



GPHG

GRAND PRIX D'HORLOGERIE DE GENÈVE

2017

Men's Watch Prize

BVLGARI  
ROMA



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



LISBOA • AMOREIRAS SHOPPING CENTER, 213 827 440  
AV. DA LIBERDADE 129, 213 430 076 BOUTIQUEDOSRELOGIOS.PT

OCTO  
*finissimo*

BVLGARI.COM



# VIAGEM AO CORAÇÃO DA BOVET

Por Marina Oliveira, em Genebra,  
Tramelan e Val-de-Travers, Suíça



POR OCASIÃO DO 195.º ANIVERSÁRIO DA BOVET 1822, A TURBILHÃO ESTEVE NA SUÍÇA, NUMA VIAGEM QUE NOS LEVOU A DESCOBRIR DUAS DAS MANUFACTURAS DA MAISON: DIMIER, ONDE OS MOVIMENTOS RELOJOEIROS GANHAM VIDA, E CHÂTEAU DE MÔTIERS, O CASTELO ONDE AS PEÇAS DO TEMPO DA MARCA SÃO MONTADAS.

A nossa viagem ao coração da Bovet 1822 tem início em Genebra, mais propriamente na Boutique da marca, onde, ainda antes de nos aventurarmos na descoberta de como nascem as peças do tempo da Maison, temos a oportunidade de conhecer in loco algumas novidades e modelos emblemáticos Bovet.

A jornada prossegue e leva-nos a Tramelan, a cerca de 160 km de Genebra, onde se localiza a Manufatura de Alta Relojoaria Dimier 1783. Adquirida em 2006 por Pascal Raffy, proprietário da Bovet, é aqui que a Maison desenvolve e produz os seus próprios movimentos, incluindo espirais e rodas de balanço. Com um total de 73 colaboradores dedicados a 41 ofícios distintos, a manufatura reúne, sob o mesmo tecto, toda a gama de competências necessárias aos diversos estágios de desenvolvimento e produção de movimentos de alta relojoaria.

Rigorosamente estruturada e organizada de modo a otimizar o trabalho dos artesãos e o fluxo logístico,





**BOVET 1822**  
Dimier Recital 9 Turbilhão  
Miss Alexandra



**BOVET 1822**  
19Thirty Fleurier

na Dimier o departamento de controlo de qualidade, composto por relojoeiros experientes, tem intervenção directa em todas as fases de cada um dos projectos, das primeiras discussões e esboços ao serviço pós-venda. Este modus operandi permite a integração imediata de soluções a potenciais problemas, bem como de melhorias sugeridas por todos os envolvidos.

Por outro lado, o departamento técnico é responsável por desenvolver e supervisionar o design e a construção de cada calibre e de cada peça do tempo, enquanto construtores e relojoeiros especializados no estudo e desenvolvimento de mostradores e elementos relojoeiros externos partilham o espaço de trabalho com os colegas responsáveis pelos movimentos e modelos Grande Complicação. Organizada de acordo com a cronologia dos vários estádios de produção, a manufactura Dimier divide-se em dois pisos: em baixo encontra-se o departamento de micromecânica; no piso superior, os artesãos e relojoeiros.

## PARAÍSO RELOJOEIRO

Deixando para trás a minúcia e complexidade técnica inerente aos mecanismos de alta relojoaria, a viagem prossegue até Val-de-Travers. Aqui, percorremos a pé os últimos metros que nos separam da entrada de Château de Môtiers. A paisagem sobre o vale e a cordilheira do Jura é de cortar a respiração. Ao fundo, os portões modernos escondem o castelo altaneiro do século XIV, que hoje alberga os ateliers de montagem e gravação da Bovet 1822.

O Château de Môtiers foi construído por Rodolphe IV de Neuchâtel e, em 1835, foi adquirido por um membro da família Bovet: Henri-François Dubois-Bovet. Contudo, em 1957, os descendentes da família doaram o castelo ao Cantão de Neuchâtel. Mas, nas reviravoltas do destino, o Château de Môtiers voltou a ostentar o nome Bovet quando, em 2006, Pascal Raffy, comprou a propriedade. Depois de um longo trabalho de restauro, a Bovet



PASCAL RAFFY  
Proprietário da Bovet 1822

devolveu o castelo à sua glória original, actualizando-o, naturalmente, com as comodidades actuais. Hoje, a serenidade, envolvimento natural e paisagem de sonho proporcionadas pelo Château de Môtiers, transformou-o no local ideal para receber a criatividade dos artesãos Bovet que, aqui, fazem a montagem das peças do tempo e se dedicam a decorá-las com gravações inspiradoras. ✨



BOVET 1822  
Virtuoso Turbillão

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# ZENITH REVOLUCIONA COM DEFY LAB PRECISÃO CRONOMÉTRICA

Por Fernando Correia  
de Oliveira, em Le Locle

HÁ QUASE MEIO SÉCULO, A ZENITH SURPREENDIA O MUNDO COM O PRIMEIRO CRONÓGRAFO AUTOMÁTICO, LANÇANDO O MÍTICO CALIBRE EL PRIMERO, DE ALTA FREQUÊNCIA. AGORA, VOLTA A SURPREENDER, COM UM NOVO ÓRGÃO REGULADOR, QUE PRESCINDE DA ESPIRAL E ATINGE NÍVEIS CRONOMÉTRICOS EXTRAORDINÁRIOS.

Desde que o holandês Huygens inventou o oscilador com roda de balanço e espiral, em 1675, que o órgão regulador de um relógio mecânico não sofreu praticamente alteração. Até agora. Perante a imprensa mundial, Jean-Claude Biver, responsável pela Relojoaria no Grupo LVMH, apresentou o digno sucessor do El Primero - o calibre ZO 342, que vai equipar a linha Defy Lab. Por detrás do novo calibre, com o seu órgão oscilador monobloco, usando a vibração em vez da tradicional contracção /expansão da espiral, está Guy Semon, CEO do Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento do LVMH. Em Le Locle, com uma história de 152 anos de recordes de precisão (2333 prémios de cronometria), e actualmente com 40 calibres diferentes em produção, a Zenith encontra no Defy Lab um digno sucessor



ZENITH  
Defy Lab

do El Primero de 1969, um passo disruptivo na indústria, um calibre automático, de alta frequência (5 Hz), e capaz de medir até um décimo de segundo. Ou do Defy El Primero 21, apresentado em Março deste ano, um cronógrafo automático que consegue medir centésimos de segundo, através de um ponteiro central dos segundos, munido de um calibre com 50 Hz de frequência. Nascia aqui uma nova linha de relógios Zenith, a Defy. Agora, o Defy Lab tem um oscilador feito de uma só peça, de silício monocristalino e com partes mais finas que um cabelo humano. Com ape-

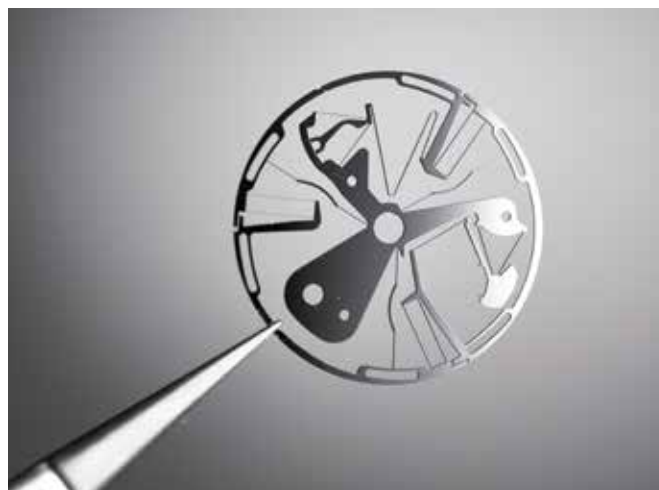
nas 0,5 mm de espessura, ele substitui o tradicional balanço/espiral, e com ele trinta peças de um órgão regulador clássico, que necessita de montagem, ajustamento, regulação, controlo e lubrificação.

Vibrando a 15 Hz (108 mil alternâncias por hora) e com autonomia de 60 horas, o novo calibre tem mais 10 por cento de autonomia que o El Primero. O triplo da frequência dá-lhe uma precisão cerca de dez vezes superior – variação média de 0,3 segundos por dia (a certificação COSC para cronómetro admite variações diárias de -4 e +6 segundos).

A partir das 24 horas, os calibres clássicos começam a perder precisão. O novo oscilador garante precisão idêntica durante 95 por cento da sua reserva de corda. Como usa material compósito numa arquitetura que se baseia na vibração, deixa de haver fricção – e, com isso, não há desgaste nem necessidade de lubrificação. Mantém uma espécie de âncora, mas com um desenho completamente diferente do habitual. Insensível às alterações de temperatura, à gravidade ou aos campos magnéticos, o novo órgão regulador torna-se assim muito mais fiável.



“O CALIBRE ZO 342  
É O DIGNO SUCESSOR  
DO EL PRIMERO”



O Defy Lab é certificado cronometricamente pelo Observatório de Besançon.

O órgão regulador do Defy Lab é de produção industrial e Jean-Claude Biver disse que ele estará disponível não apenas para outras marcas do grupo LVMH (como TAG Heuer e Hublot), mas para toda a indústria relojoeira helvética.

Os primeiros exemplares do Defy Lab foram apresentados na altura à imprensa: pré-comprados por 10 colecionadores, foram personalizados ao gosto de cada um. Mas todos têm caixa de 44 mm, feita também ela de um material revolucionário – Aeronith, o compósito de alumínio mais leve do mundo (2,7 vezes mais leve que o titânio e 10 por cento mais leve que a fibra de carbono). ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# OVERSEAS

## UM CONVITE À VIAGEM



OVERSEAS  
CRONÓGRAFO



# VACHERON CONSTANTIN

GENÈVE, DEPUIS 1755



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



Lisboa | Amoreiras Shopping Center Tel: 21 382 74 40

DANIEL CRAIG  
James Bond

# SHAKEN, NOT STIRRED!

Por Carlos Torres





BOND... JAMES BOND! UM DOS MAIS FASCINANTES PERSONAGENS DO GRANDE ECRÃ QUE AO FIM DE 26 FILMES SE MANTÉM TÃO ACTUAL COMO NUNCA. UMA SAGA ONDE OS RELÓGIOS QUE O AGENTE SECRETO USOU COMPÕEM UMA HISTÓRIA QUASE TÃO CATIVANTE QUANTO AS BOND GIRLS QUE O ACOMPANHARAM NAS MAIS DIVERSAS AVENTURAS.

COMMANDERS WATCH  
2017 - Seamaster Diver 300M  
Edição Limitada



O mais famoso agente secreto da história não tinha apenas licença para matar, mas também para medir o tempo. E tendo o agente do MI6 demonstrado desde logo um irrepreensível bom gosto que vai da Aston Martin à Brioni, a sua preferência por relógios é apenas revelada com o segundo livro, "Live and let Die", publicado por Ian Fleming em 1954. Quando em 1962 Bond passa finalmente do papel para o grande ecrã, não o faz sem um bom relógio sobre o pulso.

A primeira opção cai sobre o Rolex Submariner que Sean Connery estreia em "Doctor No". O primeiro relógio elevado à categoria de "Gadget" surge em 1965 com a estreia de "Thunderball", onde o Breitling Top Time ref. 2002 duplica a sua função como contador Geiger. Para "The Spy Who Loved Me" (1977), "Moonraker" (1979), "For Your Eyes Only" (1981), "Octopussy" (1983) e "A View to a Kill" (1985), é a Seiko que assume protagonismo.

Em "The Living Daylights" de 1987, Timothy Dalton substitui Roger Moore e introduz pela primeira e única vez um TAG Heuer na saga do agente secreto.





**SPECTRE**

2015 - Seamaster Aqua Terra  
Edição Limitada



**SKYFALL**

2012 - Seamaster "007 James Bond"  
Edição Limitada 50.º aniversário



**A OMEGA ENTRA EM CENA**

Com "Golden Eye" (1995), o desafio de equipar o agente secreto é passado à Omega, agora interpretado por Pierce Brosnan. O Seamaster estreia-se equipado com um emissor de sinal capaz de detonar um engenho explosivo à distância, sendo ainda capaz de projectar um raio laser. A versão Professional 300M, com mostrador azul e movimento a quartzo, ref. 2541.80, constava já no catálogo da marca desde 1993. Em "Tomorrow Never Dies"

(1997), Bond introduz a versão de corda automática, ref. 2531.80., mantendo as funções especiais introduzidas por "Q" dois anos antes.

Em "The World Is Not Enough" (1999) e "Die Another Day" (2002), o súbdito de sua majestade volta a salvar o mundo com um Seamaster no pulso. E se no primeiro filme a ref. 2561.80 lança um arpão, no segundo, a válvula de escape de hélio é substituída por um detonador accionado pelo luneta unidireccional. "Q" volta a contemplar o modelo com o famoso raio laser que tinha estreado em Golden Eye, agora activado pela coroa na batalha contra o maléfico Gustav Graves.

Com "Casino Royale" (2006) Pierce Brosnan passa o testemunho a Daniel Craig que estreia dois modelos, um



**SPECTRE**  
 2015 - Seamaster 300 Master  
 Co-Axial  
 Edição Limitada

Seamaster Professional Diver 300M ref. 2220.80, que aparece durante o início do filme, e que depois cede a vez a um Planet Ocean ref. 2900.50.91 com 45,5 mm de diâmetro.

Segue-se "Quantum of Solace" (2008) onde o agente do MI6 passa a optar por mostradores negros, e onde o Planet Ocean 600M ref. 2201.50, agora com 42 mm de diâmetro (ref. 2201.50.00), recorda o design da década de 1950.

Em "Skyfall" (2012), Craig usa um Planet Ocean ref. 232.30.42.21.01.001 com caixa em titânio e ainda um outro, especialmente construído para o filme, que a Christies viria mais tarde a leiloar por 194.000 euros.

Finalmente, em 2015, estreia "Spec-

tre", e nele Bond usa o Seamaster 300 Spectre, inspirado num antecessor da década de 1960, acrescentando também um Seamaster Aqua Terra na sequência inicial do filme.

Desde que se associou a esta saga, a Omega comemorou a sua associação ao agente secreto com uma série de edições limitadas. A mais recente dá pelo nome de Seamaster Diver 300M "Commander's Watch", e assinala três aniversários: o 50º de "You Only Live Twice"; o 40º de "The Spy Who Loved Me"; e o 20º de "Tomorrow Never Dies". Filmes onde Bond veste a sua farda militar com as características cores encarnado, branco e azul, agora adoptadas pelo relógio.

O The New York Times já confirmou que Craig irá regressar brevemente ao papel de 007. Um novo filme onde mais interessante do que os relógios que Bond irá usar sobre o pulso, só mesmo as Bond Girls com quem poderá vir a contracenar. Mas isso é outra história. Até lá recomenda-se uma passagem pelo "Spy Bar" do Hotel Palácio Estoril que serviu de cenário em "On Her Majesty's Secret Service" e onde Ian Fleming pernottou em 1941. A bebida a pedir? Um "007 Martini"... Shaken, not stirred! 🍹

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# O sonho de ÍCARO

A RELOJOARIA E A AVIAÇÃO PARTILHAM MUITO MAIS DO QUE HISTÓRIA E EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA. NOMES COMO BREITLING E IWC REPARTEM COM O ETERNO SONHO DO HOMEM CRIAÇÕES QUE SE TORNARAM SINÓNIMOS DE RELÓGIOS DE INSPIRAÇÃO AERONÁUTICA. AS COLECÇÕES NAVITIMER E PILOT SÃO HOJE PROPOSTAS QUE CATIVAM CADA VEZ MAIS ADEPTOS, QUER VOEM EM EXECUTIVA OU TENHAM AS MÃOS NO MANCHE.

Por Carlos Torres

Há quem diga que voar se tornou normal, uma actividade banal que já não requer, como no passado, que os passageiros se vistam a preceito, como provam as imagens publicadas em revistas amareladas pelo tempo. Uma época em que subir a escada para um avião era ainda considerado como o início de uma verdadeira aventura. Mas as expressões dos passageiros dos nossos dias, prestes a embarcar, revelam ainda uma emoção que contraria esta ideia. Voar continua a ser um sonho ambicionado por todos, e a relojoaria soube sempre fazer parte desta fascinante epopeia, acompanhando pilotos e passageiros num verdadeiro desafio às mais elementares leis da gravidade.

Aventureiros como Alberto Santos-Dumont, os irmãos Wright, Louis Bleriot, Antoine de Saint-Exupéry, Charles Lindbergh, Gago Coutinho e Sacadura Cabral, Howard Hughes, Amelia Earhart, Chuck Yeager e, porque não, Scott Carpenter ou Neil Armstrong, foram pioneiros ao contribuir para que a aventura do voo chegasse a quase todos.

E se no início o relógio servia apenas para medir os poucos segundos que uma aeronave se mantinha no ar, rapidamente passou a auxiliar a navegação e a calcular diversos aspectos relacionados com o próprio aparelho. Dos breves segundos dos voos de Orville e Wilbur Wright ou



IWC  
Big Pilot's Heritage 48

“O BREITLING NAVITIMER DESTACA-SE PELA SUA EXCLUSIVA RÉGUA DE CÁLCULO”



**BREITLING**  
Navitimer AOPA, edição limitada  
a 500 exemplares

Santos Dumont, passámos aos minutos que Louis Blériot necessitou para atravessar o canal da Mancha. Daí para as horas, foi apenas um salto que necessitou de poucos anos para ser alcançado.

O período que se seguiu à segunda guerra mundial trouxe consigo grandes mudanças na tecnologia aeronáutica. A barreira do som foi quebrada em 1947 e os motores a jacto destronaram as hélices, tornando os voos intercontinentais mais curtos e mais confortáveis.

### CALCULADORA DE PULSO

A Breitling foi uma das marcas que acompanharam pioneiros e aventureiros nesta aventura global, e o Navitimer o seu modelo mais representativo. A simples observação do mostrador de um destes modelos revela instantaneamente a ligação da marca criada por Leon Breitling ao mundo da aviação.

Pouco depois do fim da primeira grande guerra, Willy Breitling, neto do fundador, assume a direcção da empresa e associa-a definitivamente à indústria aeronáutica. O ministério do ar britânico foi dos primeiros a assegurar um contrato com a empresa suíça, levando em consideração que os modelos incluíam escalas e tabelas de conversão capazes de calcular velocidades, distâncias e consumos de combustível. Uma característica que os tornava particularmente adaptados às necessidades dos pilotos.

E para desenvolver ainda mais esta verdadeira ferramenta, a Breitling introduz a regra de cálculo, inicialmente no modelo Chronomat, e pouco depois, em 1954, naquele que viria a ser o modelo mais reconhecível da história da manufactura, o Navitimer.



### BREITLING DC-3

O histórico DC-3 da Breitling durante o seu recente voo à volta do mundo

Os primeiros modelos tinham sobre o mostrador o logotipo da AOPA, a associação de proprietários e pilotos de aeronaves, tornando-se o acessório de eleição para pilotos de testes que consideravam o logotipo como o símbolo de uma fraternidade. Um destes pilotos chamava-se Scott Carpenter, e a seu pedido, a Breitling viria a executar o Cosmonaute, um relógio com indicação de 24 horas, estreado a bordo da cápsula espacial Aurora 7, a 24 de Maio de 1962.

E à medida que os pilotos militares ingressavam na aviação comercial em plena expansão, também o relógio se tornava um acessório indispensável do piloto da maioria das linhas aéreas comerciais. Mesmo com a crise do quartzo a colocar tudo em causa durante a década de 70, foi um outro piloto, Ernst Schneider, a assegurar que a Breitling tinha futuro e que continuava ligada ao fascinante mundo da aviação, onde o Navitimer desempenhou um papel fundamental.

### APENAS O ESSENCIAL

Para além da Breitling existe uma outra marca cuja história e tradição a associa aos profissionais e amadores da aviação. A produzir relógios de piloto desde a década de 30, foi em 1936 que a IWC apresentou o seu primeiro Pilot, cujas características incluíam um vidro mais resistente, luneta rotativa para registar tempos de descolagem e escape com propriedades antimagnéticas.

Lançado pouco tempo depois, em 1940, em resposta a uma crescente procura, o Big Pilot revelou-se como um modelo de dimensão assinalável, cujos diâmetros chegavam aos 55 mm para garantir a necessária legibilidade. A colecção mantém-se hoje como uma das mais bem conseguidas pela casa de Schaffhausen, arrastando atrás de si uma legião de fãs incondicionais.

Em 1948, terminada a segunda guerra mundial, a IWC apresentou o Mark XI. Construído segundo as especificações do ministério da defesa britânico, o modelo garantia uma elevada protecção aos campos magnéticos, marcações específicas sobre o mostrador, protecção contra a



**BREITLING**  
Navitimer 01  
em ouro rosa



**BREITLING**  
Navitimer Cosmonaute

“O IWC  
MARK XVII É  
O SUCESSOR  
DO HISTÓRICO  
MARK XI”



**IWC**  
Pilot cronógrafo edição  
“Antoine de Saint Exupéry”



despressurização, um movimento mecânico de corda manual mais preciso e barras de correia fixas. Esta lista de características foi baptizada pelo ministério como “Mark XI”, e a IWC manteve o seu fornecimento à RAF até 1981.

Hoje, a IWC continua esta tradição que honra tanto a relojoaria como a própria aviação, onde nomes como Spitfire ou Top Gun se associam a coroas sobredimensionadas e mostradores depurados de inspiração militar, homenageando os profissionais por detrás das máquinas voadoras.

E mesmo com os fulgurantes avanços tecnológicos na instrumentação de bordo, raros são os pilotos que dispensam um bom relógio sobre o pulso. A escolha de um destes modelos não faz de ninguém um piloto, mas representa inequivocamente a celebração de um espírito aventureiro e uma homenagem a uma aventura que teve em Ícaro o seu primeiro testemunho. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)







  
CANALI  
| 9 3 4

*Em exclusivo no*  
ROSA&TEIXEIRA

LISBOA: Av. da Liberdade, 204, r/c | PORTO: Av. da Boavista, 3523, Edifício Aviz | [www.rosaeteixeira.pt](http://www.rosaeteixeira.pt)



HUBLOT  
Classic Fusion Cronógrafo  
Berluti Scritto King Gold

# SARTORIAL

DO RELÓGIO AOS SAPATOS

A COLABORAÇÃO ENTRE MARCAS DE LUXO COM O OBJECTIVO DE CRIAR PRODUTOS QUE RESULTEM EM MAIS DO QUE A SIMPLES SOMA DAS PARTES, É UM HÁBITO QUE VIGORA HÁ DÉCADAS E QUE HABITUALMENTE PRODUZ BONS RESULTADOS. A HUBLLOT É UM EXCELENTE EXEMPLO DISSO, COMO PROVA O NOVO CLASSIC FUSION CRONÓGRAFO BERLUTI.

Por Carlos Torres

O lema “The Art of Fusion”, concebido por Jean Claude Biver em 2004, transformou a marca fundada por Carlo Crocco em algo ainda mais inovador e diferente. Sendo uma extensão da visão original do fundador, que misturava o ouro com a borracha, a Arte da Fusão baseia-se hoje num conceito que visa a associação improvável do relógio com materiais inovadores.

Cerâmica, tântalo, magnésio, titânio, carbono e mesmo ligas criadas expressamente para formarem esta mistura improvável em torno do conceito do relógio mecânico, contrariam a ideia de um produto conservador que, ainda hoje, se associa à relojoaria.

Mas não é só à custa de materiais exóticos que o conceito de Fusão da Hublot subsiste. A inspiração, e conseqüente importação de materiais de outras áreas igualmente improváveis no campo da relojoaria, é uma outra arte que a marca tem vindo a dominar com crescente à-vontade. A associação com a prestigiada Berluti, iniciada em 2016 por ocasião do 120º aniversário deste exímio produtor de sapatos baseado em Paris, é um excelente exemplo desta ideia.

A primeira linha Classic Fusion Berluti empregava a famosa pele de origem veneziana tanto na correia como no mostrador. Desenvolvida por Olga Berluti, descen-

dente directa do fundador Alessandro Berluti, o criador da empresa em 1895, a técnica exclusiva de curtimento das peles teve de ser desenvolvida ainda mais, de maneira a poder ser aplicada ao relógio. No caso do couro destinado a forrar o mostrador, toda a humidade teve de ser retirada antes de o elemento poder ser encerrado hermeticamente sob o vidro de safira.

Passado um ano, o êxito da primeira edição encoraja a Hublot a lançar mais um modelo, desta vez um cronógrafo, subindo ainda mais a fasquia na dificuldade técnica de associar a pele da casa italiana aos mostradores da manufactura suíça. A complexidade acrescida da tarefa, devido à existência dos totalizadores do cronógrafo às 3 e às 6 horas, exigiu a criação de novos métodos de produção, destinados a garantir que a pele se mantém totalmente estável.

O resultado desta evolução está à vista no novo Classic Fusion Cronógrafo Berluti, com caixa de 45 mm de diâmetro. O modelo permite a opção por dois tipos de acabamentos distintos, o Scritto King Gold e o Scritto All Black, ambos limitados a uma produção de 250 exemplares cada, e que são acompanhados por um exclusivo kit de tratamento de pele da Berluti. ✨



HUBLLOT

Classic Fusion Cronógrafo  
Berluti Scritto All Black

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





© Jesus Renedo/Volvo Ocean Race

# MARÀVISTA

MUNDIALMENTE RECONHECIDA PELO ESPÍRITO PIONEIRO NA CRONOMETRAGEM DESPORTIVA, A OMEGA ACRESCENTA MAIS UMA PROVA DE RENOME AO SEU EXTENSO PALMARÉS, AO TORNAR-SE CRONOMETRISTA OFICIAL DA VOLVO OCEAN RACE.

Por Marina Oliveira

Em 2017, a Omega juntou-se a uma das mais duras e exigentes provas náuticas de que há memória. A marca relojoeira, para quem a cronometragem desportiva faz parte do seu ADN, com eventos tão importantes como os Jogos Olímpicos a enriquecerem o seu palmarés, é a nova Cronometrista Oficial da Volvo Ocean Race. Considerada como a prova rainha dos desportos náuticos, a edição de 2017-18 da Volvo Ocean Race teve início em Alicante, Espanha, e terminará, em Junho do próximo ano,

em Haia, na Holanda. Nessa altura, as equipas terão navegado 45.000 milhas náuticas, através de quatro oceanos, seis continentes e 12 cidades anfitriãs, Lisboa incluída. A acompanhar a intrépida expedição estará sempre a Omega, para quem a cronometragem náutica não é uma novidade, uma vez que é a marca relojoeira parceira da equipa Emirates Team Zealand, na America's Cup, desde 1995. Para celebrar a mais recente aliança com a Volvo Ocean Race, a Omega associa-lhe o modelo Seamaster Planet Ocean 600M Deep Black em vermelho.



OMEGA  
Seamaster Planet Ocean  
600M Deep Black

Trata-se de um modelo que alia à função de mergulho a de GMT, apresentando-se numa caixa de 45,5 mm em cerâmica preta com luneta unidireccional em borracha e cerâmica. Movido por um calibre coaxial automático, o Seamaster Planet Ocean 600M Deep Black destaca-se ainda pelos apontamentos vermelhos presentes na caixa, mostrador e bracelete de borracha. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# HUBLOT



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



Av. da Liberdade, 129 - 213 430 076 · Av. da Liberdade 194 C - 210 730 530  
CascaiShopping, 214 607 060 · Centro Colombo, 217 122 595  
NorteShopping, 229 559 720.

hublot.com • f • t • i

Classic Fusion Titanium Blue.  
Movimento Automático, mostrador azul  
numa caixa de titânio com vidro de safira.  
Bracelete de pele cosida sobre cauchu.

# SOB O SÍMBOLO MONTBLANC

“QUEREMOS QUE OS NOSSOS PRODUTOS TENHAM SIGNIFICADO E QUE PASSEM O TESTE DO TEMPO, TANTO EM TERMOS DE DESIGN COMO DE FUNCIONALIDADE E FIABILIDADE, MAS, ACIMA DE TUDO, NAQUILO QUE SIGNIFICAM PARA CADA PESSOA.” É DESTA FORMA QUE JENS HENNING KOCH, VICE-PRESIDENTE DE MARKETING DA MONTBLANC, RESUME A ESTRATÉGIA DA MARCA, NUMA ENTREVISTA ONDE A IDENTIDADE E ADN DA MANUFACTURA FORAM OS EIXOS CENTRAIS.

Por Marina Oliveira, em Genebra, Suíça

---

**Nos últimos anos, a aposta da Montblanc eram os relógios clássicos. Este ano voltaram ao lado mais desportivo da marca. Porquê esta mudança? Qual é a estratégia?**

Nos últimos anos queríamos enfatizar a nossa legitimidade no fabrico de relógios, queríamos destacar que a Montblanc é uma verdadeira produtora de relógios. A Montblanc é de modo tão forte a líder indisputável em instrumentos de escrita, que a vemos apenas como tal. Apesar de o sermos desde os anos 20 e, nos relógios, há mais de 160 que temos a manufatura. Quisemos aumentar essa percepção e fortalecê-la. Ao longo dos últimos três anos essa percepção aumentou. Estamos

entre o Top 20 das marcas de relojoaria. E a nossa intenção quando fizemos essa mudança foi expressar os códigos da alta relojoaria. Temos a manufatura de Villeret, com o legado Minerva, e quisemos trazer esses códigos para um segmento onde ainda não tinham estado. Para fazê-lo, quisemos lançar primeiro linhas como o Chronométrie, o 4810... Depois, olhámos para a linha seguinte, o TimeWalker, uma linha desportiva, que tinha sido lançada há dez anos e é muito bem-sucedida. Quisemos trabalhá-la e torná-la numa colecção desportiva muito profissional. Evoluímos tanto nessa legitimidade do passado enquanto fabricantes de relógios que decidimos, nesta peça, passar à próxima fase e abordar o contexto e o espírito dessa colecção. Quando iniciámos esse processo, mantivemos em mente que não o podíamos fazer ao acaso, mas com uma inspiração, uma direcção e uma visão do que queríamos. É por esta razão que a Montblanc não está apenas a fazer relógios desportivos, mas sim relógios desportivos profissionais. Para nós, este lançamento é, em certa



medida, um renascimento dos relógios profissionais, porque já tinham existido na manufatura de Minerva, que tinha sido uma manufatura líder no início do século passado.

**Como gerem os dois lados da vossa identidade: de um lado, a tradição, com mais de 150 anos de experiência, por outro lado, uma empresa avant-garde que trabalha com estrelas de Hollywood?**

Estamos no segmento de superluxo em relojoaria, instrumentos de escrita, marroquinaria, joalharia... Por isso, a Montblanc é uma casa muito complexa. Temos diferentes elementos de design de assinatura nas diferentes linhas e o símbolo da Montblanc une tudo. Preferimos ver a Montblanc como uma maison com a maior qualidade, com a substância e a profundidade como elementos centrais, independentemente daquilo que fazemos serem relógios ou instrumentos de escrita. Queremos que os nossos produtos tenham significado e que

passem o teste do tempo, tanto em termos de design como de funcionalidade e fiabilidade, mas, acima de tudo, naquilo que significam para cada pessoa. Qualquer que seja a categoria de produto, queremos inspirar a ambição de progressão, de elevação, que as pessoas sigam os seus sonhos, concretizem os seus objectivos, alcancem as suas metas, com o equipamento certo.

**É um desafio combinar o tradicional com o avant-garde? A estratégia é diferente para cada tipo de produto?**

No geral, trata-se de inspiração, é isso que une tudo. O consumidor de hoje é diferente do de há 20 anos. Há um novo nível de agilidade, não só no viajar de um local para o outro, mas na viagem entre os diferentes aspetos da vida. As diferentes facetas da personalidade é algo que expressamos em diferentes campos; podemos ser muito sérios no trabalho, mas divertidos e irreverentes com os amigos... É aqui que o luxo se está a exprimir, não sendo um escudo atrás do qual as pessoas se escondem. Hoje vemos um produto como uma extensão do que somos. Por isso, para nós é mais importante não termos um produto que serve a todos, mas sim uma atitude. Ser inspirado e inspirar é o que denominamos de estilo de vida de luxo inspirador, e é aqui que a Montblanc está.

**Não é difícil manter o ADN da marca? Porque os instrumentos de escrita são feitos na Alemanha, os relógios na Suíça e as peles em Itália...**

O ADN nem por isso, porque está fortemente enraizado na empresa. O que diz respeito à arte, inovação e sofisticação está assegurado. O desafio é sobre como devemos estar a comunicar nos diferentes lançamentos, qual a melhor plataforma para exprimirmos tudo isso. Aí é uma interacção permanente entre o desenvolvimento de produto e o branding geral, com o tema geral do ano, como podemos ligar os diferentes lançamentos... Exige andar para frente e para trás, mudar e adaptar. Este ano o tema é "Heritage Inspires", por isso a inspiração está sempre com os lançamentos, bem como a herança e o legado. É algo que continuará com os instrumentos de escrita e as peças de pele. ✨



**MONTBLANC**

TimeWalker Cronógrafo Automático UTC Cerâmica

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





60 YEARS OF ADVENTURE  
AND DISCOVERY\*



*superocean*  
**HERITAGE**  
SINCE 1957



**BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS**

Avenida da Liberdade, 129  
Tel.: (+351) 213 430 076



INSTRUMENTS FOR PROFESSIONALS™

# 100 ANOS DE UM ÍCONE

A PALAVRA ÍCONE É FREQUENTEMENTE USADA COM DEMASIADA LEVIANDADE PARA DESCREVER ALGUNS RELÓGIOS. NÃO NO CASO DO TANK DA CARTIER, UMA DAS POUCAS CRIAÇÕES QUE FOI CAPAZ DE SEGUIR, E ATÉ MESMO ANTECEDER, AS EVOLUÇÕES MAIS SIGNIFICATIVAS DO ESPÍRITO DO TEMPO, MARCANDO EM 1917 O ARRANQUE DE UMA NOVA FORMA DE CONCEBER O RELÓGIO DE PULSO, O RELÓGIO DO FUTURO.

Por Carlos Torres



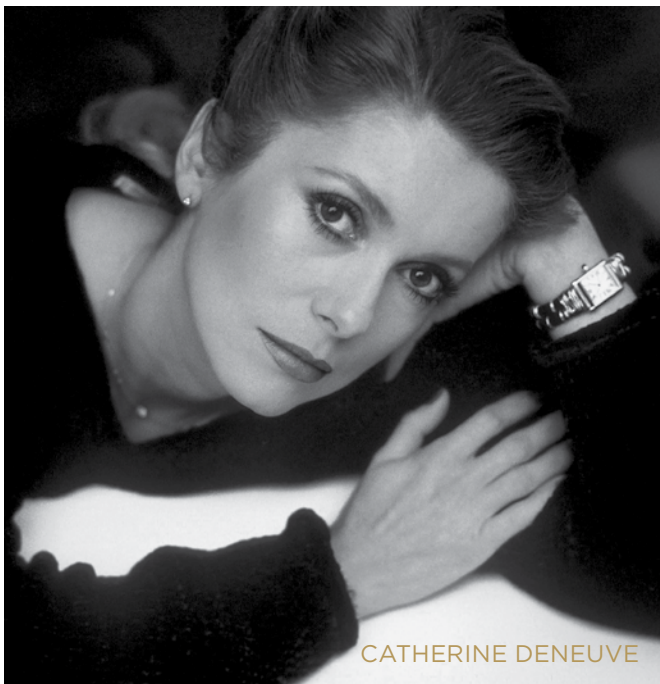
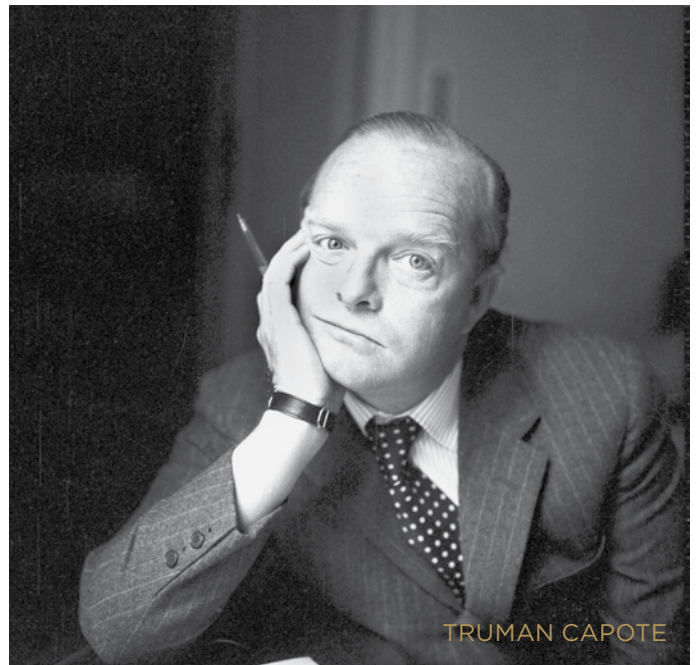
CARTIER  
Tank Française

Em "La Montre Tank, Icône du temps", o autor Franco Cologni não hesita em afirmar que *"um ícone não é apenas um objecto destinado a ser contemplado, mas também uma criação que, mesmo em mutação constante e realizada por mãos diferentes, sabe sempre conservar a sua profunda singularidade como objecto incontornável. O que não significa que se refugia na mudança, assumindo antes a assimilação de uma identidade cada vez mais forte, seja qual for a moda do momento"*.

Louis Cartier amava os relógios, mas antes de tudo era um homem da joalheria. Para ele, a estética e o estilo mereciam sempre primazia sobre a função, razão porque, em Dezembro de 1916, e com apenas quatro traços, idealizou as linhas que viriam a dar forma à caixa do Tank como hoje o conhecemos.

O desenho terá sido sugerido pelas ilustrações de uma reportagem sobre o conflito que então envolvia as nações da Europa, e que Cartier descobrira nas páginas da edição do semanário *L'illustration*, do dia 2 de Dezembro. Um sábado, que marcava duas semanas sobre a terrível batalha do Somme, e onde o Tank, então ainda uma arma secreta, era revelada aos franceses.

No entanto, este não foi, verdadeiramente, um momento de eureka para Louis Cartier. A forma do relógio agora traçada pela sua mão, num simples esquisso, correspondia perfeitamente ao seu gosto por linhas depuradas, mas marcava também o culminar de uma pesquisa estética em torno do relógio que o esteta iniciara há mais de 10 anos. Reza a lenda que, logo após a vitória dos aliados em 1918, Cartier ofereceu um exemplar do Tank ao General John Pershing, o comandante das forças expedicionárias





**CARTIER**  
Tank Cintrée Squelette  
em ouro rosa



**CARTIER**  
Tank Cintrée Squelette  
em platina



**CARTIER**  
Tank Louis Cartier grand modèle  
em ouro rosa e diamantes

norte-americanas na Europa. Lenda ou realidade? Nada resta nos arquivos históricos da Cartier que o possa provar. Mas a história que envolve o General torna-o no primeiro de uma extensa lista de personalidades associadas ao Tank. A longa procissão de celebridades que se seguiram inclui nomes como Rudolf Valentino, o Maharaja de Patiala, Duke Ellington, Cary Grant, Clark Gable, Gary Cooper, Truman Capote, Mohamed Ali, Yves Montand, Alain Delon, Jacqueline Bisset, Ingrid Bergman, Yves Saint Laurent, Andy Warhol, Warren Beatty, Catherine Deneuve ou Madonna. Personalidades distintas, que usaram variações diferentes do modelo. Ao longo dos seus 100 anos de história, o Tank assumiu diversas formas numa evolução estilística que lhe associou nomes como Mini, Alongée, à Guichet, à Vis, Française, Americaine, Anglais,

Chinoise, Asymetrique, Basculante, Bec d'Aigle, Cintrée, Divan, Duoplan, Enlacée, Magnum, Solo ou Obus. Mas o modelo que se manteve sempre fiel ao conceito original, recebeu o nome do próprio criador, Louis Cartier. Passados 100 anos, o Tank mantém intocada esta capacidade de se reinventar. A versão Louis Cartier, criada em 1922, mantém a quintessência do espírito do modelo, surgindo agora em duas novas variações, em ouro rosa ou branco, e com diamantes nas famosas "brancards" para as versões femininas. Também o Tank Francês, nascido em 1996, é revisitado neste centenário. A sua associação a formas mais angulosas e a uma pulseira de metal, são aspectos que têm definido este modelo desde o seu lançamento. O Tank Americaine, surgido em 1987, é uma actualização do Tank Cintrée de 1921, onde as formas se tornam mais

compactas e as laterais se alongam numa caixa levemente convexa. Para o centenário, também este modelo foi revisto sem que se desvirtuasse a sua essência.

Por último, o Tank Cintrée. Um precursor do Tank Americaine dos anos 80, que, na nova versão Esqueleto, será talvez o modelo mais marcante da colecção. Aparentando uma hesitação entre o rectângulo e o círculo, num exercício tanto funcional como estético, é proposto em duas versões limitadas a 100 exemplares cada, entre platina e ouro rosa. A transparência, proporcionada pelo movimento mecânico esqueletizado do calibre 9917 MC, retém apenas o essencial. Um modelo que, mais uma vez, prova que a Cartier não receia tocar no seu ícone, assumindo a evolução como a essência da sua própria existência. ✨

# Senator Excellence



*Glashütte*  
ORIGINAL

[glashuette-original.com](http://glashuette-original.com)

German Watchmaking Art since 1845.



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



Av. da Liberdade 129 · 213 430 076

Um dos mais bem-sucedidos modelos da família de relógios Portuguesa da IWC – o Portugieser Automático – apresenta-se com uma nova face, pintada de azul forte. Mantendo as dimensões e detalhes dos seus antecessores, incluindo o calibre automático 52010, o novo Portuguesa Automático exibe uma caixa de 42,3 mm em aço, ao invés de ouro branco ou platina, e é entregue com uma correia preta em pele de crocodilo.

IWC  
Portuguesa Automático



# ELEGANTE, Desportivo OU retro?

Num mundo globalizado em que, durante as 24 horas do dia, assumimos diversos papéis e somos confrontados com uma panóplia de situações distintas, é importante estar à altura de cada uma, munidos de instrumentos do tempo que prometem não comprometer, seja qual for o desafio.

O Executive Esqueleto Turbilhão da Ulysse Nardin surge numa nova versão, com caixa de 45 mm em titânio e luneta em cerâmica azul, cor que se repete no movimento esqueletizado. Com sete dias de reserva de marcha, o calibre manual UN-171 destaca-se pela sua transparência e pela presença do turbilhão voador às 6h. O toque final é dado pelo bracelete em pele azul.

ULYSSE NARDIN  
Executive Esqueleto  
Turbilhão





**ROGER DUBUIS**  
Excalibur Esqueleto  
Automático Carbono

O destaque no novo Roger Dubuis Excalibur Esqueleto Automático Carbono reside na caixa produzida num composto de alta tecnologia, que alia fibra de carbono, aço e resina. O resultado? Um relógio desportivo, mais duro e leve do que os seus antecessores, apesar de os componentes essenciais se manterem, como é o caso da caixa de 42 mm, do calibre automático esqueletizado RD820SQ, da luneta estriada, das asas triplas e dos ponteiros Dauphine em ouro, agora enegrecido.

O novo Breitling Colt Skyracer destaca-se pelo look preto total e pela caixa vanguardista em Breitlight®, um material 3,3 vezes mais leve do que o titânio e 5,8 vezes mais leve do que o aço, mas muito mais duro e com grande resistência aos riscos, fricção e corrosão, sendo, ao mesmo tempo, antimagnético e hipoalergénico. Este modelo é accionado pelo movimento termo-compensado SuperQuartz™, certificado cronómetro pelo COSC.

**BREITLING**  
Colt Skyracer



**MONTBLANC**  
1858 Automático

Inspirado nos relógios da década de 1930, o novo Montblanc 1858 Automático destaca-se pelo look vintage, conferido pela caixa de 44 mm em aço, com luneta e coroa em bronze, pelo mostrador preto com ponteiros ao estilo catedral, utilizados em relógios de avião vintage, e logo da Maison retro, e pela correia em pele de aspecto envelhecido. Dentro do novo modelo bate o calibre manual MB 24.16.

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# PANTÓGRAFO DE PULSO PARMIGIANI FLEURIER OVALE PANTOGRAPHE



O OVALE PANTOGRAPHE DA PARMIGIANI FLEURIER SURGE ESTE ANO COM UM NOVO MOSTRADOR GUILHOCHÉ E MOVIMENTO EM OURO.

Por Marina Oliveira

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



Semelhante na forma e no tipo de movimento, o novo Ovale Pantographe é, na essência, idêntico ao seu predecessor. A grande diferença surge logo na face do novo modelo, que apresenta uma decoração guiloché tipo grão de cevada e numerais e índices pretos, ao invés de azul, assim como no movimento, que, apesar de ser o mesmo, surge agora vestido de ouro. Disponível numa edição limitada a 50 peças, com caixa em ouro rosa ou

branco, o Parmigiani Ovale Pantographe mantém os característicos ponteiros telescópicos, dos quais advém o nome do modelo, que se expandem ou contraem consoante a zona do mostrador onde se encontram. Dentro da nova peça do tempo com assinatura Parmigiani Fleurier bate o calibre manual PF111, com reserva de marcha de oito dias, totalmente construído em ouro e profusamente decorado. O toque final é dado por uma correia em pele Hermès. ✨





# ELEGÂNCIA ORIGINAL

## VACHERON CONSTANTIN PATRIMONY FASES DA LUA E DATA RETRÓGRADA

Por Marina Oliveira

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



Disponível numa caixa de 42,5 mm em ouro rosa ou branco, o novo Patrimony da Vacheron Constantin destaca-se, como o próprio nome indica, por apresentar uma exibição retrógrada da data na parte superior do mostrador, completada por uma indicação das fases da Lua na zona inferior. Destaque ainda para os originais índices dos minutos, que assumem a forma de pequenas esferas.

Com todas as funções ajustadas através da coroa, o novo Patrimony Fases da Lua e Data Retrógreda é fácil de usar e é movido pelo sobejamente conhecido calibre de manufatura 2460, com 40 horas de reserva de marcha, e visível através do fundo da caixa. Este movimento é usado como base em diversos relógios da marca. Aqui, inclui o módulo de fases da lua e data retrógrada, estando ainda profusamente decorado, com uma massa oscilante em ouro, e indo ao encontro de todos os requisitos do Selo de Genebra. ✨

# LONGINES N.R.P. SAGRES

## HOMENAGEM EM PORTUGUÊS

NO ANO EM QUE O NAVIO-ESCOLA SAGRES CELEBRA O 80.º ANIVERSÁRIO, A LONGINES HOMENAGEIA O MAIS CONDECORADO NAVIO DA MARINHA PORTUGUESA COM UM RELÓGIO DE EDIÇÃO ESPECIAL E LIMITADA, EXCLUSIVO PARA PORTUGAL.

Por Marina Oliveira



Por ocasião do 80.º aniversário do histórico navio-escola Sagres, a Longines celebra o ex-libris da Marinha Portuguesa com o lançamento da edição especial N.R.P. Sagres, um modelo limitado a 80 peças, concebido em exclusivo para o mercado português. O novo Longines N.R.P. Sagres tem por base o reconhecido modelo da marca Flagship Heritage, equipado com o movimento automático de

manufatura L609, que vê o fundo da caixa de 38,5 mm em aço exibir a gravação de uma imagem do N.R.P. Sagres. Com um mostrador sóbrio de aspecto vintage e um bracelete castanho em pele de crocodilo, este modelo espelha a tradição e herança, quer da Longines, quer do navio agora homenageado. O N.R.P. Sagres foi construído em 1937, na Alemanha. Depois de ostentar a bandeira alemã o navio, agora português, esteve ao serviço dos Estados Unidos e do Brasil até ser adquirido por Portugal, em 1962, para substituir o antigo Sagres. Nestes 55 anos ao serviço da Marinha Portuguesa, este navio percorreu mais de 600.000 milhas e realizou mais de 100.000 horas de navegação, tendo visitado 61 países e atracado em 171 portos estrangeiros. Um verdadeiro embaixador de Portugal no mundo, que é agora homenageado e capturado para a posteridade pela Longines. ✨

# PIAGET ALTIPLANO

## 60 ANOS DE ELOGIO AO EXTRAPLANO

EM 2017, A PIAGET CELEBRA O 60.º ANIVERSÁRIO DO ALTIPLANO, O PRIMEIRO RELÓGIO EXTRAPLANO DO MERCADO AQUANDO DO SEU LANÇAMENTO, EM 1957. COMO HOMENAGEM A ESTE MODELO EMBLEMÁTICO, A MARCA REVELA UMA NOVA COLECÇÃO COMEMORATIVA.

Por Marina Oliveira

Dentro da nova colecção, o destaque vai para duas peças: Altiplano Automático 43 mm e Altiplano Mecânico de corda manual 38 mm. Os dois novos modelos inserem-se numa colecção de edição limitada e inspiram-se nos códigos estéticos dos primeiros relógios extrafinos: logótipo histórico, índices em ouro e assinatura em cruz. Ambos apresentam um mostrador no azul histórico da Piaget, enquanto a cruz azul dialoga com os índices em ouro branco e os finos ponteiros bâton emblemáticos da linha.

Com uma caixa de 43 mm em ouro branco, o modelo automático apresenta, à semelhança do primeiro



modelo, a menção “Piaget Automatique”. Em homenagem a este relógio ultrafino de tamanho grande, a manufactura dotou este modelo do calibre 1200P, que representa a quarta geração dos seus movimentos ultrafinos de corda automática. Este revela uma massa oscilante em ouro, gravada com o brasão Piaget.

No coração do novo Piaget Altiplano 38 mm de diâmetro bate o calibre 430P. Representando a segunda geração de movimentos de corda manual, este calibre tornou-se um digno herdeiro do 9P, de 1957.

Mas as comemorações não se ficam por aqui e outros modelos celebram o aniversário. Para pulsos femininos, a Piaget aposta no Altiplano de 34 mm em ouro branco e mostrador rosa. Para eles, o tamanho da caixa cresce para os 40 mm e o mostrador apresenta-se em três tonalidades distintas – azul, verde ou bronze –, com caixas em ouro rosa, branco ou amarelo, respectivamente. ✨

ROSA & TEIXEIRA

# ELEGÂNCIA EM AÇO

Esta estação, os pulsos vestem-se de aço aquecido por mostradores quentes e aliam-se a outras peças e acessórios para criar um look casual ou mais desportivo, mas sempre elegante.



IWC  
Ingenieur Cronógrafo



AUDEMARS PIGUET  
Royal Oak Cronógrafo



LOUIS VUITTON



S. T. DUPONT  
Isqueiro em paládio



MATSUDA  
na André Ópticas



BAUME & MERCIER  
Classima



GLASHÜTTE ORIGINAL  
Senator Cronógrafo



GIUSEPPE ZANOTTI  
na Fashion Clinic



MONTBLANC  
Essential Sartorial



ERMENEGILDO ZEGNA COUTURE



MATSUDA  
na André Ópticas



OMEGA  
Seamaster Aqua Terra



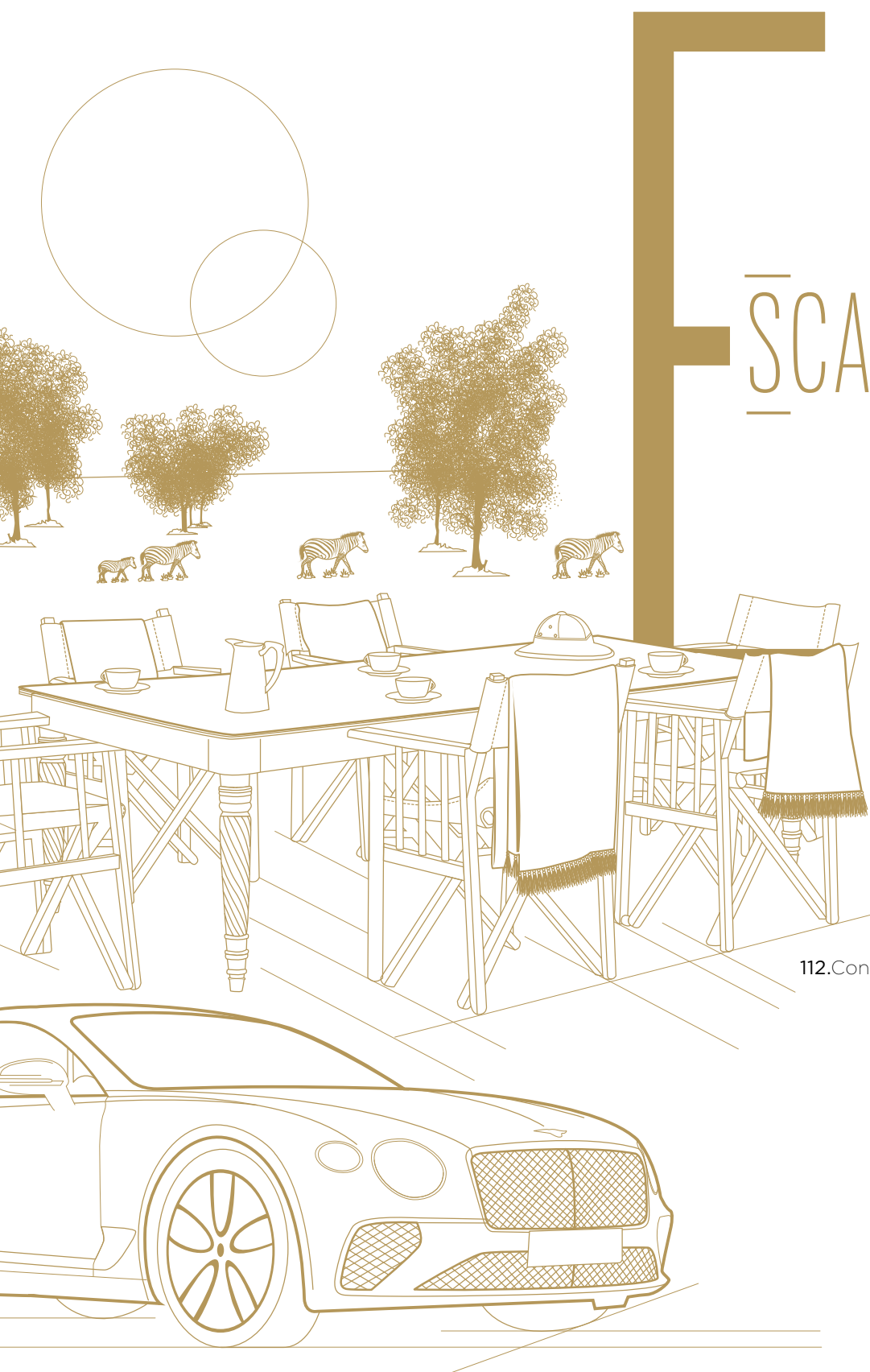
GUCCI



MONTEGRAPPA  
Caneta Tirebouchon



LOUIS VUITTON



# ESCAPE

## Motores

- 80. Ode ao Passado
- 86. Bentley Flying Spur

## Evasão

- 90. Singita Grumeti Reserve
- 96. Viagens à medida

## Tendências

- 99. Um relógio com...

## Evasão

- 100. Sud Lisboa

## Escape

- 104. Golfe no Oeste
- 108. Coffee Table Books

## Tendências

- 110. Aromas | Rosa & Teixeira
- 112. Concierge de Luxo | Quintessentially
- 115. Aromas | Creed Viking

## Entrevista

- 116. Arquitecto Carrilho da Graça

## Real Estate

- 120. The Cordon

## Gourmet

- 122. Carvalhas Memories

# ODE AO PASSADO

AO LONGO DE 110 ANOS, A EVOLUÇÃO DO AUTOMÓVEL TEM SIDO PERMANENTE E CADA VEZ MAIS ACELERADA. NO ENTANTO, SE A NÍVEL TECNOLÓGICO, AQUELES QUE ERAM OS SONHOS DE OUTRORA HOJE SÃO UMA REALIDADE, NO PLANO DO DESENHO, MUITOS DOS ÍCONES DA ACTUALIDADE SÃO ODES AO PASSADO.

Por Andreia Amaral

F ruto de desejo, objecto de paixão e matéria de devoção, o automóvel deixou, há muito tempo, de ser apenas um facilitador da mobilidade para se tornar uma extrapolação da personalidade, do gosto e do estilo de vida. Longe da primeira patente, a charrete a motor de Karl Benz, datada de 1886, e até mesmo do primeiro modelo de produção em massa, o Ford Model T, o carro é hoje uma inequívoca afirmação do ser. Passou a sê-lo quando, asseguradas as características de funcionalidade, o foco passou a estar na diferenciação, quer através de um design marcante, quer por via das excepcionais performances, exacerbadas nas emblemáticas pistas. É assim desde a época vintage, altura em que o

motor posicionado na dianteira se generalizou e as linhas dos veículos deixaram de ser rectas e começaram a ganhar movimento, acompanhando as rodas e recriando o tejadilho e o capô. Exponente da mudança de época, o Austin 7 assumiu-se como um ícone de estilo, com um design que muitas insignias tentaram, até ao início dos anos 30, replicar. É também na década de 1920 que a propulsão conhece novos patamares. Verdadeiro desportivo, o Bentley Blower elevou a fasquia ao introduzir o turbocompressor, brilhando nas pistas graças aos seus impressionantes 240 cavalos, que o impulsionaram ao estabelecimento de um recorde de velocidade de 220 km/h. Com as performances a assumirem-se, cada vez mais, como uma preocupação, em 1934 é lançado







BMW  
Vision Next 100



FERRARI  
812 Superfast



BENTLEY  
Continental GT



PORSCHE  
911 GT3



LAMBORGHINI  
Aventador S Roadster

o Tatra 77, o primeiro carro de produção em série com design aerodinâmico. Reinterpretação dos novos standards, em 1936, o Bugatti Type 57SC Atlantic Coup conhece a luz do dia. Dotado de um corpo musculado e cuidadosamente aprimorado, torna-se rapidamente um ícone de estilo pela sua imagem requintada e luxuosa, acompanhando a tendência de desenho de cauda fina.

O período da guerra trouxe consigo um abrandamento na indústria automóvel e uma mutação socio-econômica que se fez refletir num design automóvel totalmente disruptivo. É nesta era que se populariza o estilo "pontoon", ou envelope, cujos elementos, pontificados no Mercedes-Benz 180, podem ser encontrados

em modelos até à década de 1960. Os anos 50 trazem, no entanto, uma maior complexidade no design, com paralelo numa maior diversidade de motorizações, associadas ao desenvolvimento da aviação. As carroçarias alongam-se, os motores V8 popularizam-se e as estradas enchem-se de exemplos do melhor estilo americano. São os anos de ouro, e o automóvel é um reflexo do estatuto. Modelos como o Cadillac Eldorado Brougham ou o Chevrolet Bel Air permanecem na história como epitomes desses tempos. Perante a generalização do automóvel e a proliferação de marcas e modelos, criar um design épico transformou-se numa missão de todos os departamentos de desenvolvimento.

A era moderna tem-nos apresentado automóveis para todos os gostos e bolsos, numa lógica de que quanto mais inacessíveis são, mais icônicos se tornam. Com os designers a encontrarem inspiração em qualquer coisa, desde o espaço até à aerodinâmica, da moda à funcionalidade, nota-se um contínuo regresso aos símbolos do passado. Depois de o Jaguar E-Type devolver o protagonismo aos coupés, de a Porsche apresentar aquele que ainda hoje é a concretização do carro desportivo, o 911, e de o Lamborghini Miura impor um novo paradigma nos carros superdesportivos, os anos 80 e 90 reinterpretaram as linhas rectas. Colocando o foco nas performances, modelos como o Ferrari F40,



JAGUAR  
E-Type de 1961



LAMBORGHINI  
Miura

o Nissan Skyline GTR ou o BMW M1 tornaram-se objectos de culto e ganharam uma legião de fãs. A actualidade coloca de novo as atenções na aerodinâmica, com as linhas fluidas e arredondadas a serem protagonistas, enquanto, a nível mecânico, se regressa aos motores eléctricos e o antigo sonho do carro que se conduz sozinho parece próximo de se concretizar. Exponente desta tendência, o conceito comemorativo do centenário da BMW "Vision Next 100" - autónomo, eléctrico e com uma carroçaria adaptativa de "Geometria Viva" - ilumina o que será o futuro do automóvel. ✨

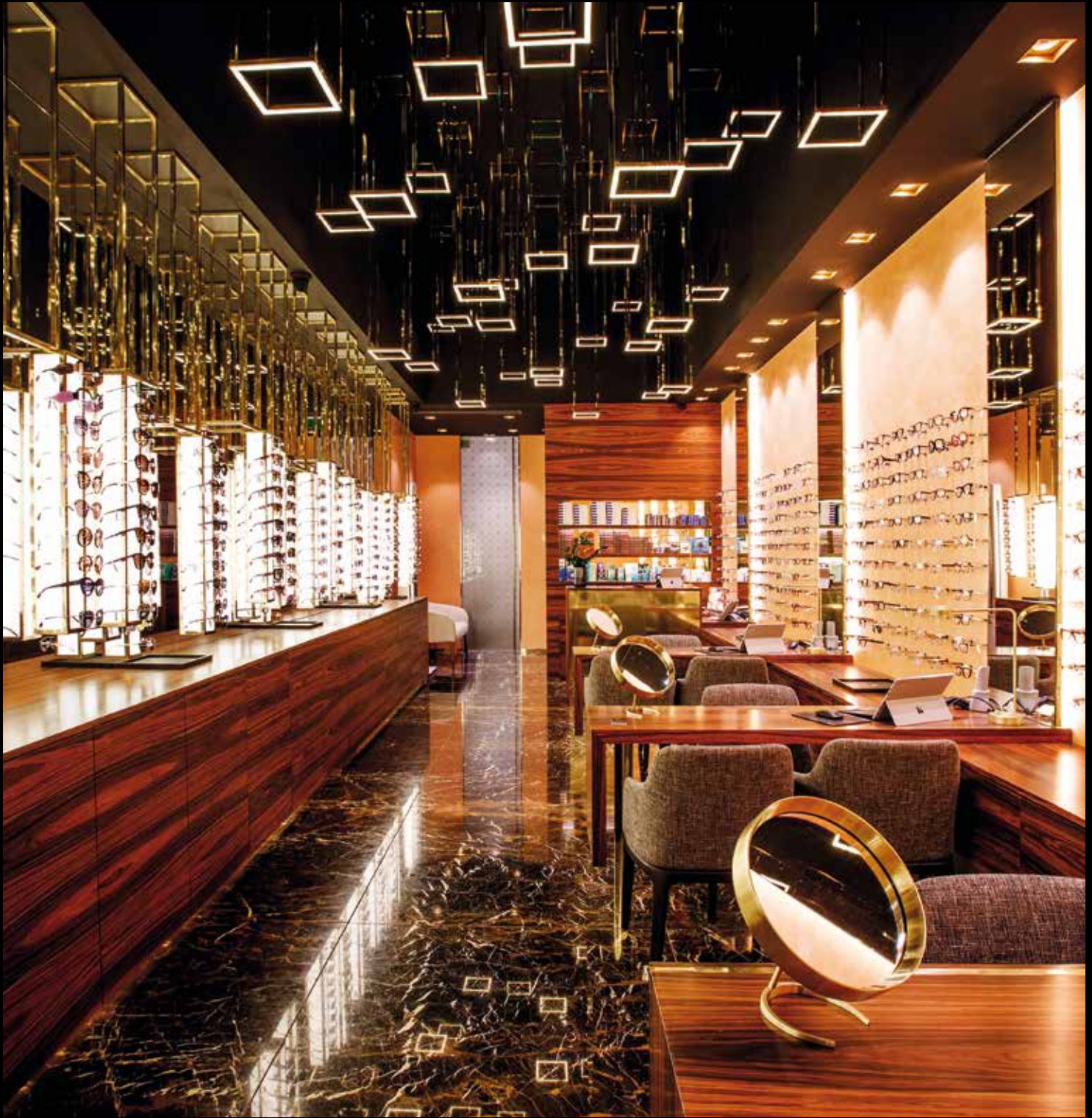
“O DESIGN AUTOMÓVEL É CÍCLICO E, NÃO OBSTANTE A INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, É COMUM ENCONTRARMOS REFERÊNCIAS AO PASSADO”



BUGATTI  
Type 57SC Atlantic

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





## EYEWEAR CURATORS

BALENCIAGA · BOTTEGA VENETA · BOUCHERON · BVLGARI · CARTIER · CAZAL · CÉLINE · CHANEL  
CHROME HEARTS · DIOR · DITA · FENDI · GIORGIO ARMANI · JACQUES MARIE MAGE · LINDA FARROW  
LINDBERG · LUNOR · MIU MIU · MONT BLANC · MOSCOTT · MYKITA · OLIVER PEOPLES · PRADA  
POMELLATO · SAINT LAURENT · STELLA MCCARTNEY · THOM BROWNE · TOM FORD · VALENTINO

AVENIDA DA LIBERDADE · RUA GARRETT · OEIRAS PARQUE · CASCAISHOPPING  
FACEBOOK: @ANDRE.OPTICAS · INSTAGRAM: @ANDREOPTICAS · ANDREOPTICAS.COM



ANDRÉ OPTICAS

# BENTLEY FLYING SPUR

QUANDO ABORDAMOS O MUNDO  
AUTOMÓVEL, EXISTEM SEMPRE  
CARROS E MARCAS QUE VIVEM NO  
NOSSO IMAGINÁRIO E SOBRE OS QUAIS  
CONSTRUÍMOS UMA HISTÓRIA QUE,  
NÃO RARAS VEZES, CONDIZ COM OS  
PERGAMINHOS DA MARCA.

Por Jorge Farromba





**O** Bentley é um desses nomes do mundo automóvel. Associamos imediatamente exclusividade, rigor, elegância, atmosfera britânica. E são esses itens, mas também o modo racional e factual como cada ensaio deve ser realizado, que nos propomos descobrir.

Por uma coincidência, o Bentley foi-me entregue à entrada da faculdade, pelo que tive de circular pelo amplo parque de estacionamento. E, a mística que o Bentley incorpora – a cor também ajudou – permitiu que fossem poucos os olhares que não o seguiram, o que demonstra a validade da identidade e do posicionamento que a marca transporta.

Tornam-se compreensíveis os motivos do crescimento da marca no mercado interno, mas sobretudo externo, principalmente na China, com o lançamento de um SUV – o primeiro da marca – ou do Flying Spur, que não são uma simples extensão do modelo Continental.

Com o Flying Spur V8 S a marca espera encontrar novos mercados para clientes que nunca tinham considerado a Bentley como uma possibilidade, mas antes a Mercedes, BMW e Audi.

Para tal, a marca responde com os mesmos atributos que coloca em toda a sua gama. O interior respira qualidade, uma atenção pormenorizada aos detalhes, a inclusão de pele em quase todos os materiais, onde até o pilar A não foi esquecido. Adicione-se o revestimento em madeira no tablier e nas laterais, num estilo sóbrio com um grande rigor de montagem e acabamento.

Muito embora não seja o local por eleição do proprietário Bentley, os bancos dianteiros acolhem-nos de modo amplo e confortável, com acesso aos tradicionais movimentos eléctricos dos bancos, da coluna de direcção e do sistema de massagem, aquecimento e arrefecimento dos bancos. A posição de condução é muito bem conseguida e facilmente nos acomodamos no banco e esquecemos o tamanho do Bentley – 5,3 metros – e o ruído do exterior, graças à qualidade da insonorização. A usabilidade do modelo ou, dito de outro modo, a forma como ergonomicamente encontramos todos os botões, é de bom nível.

Mas é provavelmente no banco de trás que o cliente preferencial quer ver incluídas as maiores virtudes do Flying Spur. O espaço é abundante, tanto para as pernas como braços, os bancos possuem ecrãs de 10 polegadas embutidos nos encostos, o tradicional refrigerador com a garrafa



de champanhe, os copos em cristal e as cortinas elétricas. Tal como a concorrência, os bancos traseiros oferecem várias posições, podendo também reclinar em parte da sua extensão.

Um ponto que o leitor pode questionar é o quão diferente a marca faz relativamente à concorrência. A Bentley surge aqui com um motor de 4 litros, duplo turbo, mais de 500 CV e tracção integral permanente. Mas é ao nível da mestria artesanal que a marca se diferencia, onde cada automóvel é único. Não é um acaso que a Bentley aposte em formação de jovens artesãos durante três anos para manter viva a exclusividade de cada peça, seja ao nível do trabalho em pele ou madeira, e tenha no passado recebido o galardão Princess Royal Training Award.

O nível de personalização é extenso, e opções como entradas HDMI, USB, cartões de memória e acesso à internet são já um padrão na indústria. O que se revela também muito útil e interessante é o ajuste manual da suspensão, tanto em altura como em dureza, o que, mesmo na opção mais "seca" nos transporta confortavelmente enquanto se desfruta de um bom livro ou jornal no banco de trás ou se vê um filme em absoluto conforto. Mas é ao volante que também importa sentir o Bentley. E num modelo que mede mais de 5 metros e pesa quase duas toneladas e meia, torna-se simples o modo como este conduz, tanto em cidade como em auto-estrada, fazendo

esquecer o comprimento, a largura e o peso. Em cidade, e fruto de ruas mais estreitas ou automóveis em segunda fila, o uso do sistema dos sensores é importante e ajuda imenso a ultrapassar alguns entraves. O ruído emanado do motor cativa, ou não fosse ele um V8.

A intensidade com que se sente a entrada do motor casa muito bem com a suspensão e um comportamento mais desportivo ao volante, onde facilmente se atingem velocidades proibitivas. O Flying Spur consegue ser rápido, mas ao mesmo tempo suave e delicado; consegue entradas em curva a velocidades muito elevadas, e onde a subviragem e sobreviragem não se sentem.

Falar em consumos num automóvel deste preço e com esta potência não faz sentido, mas podemos referir que tudo depende do nosso pé direito. Este modelo tanto nos permite vestir o melhor fato e desfrutar da sua companhia, ou vestir o nosso fato de piloto e usufruir dele. Diria que em ambas as situações nunca desilude.

Em resumo, o Bentley mantém imaculada a sua exclusividade, o modo artesanal como é construído, a autenticidade, a pureza das linhas intemporais, o cuidado dos detalhes, a personalização, num automóvel que adora ser desfrutado tanto no banco da frente como atrás. Não pretende ser o melhor em tudo, mas ser único e diferenciador em vários aspectos. Não pretende ser um desportivo puro, mas não se intimida se for chamado para tal. Não pretende ser somente um salão de cavalheiros, mas posiciona-se num mercado onde o cliente pretende diferenciação. E o Flying Spur V8S proporciona tudo isso e muito mais. São poucas as marcas que produzem automóveis com este nível de modernidade, lado a lado com processos de fabrico artesanais. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)







# Porto Santa Maria

[portosantamaria.com](http://portosantamaria.com)

Envolto num cenário único de vales e dunas selvagens, existe um lugar onde a beleza do mar encontra os sabores mais frescos da costa do Guincho.

Venha descobrir-nos e desfrutar de experiências gastronómicas que perduram na memória.







# BELEZA infinita

O NORTE DA TANZÂNIA GUARDA LOCAIS ONDE A NATUREZA É GLORIOSA. ESTE É “O BERÇO DA HUMANIDADE” E É AQUI, NAS PLANÍCIES INTERMINÁVEIS DO SERENGETI, QUE ENCONTRAMOS O SINGITA GRUMETI, UMA RESERVA PRIVADA CUJOS LODGES ESTÃO CLASSIFICADOS ENTRE OS MELHORES DO MUNDO.

Por Catarina Palma

---

**O**voo no pequeno Cessna Caravan que nos leva ao nosso destino é o melhor cartão-de-visita da Tanzânia, um dos países mais bonitos da África Oriental, com um total de 15 parques nacionais. Com o privilégio acrescido de estar sentada ao lado do piloto, a viagem tem tanto de cinematográfico como de inesquecível.

Sobrevoamos o Lake Manyara, numa depressão do Rift Valley. Seguem-se as florestas e a imensa cratera de Ngorongoro, até que, subitamente, a paisagem torna-se plana. A nossos pés está a “planície sem fim” ou “siringit”, como foi baptizada pelo povo masai a grandiosa savana que se prolonga até à famosa reserva Masai-Mara, já no Quênia.

O Parque Nacional do Serengeti é um dos mais antigos ecossistemas do mundo. Património da Humanidade e Reserva da Biosfera, neste local assiste-se, todos os anos, à migração de mais de um milhão de gnus e zebras, um dos mais fascinantes espectáculos do mundo natural.

Quanto a nós, dirigimo-nos à Singita Grumeti, uma reserva privada a noroeste do Serengeti, com a mesma dimensão do Masai-Mara, mas que, ao contrário desta reserva nacional superlotada por hotéis, engarrafamentos de jipes e milhares de turistas à procura

dos Big Five, só recebe um máximo de 90 hóspedes de cada vez!

Na verdade, a Singita Game Reserves é uma das mais exclusivas cadeias de lodges e acampamentos de luxo do mundo. Singita ou “lugar de milagres” foi fundada em 1993 com um único lodge, na África do Sul, e em pouco tempo ganhou fama pelos serviços de excepção, beleza das propriedades e preços que deixam de fora o comum dos mortais.

O Cessna inclina ligeiramente para a esquerda, avisto uma manada de elefantes a beber junto a um rio e, logo depois, uma pista de terra batida: “Sasakwa airstrip”, anuncia o piloto. Propriedade do multimilionário norte-americano Paul Tudor Jones II, esta reserva privada de 140 mil hec-

tares iniciou uma nova vida depois de ter estado durante anos a saque de caçadores furtivos. Hoje, sob a gestão profissional da Singita, tem novas regras, promovendo junto da população local a urgência da agricultura sustentável e da preservação das espécies.

É certo que aqui os animais são mais assustadiços e difíceis de observar do que em outros parques, mas, como contrapartida, temos quase em exclusividade uma reserva de dimensões gigantescas e a possibilidade de sair em safari off-road, algo que, nos parques nacionais, é estritamente proibido. Outra das vantagens do Singita Grumeti é que possui quatro lodges distintos e a possibilidade de combinar numa única estadia expe-

riências de safaris completamente diferentes.

O Faru Faru Lodge, por exemplo, fica situado numa pequena elevação na curva do Rio Grumeti e simula um acampamento de botânicos, de design contemporâneo, com nove suites, dotadas de uma imensa parede de vidro que funciona como ecrã directo para a vida selvagem. Nem precisa sair do quarto para ver as gazelas ou até leões que vêm beber ao charco, mesmo em frente. Idealizado para quem sonha com o tempo dos grandes exploradores, o Sabora Tented Camp é uma reminiscência do passado, embelezado com doses de romance dignas de Karen Blixen. Todos os objectos de decoração, sofás, tapetes e móveis de





“AS PLANÍCIES DO SERENGETI SÃO SUBLIMES E SÓ COMPARÁVEIS À EXPERIÊNCIA DE SAFARI PROPORCIONADA PELOS LODGES SINGITA”



campanha são originais, não faltando baús de mogno, lanternas e ventoinhas a povoar as tendas. Aqui, os jantares fazem-se ao ar livre, sob uma grande acácia ou à fogueira, e na companhia de um gin tónico.

Já Sasakwa, no alto de uma colina, é a grande dama do Singita Grumeti. Uma imponente casa de estilo colonial, uma verdadeira mansão no coração de África, a cujo luxo é fácil habituarmo-nos. Oferece 10 villas com grandes alpendres, lareiras, lustres, sofás em pele, biblioteca, sala de jogos, piscinas, spa, campos de ténis e todos os confortos inimagináveis no fim do mundo.

Para quem viaja em família ou com amigos, existe a Serengeti House, uma casa que funciona como uma residência privada dentro da reserva. E, por último, o Singita Explore, um acampamento móvel (com chef e guias privados) que pode ser montado em locais únicos, garantindo uma experiência ainda mais personalizada e exclusiva, particularmente atraente para os mais aventureiros. 🌟

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# CUCA ROSETA LUZ



NOVO DISCO a 10 DE NOVEMBRO

Inclui o single "Balelas"

Composições de: **Pedro Silva Martins** \* **Carolina Deslandes**  
**Jorge Fernando** \* **Hélder Moutinho** \* **Tiago Machado** entre outros...

[www.cucaroseta.com](http://www.cucaroseta.com)

[www.facebook.com/cucaroseta](https://www.facebook.com/cucaroseta)

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

<https://twitter.com/cucaroseta>

[www.lovecuca.com](http://www.lovecuca.com)



# EM ROUTE PARA A VIAGEM DA SUA VIDA

VIAJAR ACABOU DE FICAR MUITO MAIS LUXUOSO. DEPOIS DE UM PASSEIO DE AVIÃO À VOLTA DO MUNDO, A CADEIA FOUR SEASONS PROPÕE-NOS AGORA EMBARCAR EM PEQUENOS JACTOS PRIVADOS E VIVER UM CONJUNTO DE EXPERIÊNCIAS MEMORÁVEIS.

Por Bruno Lobo

Já se imaginou a fazer uma road trip ao volante de um desportivo clássico dos anos 60 entre a Toscana e a Riviera Francesa? A ter uma aula de esqui fora de pista com um esquiador olímpico numa das estâncias mais exclusivas? Seguido de um faustoso piquenique nas montanhas? Assistir a um espectáculo genuinamente havaiano numa vila privada, mesmo em frente ao mar?

Estas são apenas algumas das muitas experiências inigualáveis que a cadeia de hotéis Four Seasons preparou para si, em parceria com a NetJets, a maior companhia de aviação privada do mundo. Tudo para que possa viajar em total liberdade, sem estar sujeito aos constrangimen-

tos dos voos comerciais. É caso para dizer que se trata de uma parceria feita no céu!

A viagem começa, portanto, a bordo do jacto privado, com serviço Four Seasons incluído. Mas o destino tanto pode ser Vail, no Colorado; Jackson Hole, no Wyoming; Lanai, no Havai, ou França e Itália. E quem gosta de fazer férias na neve vai certamente adorar saber que este pacote começa precisamente com uma prova de 'fitting', para criar uns esquis feitos à medida e totalmente customizados. Rodeados pela atmosfera de Velho Oeste de Jackson Hole, os participantes terão então a oportunidade de estrear os esquis, e logo fora de pista, tendo por guia um esquiador que faz parte da equipa olímpica norte-americana. Ou fazer um safari em moto de neve pelo parque de Yellowstone. Já em Vail – onde obviamente se chega de NetJets – poderá disfrutar de uma vista de 360 graus sobre as montanhas do Colorado, a partir da sua residência privada. As mesmas montanhas onde no dia seguinte poderá ir esquiar transportado de helicóptero, uma experiência bem radical.

Pelo contrário, se for pessoa de calor, então provavelmente a viagem até ao Havai será mais do seu agrado. Lanai é a mais pequena ilha habitada do arquipélago, e o resort da Four Seasons aqui situado faz parte da propriedade privada do bilionário Larry Ellison, que não deixou em mãos alheias a construção do hotel, ao ponto de ter mandado refazer o lobby quatro vezes até conseguir o enquadramento perfeito do oceano. Aqui pode explorar a ilha em off road ou embarcar num catamarã acompanhado de um especialista em mitologia polinésia. Pelo meio terá ainda oportunidade de assistir a uma aula de sushi com o próprio chef executivo do restaurante Nobu, que integra o resort.

Já se optar pelo itinerário na Europa, ficará alojado em primeiro lugar no Hotel George V, em Paris, onde será recebido por um concierge





“ESCOLHA A AVENTURA ONDE QUER EMBARCAR, PORQUE AS EXPERIÊNCIAS SERÃO INESQUECÍVEIS”





“ABSOLUTAMENTE TUDO É PERSONALIZÁVEL PARA IR AO ENCONTRO DOS SEUS GOSTOS PESSOAIS”

particular e instalado numa suite com vista para a Torre Eiffel. Depois é tempo de descer até às adegas do hotel, apreciar outro tipo de vistas. A adega alberga preciosidades muito raras, e poderá mesmo provar algumas, numa prova comentada pelo sommelier. Isto antes ainda de um jantar privado com o chef três estrelas Michelin Christian Le Squer. No dia seguinte pode visitar o atelier de um dos principais criadores franceses, sendo que a pista seguinte do seu avião privado poderá ser em Milão, ou Cap Ferrat ou Florença. Pouco importa, porque em qualquer um destes destinos poderá dar início a uma road trip inigualável, entre os respectivos hotéis Four Seasons, ao volante de um Giulietta Spider de 1961, de um Mercedes-Benz 190 SL Cabrio ou de um Porsche 356 Speedster.

As paragens podem incluir locais tão românticos como Portofino, a possibilidade de fazer um pequeno trekking em Finalborgo, uma pequena aldeia medieval italiana, ou uma refeição gourmet de queijos e enchidos em Parma. Tratam-se de meras sugestões, porque tudo nestas viagens é personalizável, e a cadeia terá todo o prazer em encontrar outras experiências igualmente exclusivas, mas definidas para os seus gostos particulares. Pode até optar por voltar a fazer um piquenique, mas desta vez com vista para o azul profundo do Mediterrâneo ou para os campos da Toscana.

Os hotéis asseguram que nunca estará desamparado em todo o percurso. Um veículo de apoio estará sempre por perto, pronto a intervir, embora não tão perto que vá dar pela sua presença. Isto também significa que em cada paragem terá um serviço de valet parking, e que nem sequer precisa de se preocupar com malas: basta aparecer na recepção, pronto a iniciar viagem, que quando chegar ao Four Seasons de destino tudo estará já à sua espera. Está perfeitamente livre para se concentrar apenas no que realmente interessa, desfrutar da paisagem e do desportivo. Afinal, não foi para isso que veio? 🌞

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





ROSA & TEIXEIRA



PIAGET  
Polo S Cronógrafo

A SIMBIOSE PERFEITA

A discrição do aço alia-se aos tons quentes da pele para proporcionar momentos onde a descontração e a elegância marcam o passar das horas. Uma simbiose perfeita entre tons e materiais, para os dias em que o frio é um denominador comum.



SALVATORE FERRAGAMO  
Oxford Shoe



MONTBLANC  
NightFlight



MONTEGRAPPA  
Edição Limitada Thoth

# O TEJO como horizonte

INAUGUROU NO VERÃO DE 2017 E RAPIDAMENTE SE TRANSFORMOU NO HOT SPOT DA CAPITAL. MUITO MAIS DO QUE UM RESTAURANTE, O SUD LISBOA PROMETE TORNAR-SE REFERÊNCIA INTERNACIONAL, OFERECENDO EXPERIÊNCIAS GASTRONÓMICAS E DE LAZER TOTALMENTE DIFERENCIADORAS.

Por Marina Oliveira



“Queremos conquistar o coração do mundo a partir de Lisboa”. Quem o diz é Salomé Gorgiladze, administradora-delegada do grupo Sana e responsável pelo projecto SUD Lisboa. Para tal, o grupo com cartas dadas na área da hotelaria resolveu sair da sua zona de conforto e abraçar um projecto que se diferenciava de tudo o que existe, não só a nível local, como mundial. “A certa altura, percebemos que podíamos estender a experiência que temos e oferecer ao mundo os padrões de exigência e qualidade

Sana, mas fora da hotelaria”, refere a responsável pelo projecto. Até ver a luz de Lisboa, o SUD exigiu um intenso trabalho de pesquisa. “Visitámos muitos espaços deste género por todo o mundo, o conceito mais parecido é talvez o Tatel em Madrid ou o Bagatelle Beach, em St Tropez.



Mas quisemos ir ainda mais além neste conceito de restauração e lazer, e tentámos reunir em Lisboa o melhor do que havia em cada espaço que vimos a nível internacional”, relembra Salomé, acrescentando que todo o conceito foi adaptado ao mercado português e à localização, diga-se, privilegiada do espaço. Um verdadeiro “projecto à medida”, que nasceu com o Tejo a seus pés e que se declina, na realidade, em dois espaços distintos unidos sob o mesmo conceito e vontade de distinção. De um lado, o SUD Lisboa Hall, dedicado a receber todo o tipo de eventos; do outro, o SUD Lisboa Terrazza, espaço de refeições e lazer.

## SUD LISBOA TERRAZZA

“Revolucionámos, de certo modo, a forma de jantar em Lisboa”, afirma Salomé Gorgiladze, continuando, “aqui é possível jantar com animação, com



alguém a cantar por entre as mesas, mas sem incomodar”. Mas não é só de jantares que vive o Terrazza. O objectivo primordial é “oferecer grandes experiências e momentos inesquecíveis”.

Para tal, o novo hot spot da capital oferece uma viagem gastronómica – conduzida por Marco Legittimo, o Chef Executivo – pelos sabores mediterrânicos com enfoque na cozinha italiana, baseada num conceito de food sharing e com áreas próprias para cada momento do dia. Há uma zona exclusiva para almoços e jantares, para pequenos-almoços, para o chá da tarde, uma cafetaria com serviço take away, dois bares e uma piscina infinita com uma vista deslumbrante sobre o Tejo e a ponte que o atravessa.

“Este é um espaço para ser vivido quase 24 horas por dia, 12 meses por ano”, refere a administradora-delegada do grupo Sana. Para tal, há uma forte aposta no entretenimento com DJ residente, saxofonista e música ao vivo, momentos que se adaptam a cada hora do dia ou refeição, permitindo criar, constantemente, um ambiente

único. Tudo isto harmonizado por uma grande selecção de vinhos e não só. “Temos uma escolha enorme para qualquer desejo do cliente. Oferecemos grandes experiências ao nível da comida, da garrafeira exclusiva e também dos nossos cocktails”, conclui Salomé Gorgiladze.

Mas desengane-se se pensa que estas experiências e momentos especiais não estão ao alcance do comum dos mortais. A responsável pelo projecto frisa que o SUD Lisboa “é mesmo para toda a gente”. E continua afirmando que “o objectivo é oferecer produtos de luxo, com uma óptima relação qualidade-preço, para todos os segmentos: jovens, famílias, casais, estrangeiros...”. E a verdade é que, além de todos os serviços acima descritos, o Terrazza oferece ainda um parque infantil e um pequeno bar exterior para os que estão apenas de passagem.

## SUD LISBOA HALL

Projectado pelo conceituado arquitecto Antoine Pinto – e ligado ao Terrazza por um corredor em vidro –, o SUD Lisboa Hall é o novo spot para eventos em Lisboa. Numa altura em que a cidade é palco de inúmeros e reconhecidos acontecimentos de dimensão



SALOMÉ GORGILADZE  
Administradora-delegada

internacional, como por exemplo a Web Summit, o Hall assume-se como o espaço ideal para receber os mais diversos eventos, graças aos seus mais de 1600 m<sup>2</sup>, divididos por dois pisos, e capacidade para receber 1500 pessoas.

Mas nem só de grandes acontecimentos internacionais vive o SUD Lisboa Hall. A variedade e flexibilidade das diferentes áreas, todas elas dotadas de equipamentos de alta qualidade, permite receber todo o tipo de eventos – políticos, empresariais ou sociais –, alguns em simultâneo. Um ponto comum a todos eles é a flexibilidade do espaço. “Podemos adaptar o Hall a qualquer desejo do cliente e oferecer-lhe um evento totalmente tailor-made e chave na mão”, refere Salomé Gorgiladze. Para tal, além do espaço que oferece, o SUD Lisboa Hall conta ainda com um serviço personalizado de catering, a cargo de Chef Angel Reys, e de decoração.

Tendo “ultrapassado todas as expectativas”, o SUD Lisboa merece indubitavelmente uma visita, seja nos dias mais quentes, altura em que a piscina infinita e as esplanadas prometem conquistar corações, seja no Inverno, dado que todos os espaços (incluindo o da piscina) estão preparados para se converter em zonas acolhedoras com uma paisagem privilegiada. E se até o rio Tejo já se rendeu aos encantos do SUD, do que está à espera para lhe fazer uma visita? 🌟

“QUEREMOS  
OFERECER  
GRANDES  
EXPERIÊNCIAS  
E MOMENTOS  
INESQUECÍVEIS”

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# UM DELICIOSO PEDAÇO DE PORTUGAL

**BOM SUCESSO**  
Desenhado por Donald Steel, é o mais recente campo da região do Oeste

GRAÇAS A UM INVEJÁVEL CLIMA COM MUITOS DIAS SOALHEIROS, PORTUGAL FOI DESDE SEMPRE UM DOS DESTINOS DE GOLFE MAIS POPULARES DA EUROPA. E EMBORA O ALGARVE DETENHA A MAIOR FATIA DE CAMPOS, PARA O GOLFISTA QUE VIAJA EM BUSCA DE ALGO MAIS CALMO E FORA DO CIRCUITO, A REGIÃO OESTE, A NORTE DE LISBOA, É UMA OPÇÃO INTERESSANTE.

Por Andy Marshall  
Fotografia de Paul Marshall

---



**N**uma colina isolada varrida por brisas frescas, a cidade medieval de Óbidos revela-se uma base excelente para experimentar um quarteto de campos de golfe variados e desafiantes, todos a 30 minutos de carro. A nossa casa durante quatro noites foi o agradável Hotel Real D'Óbidos, e ficámos encantados por descobrir que estava situado num aglomerado de becos de pedra a um pulo de distância das muralhas do castelo.

O hotel encontra-se requintadamente decorado num estilo medieval, com armaduras, tapeçarias, móveis de ferro, madeira escura e enormes cortinas pesadas. Mesmo os quartos mantêm o tema, com antigas trancas de ferro nas portas e uma original chave de ferro medieval, tão grande que só o acto de a carregar todas as manhãs até à recepção e entregá-la ao amistosíssimo staff vestido com roupas de época se torna um verdadeiro exercício. Com a chave entregue em segurança e os tacos de golfe arrumados no carro alugado, é tempo de partir e experimentar os campos.

## GOLDEN EAGLE

Os nossos primeiros 18 buracos são no Golden Eagle, originalmente conhecido como Quinta do Brinçal Golf and Country Club. Desenhado pelo americano Rocky Roquermore, é um campo grande (6623 metros) que serpenteia através de uma deslumbrante paisagem natural de suaves colinas e luxuriante flora portuguesa: pinheiros, sobreiros, eucaliptos, mimosas, hortênsias e acácias, que fornecem molduras coloridas a cada buraco.

O campo utiliza bem as suas influências americanas com forte ênfase no target golfe, apresentando nove lagos decorados com repuxos e fontes e mais de 90 bancos de areia. O Golden Eagle irá testar as suas capacidades na areia ao máximo. Durante a nossa partida, demos por nós em mais areia do que um par de figurantes nas filmagens de Lawrence da Arábia.



A CIDADE MEDIEVAL DE ÓBIDOS



GOLDEN EAGLE

Um golfista aborda o difícil buraco 11 de par 4



#### CAMPO REAL

Um casal desfruta de um vinho branco junto ao buraco 18



#### PRAIA D'EL REY

Este campo dispõe de uma colecção de buracos junto à costa

### CAMPO REAL

O Dolce Campo Real transformou-se rapidamente num dos empreendimentos de golfe e lazer mais excitantes de Portugal, apresentando um layout de 18 buracos concebido por Donald Steel. Entalhado nas dramáticas colinas, vinhas e íngremes vales arborizados da paisagem campestre envolvente, o campo irá desafiar e deliciar mesmo os jogadores mais experientes, com inúmeros drives acima e abaixo das colinas.

O nosso buraco favorito é o 17, com 478 metros – um par 5 terrível, jogado a partir de um tee que oferece uma paisagem soberba e uma hipótese muito real de fazer um birdie ou possivelmente um eagle. Se bater uma tacada fraca aqui, será melhor evitar a tentação de bater uma segunda bola. Agradável, belo e sereno, a qualidade do Campo Real é apenas igualada pelas ótimas acomodações, instalações de Spa, clube de golfe e instalações para os membros.

### PRAIA D'EL REY

A estrela do quarteto de golfe do Oeste deve indubitavelmente ir para o selvagem Praia D'El Rey de Cabell B. Robinson – uma maravilhosa combinação de uma zona arborizada para os primeiros nove buracos, que corta através de uma densa floresta de pinheiros, e de uma zona “aberta” para os últimos nove, que segue a linha costeira com paisagens espectaculares sobre o Atlântico e as Berlengas.

Depois dos fairways apertados, delimitados pelos pinheiros, dos primeiros nove buracos, o campo abre-se e dirige-se para o imenso Atlântico, oferecendo todos os elementos de um link Escocês ou Irlandês, mas com tempo mais ameno. Bunkers grandes e profundos, greens ondulantes e áreas naturalmente emolduradas por areia contrastam vivamente com os fairways luxuriantes. Os buracos mais agradáveis estendem-se do 12 ao 15, situados ao longo da costa, sem esquecer de mencionar o 17, uma subida



## PRAIA D'EL REY MARRIOTT GOLF & BEACH RESORT

gigante par cinco com 570 metros. Todo o campo oferece variedade, desafios e vistas magníficas. E surge bem posicionado na Lista dos Melhores 100 Campos de Golfe da Europa.

## BOM SUCESSO

Este campo é mais um da autoria de Donald Steel, em Portugal, e uma excelente adição à cena golfista em ascensão no Oeste. Aberto desde 2008, o campo é a peça central de um resort de cinco estrelas que apresenta apartamentos, vilas e instalações de lazer desenhadas por grandes arquitectos. O layout está dividido em dois naves, com os primeiros nove buracos nivelados a conduzirem aos últimos nove, mais espectaculares e em terreno inclinado.



## PRAIA D'EL REY MARRIOTT GOLF & BEACH RESORT

Tal como todos os bons campos, o final no Bom Sucesso é particularmente memorável; o buraco 16 de par quatro é jogado numa inclinação, com o green colocado numa encosta, depois é um drive espectacular para o buraco 17 dog leg par cinco, com vista fantástica sobre o Lagoa de Óbidos e as montanhas distantes, e o buraco final é um par quatro a descer, com um riacho que rasga o fairway e água a guardar o green. 🌟

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# OS 5 MELHORES Coffee Table Books

SE É AMANTE DE RELOJOARIA OU JOALHARIA, ESTES SÃO OS LIVROS PARA TER EM DESTAQUE NA MESA DE CENTRO. PARA ALÉM DA TURBILHÃO, CLARO. E QUANDO LHE PERGUNTAREM O QUE QUER DE PRESENTE NO PRÓXIMO NATAL, MOSTRE ESTAS PÁGINAS...

Por Bruno Lobo



## CARTIER IN THE 20TH CENTURY

Abrams Books, 272 páginas, 75 dólares

## CARTIER IN THE 20TH CENTURY

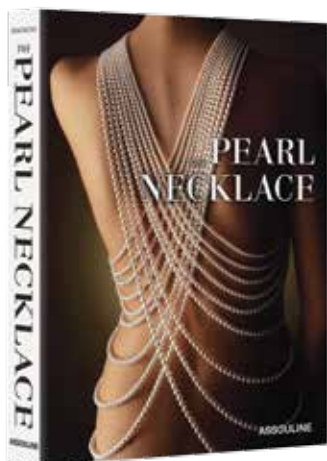
Organizado tematicamente, este livro contou com todo o apoio da divisão “Heritage” da Cartier, razão porque tem prefácio do director, Pierre Rainero. E para compreendermos todo o glamour do “rei dos joalheiros”, o livro conta com dezenas de fotografias de peças icónicas, mas também com um conjunto impressionante de fotos de época, onde podemos ver as estrelas de Hollywood, a realeza europeia ou herdeiras de grandes fortunas a usaram essas peças na “vida real”. As fotos foram retiradas dos arquivos da própria Cartier e da Condé Nast.

## ASSOULINE

The Impossible Collection Of Watches, 144 páginas, 845 dólares  
The Impossible Collection Of Jewelry, 160 páginas, 845 dólares

## THE IMPOSSIBLE COLLECTION OF...

Duas obras quase tão preciosas como as peças que apresentam. Escritos por autores com um extenso currículo na área – Nicholas Foulkes nos Relógios, e Vivienne Becker na Joalheria –, cada um destes livros apresenta as 100 peças mais marcantes do último século. De uma forma impactante. Um must-have dos apaixonados por joalheria e relojoaria.



**THE PEARL NECKLACE**  
ASSOULINE  
300 páginas, 85 dólares

### THE PEARL NECKLACE

O colar de pérolas teve muitas interpretações ao longo dos séculos, mas foi sempre um objecto de fascínio e desejo para rainhas, nobreza, marajás, donos de grandes fortunas ou simples famosos. Tudo isso resultou em tremendas criações, aqui revisitadas em todo o seu esplendor. Um livro histórico, actual e profusamente ilustrado. Fascinante.



**LA CONQUÊTE DU TEMPS**  
Flammarion, 456 páginas, 76 euros

### LA CONQUÊTE DU TEMPS

Do relógio de sol às obras-primas para o pulso realizadas hoje pela indústria suíça, este livro acompanha todos os grandes avanços na conquista do tempo, e a forma como contribuíram para as principais descobertas da humanidade. Abarcar tanto num único livro não foi, certamente, tarefa fácil, pelo que nunca é demais valorizar o feito de Dominique Flechon, sobretudo porque nunca se torna maçador. Uma obra de referência para a biblioteca de qualquer apaixonado pelo tema, com versão em inglês, "The Mastery of Time", para os não francófonos.



**THE WATCH BOOK**  
TeNeues, 256 páginas, 70 euros

### THE WATCH BOOK

Primeiro temos uma pequena conversa sobre o tempo e a forma de o medir ao longo do tempo... Depois entramos num mundo magnífico onde brilham os melhores relógios jamais construídos, as principais marcas e os nomes mais importantes. Tudo bem ilustrado e descrito por um grande especialista na área, Gisbert Brunner. "The Watch Book" é um excelente livro para colecionadores, com uma parte II editada no ano passado. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





Fotografias © Pedro Bettencourt

# SONHO

## PERFUME DA ALMA

Com uma história trilhada na arte de bem-vestir, Rosa & Teixeira lança SONHO, a primeira fragrância à medida da sua história. Nascido da decantação das memórias de José Castro, figura por detrás de Rosa & Teixeira, SONHO leva-nos numa emocionante viagem pela infância, vivida na liberdade dos campos dourados, onde as tardes amenas de Verão eram passadas à sombra de frondosos marmeleiros.

Com o seu aroma frutado, cujo toque levemente adocicado do marmelo é equilibrado pelas notas frescas dos frutos vermelhos, SONHO é o resultado de uma criteriosa seleção de matérias. Fruto de uma busca constante pela perfeição, que é transversal às propostas apresentadas em lojas, cujos elevados padrões de qualidade são assegurados pelos tecidos mais inovadores, pelos materiais mais exclusivos e acabamentos de exímia qualidade.

Fusão entre o passado e o futuro, SONHO, um exclusivo das lojas Rosa & Teixeira, chega até nós num frasco intemporal, com linhas geométricas e depuradas, que remetem para a pureza das memórias de criança e lembram a elegância masculina no seu estado mais puro. Já as cornucópias delineadas no rótulo, consagram os padrões dos tecidos presentes nas gravatas e écharpes masculinas, conduzindo-nos às origens de Rosa & Teixeira pela arte de bem-vestir no masculino. ✨



SONHO  
Eau de Parfum  
50 ml / 100ml



**QUINTESSENTIALLY**  
**ONDE**  
**(QUASE)**  
**NADA É**  
**IMPOSSÍVEL**

DOS DESEJOS MAIS EXCÊNTRICOS ÀS EXPERIÊNCIAS MAIS MEMORÁVEIS, PASSANDO PELAS NECESSIDADES DA SUA EMPRESA, OU, SIMPLEMENTE, PELAS URGÊNCIAS DO QUOTIDIANO. COM A QUINTESSENTIALLY, LÍDER MUNDIAL EM SERVIÇOS PERSONALIZADOS DE LIFESTYLE MANAGEMENT E CRM, NÃO HÁ LIMITE PARA OS SEUS SONHOS.

Por Marina Oliveira





## “VENDEMOS TEMPO E FELICIDADE”

**N**o vocabulário da Quintessentially, “impossível” é uma palavra que não consta. Nascida em Londres, há 17 anos, começou por oferecer um serviço de concierge de luxo, que rapidamente se expandiu a outras áreas onde a excelência é factor primordial. Hoje, a empresa é líder mundial em serviços personalizados de lifestyle management e CRM e conta com 60 escritórios espalhados um pouco por todo o mundo, incluindo Portugal.

“Vendemos tempo e felicidade.” É desta forma que Ana Rebelo,

directora-geral da Quintessentially Portugal, resume os serviços oferecidos pela empresa. E desenvolve dizendo que o objectivo é “dar aos membros a possibilidade de desfrutarem do seu tempo sem preocupações, deixando para a Quintessentially a responsabilidade de organizar, desde as suas necessidades do dia-a-dia até eventos, viagens, etc.”

De facto, a actuação da Quintessentially não se resume a satisfazer os pedidos de experiências excepcionais, mas também os assuntos quotidianos. E se, por um lado, a empresa começou por ser uma espé-

cie de concierge de luxo, hoje é muito mais uma empresa de consultoria que serve membros privados e corporativos.

Em Portugal, onde a empresa está presente desde 2016, o negócio tem vindo a crescer de forma sustentada, e se, há pouco mais de um ano, a Quintessentially Portugal começou com seis colaboradores, hoje, duplicou o número de pessoas dedicadas a atender os desejos dos membros, que, para já, são sobretudo corporativos. “Produzimos barómetros de tendências e consumo, que permitem às empresas e marcas antecipar estratégias e



**ANA REBELO**  
Directora-geral da  
Quintessentially



necessidades de uma forma rápida, permitindo-lhes direccionar planos de marketing adequados e eficientes aos seus clientes”, refere Ana Rebelo. Mas, quer sejam membros corporativos ou privados, o objectivo primordial da Quintessentially Portugal é o de “prestar o melhor dos serviços, sempre”. Para tal, a empresa disponibiliza, igualmente, serviços de “personal assistance” a clientes privados e a empresas. “Estamos diariamente a fechar protocolos com parceiros que disponibilizem serviços de

excelência em todas as áreas: hotéis, restaurantes e clubes, empresas de recursos humanos, serviços de turismo, médicos, motoristas, entre outros”, afirma a directora-geral da filial portuguesa. Para Ana Rebelo, a Quintessentially é “um negócio de pessoas, para ajudar outras pessoas”, tendo sempre em mente a excelência do serviço prestado. Fazer reservas de viagens, experiências únicas, restaurantes e espectáculos, tarefas do dia-a-dia, assistência a pedidos urgentes, educação,

mudanças de casa ou país, gestão doméstica ou acessos VIP a eventos... O leque é extenso e inclui ainda um serviço de “gifts” que permite, através de acordos com grandes marcas mundiais, como a Hermés, Gucci ou Loewe, conseguir os objectos mais exclusivos com lista de espera de meses. Em suma, do pedido mais simples e quotidiano, ao marketing empresarial, passando pelos desejos mais excêntricos e inalcançáveis, com a Quintessentially o limite é só mesmo a sua imaginação. ✨



## CREED VIKING DETERMINAÇÃO e CONQUISTA

Sete anos depois do lançamento de Aventus, a Creed apresenta uma nova fragrância masculina. Viking é o mais recente perfume para ele da Casa britânica. Inspirada na era Viking, mais precisamente nos navios destes intrépidos guerreiros, verdadeiras proezas de design do século XIX, a nova fragrância encapsula o espírito destemido da exploração sem fronteiras para o homem moderno, que vai contra a maré.

Símbolo de determinação e conquista, Creed Viking é um perfume cítrico amadeirado, disponível nos formatos de 50 e 100 ml, indicado para homens que sabem exactamente o que desejam. 🌟

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# CARRILHO DA GRAÇA

## O ARQUITECTO DA MUDANÇA

JOÃO LUÍS CARRILHO DA GRAÇA, ARQUITECTO RESPONSÁVEL PELO PROJECTO DO NOVO TERMINAL DE CRUZEIROS DE LISBOA E PELA INTERVENÇÃO NAS PORTAS DO MAR, ESTÁ A MUDAR A IMAGEM DE UMA ZONA HISTÓRICA DA CIDADE. E A SUA RELAÇÃO COM O RIO QUE LHE DÁ UMA ALMA DIFERENTE. CIENTE DO PASSADO DA CAPITAL, ESTÁ A DEFINIR-LHE O FUTURO.

Por Companhia das Cores

**T**al como a alta relojoaria, as cidades mudam. Porque ambas são estruturas arquitectónicas. Se os relógios são construções em miniaturas, as cidades são visíveis de muito longe. Relojoaria e arquitectura não dispensam a criatividade, a memória, o rigor e a funcionalidade.

Alguns arquitectos vão colocando a sua criatividade ao serviço do tempo das cidades. O que passou e o que está para vir. É o que sucede com João Luís Carrilho da Graça, vencedor de vários prémios a nível nacional e internacional, e que é o arquitecto responsável pelo projecto do novo Terminal de Cruzeiros de Lisboa e pela intervenção nas Portas do Mar, como prefere denominar o conhecido Campo das Cebolas. São duas obras cuja dimensão anunciam uma nova era numa zona histórica da capital portuguesa.

As cidades modernas são uma fusão: entre o seu passado e o seu possível futuro. E por isso estão atentas às suas memórias. Como por exemplo, o rio Tejo. Algo que não deixou de ser fulcral para Carrilho da Graça: "Este projecto tem como ponto de partida o concurso para o Terminal de Cruzeiros que foi lançado pela Câmara Municipal de Lisboa (CML) e pela Administração do Porto de Lisboa (APL) em 2010. A ideia basilar foi criar um diálogo entre o anfiteatro natural que

se desenha nesta zona da cidade e o edifício. O projecto inclui a criação de um grande parque verde urbano, que não só permite ter áreas de estacionamento para autocarros, mas que serve também a cidade e pode ser fruído pelo público em geral. Outro dos pontos previstos no projecto é a integração da doca do Jardim do Tabaco, já existente no local. Havia já um sistema de fundações da doca que teria de ser aproveitado, pelo que a intervenção do edifício foi feita, fundamentalmente, dentro do espaço da doca. Aí, foi construído um tanque de marés, com ligação directa ao rio, que constitui também um sistema de segurança que impede cheias no caso da subida do nível das águas". E acrescenta: "O edifício desfruta quer da relação com a cidade, quer da relação com o rio. Procura não se impor na paisagem, até para não cortar as vistas. É tão pequeno e simples quanto possível e funciona como uma espécie de aeroporto, com a zona de chegadas no piso inferior e a de partidas no piso superior".

As memórias da cidade importam muito na acção de Carrilho da Graça e aqui não foram excepção. É neste contexto que Carrilho da Graça refere: "Há um quadro muito bonito que esteve exposto no Museu Nacional de Arte Antiga que nos dá uma ideia da azáfama desta





“O NOVO  
 TERMINAL  
 DE CRUZEIROS  
 PROCURA NÃO  
 SE IMPOR  
 NA PAISAGEM,  
 DESFRUTANDO  
 ASSIM DA  
 RELAÇÃO QUE  
 ESTABELECE  
 TANTO COM  
 A CIDADE COMO  
 COM O RIO”

zona da cidade noutros tempos. O Campo das Cebolas era uma zona de feiras antes do século XX. A sua localização e o porto que aí se situava ligava-o à navegação, ao rio Tejo. Vinham todos parar àquele porto e depois tinham a zona da feira com pequenas tas-cas. Era uma zona muito viva e muito importante na cidade”. Este outro projecto sob a sua alçada tem a ver com isto, e decorreu em paralelo com o do Terminal de Cruzeiros de Lisboa. Tratou-se da requalificação do Campo das Cebolas, ou Portas do Mar, como o arquitecto prefere chamar-lhe: “Na realidade, foi uma feliz coincidência os dois projectos desenvolverem-se em simultâneo. Tratam-se de projectos independentes, este último desenvolvido com a CML e, depois, com a EMEL. No entanto, o facto de se localizarem muito próximos um do outro, acabou por lhes dar uma leitura contínua. O programa inicial do concurso para as Portas do Mar pedia um parque de estacionamento em altura e uma espécie de espaço museológico. O conceito do nosso projecto foi ‘virar’ a praça para a cidade e protegê-la do trânsito, criando um espaço amplo que pudesse ser desfrutado por toda a gente, mas que permitisse uma vivência completamente diferente da da Praça do Comércio”. A ideia é trazer novas vivências para a cidade à beira do rio, para que seja possível haver uma confluência com ele. A vida intensíssima que pode ser dada a esta zona é algo que move

“O NOVO EDIFÍCIO INCLUI UM GRANDE PARQUE VERDE URBANO QUE PODE SER FRUÍDO PELO PÚBLICO EM GERAL”



Carrilho da Graça, e por isso o projecto das Portas do Mar terá um papel fundamental. No fundo, como arquitecto, diz que a boa arquitectura pode mudar a vida das pessoas: “Acho importante olhar para Lisboa não só enquanto cidade, mas como área metropolitana. Há zonas muito bonitas e com um enorme potencial à volta do estuário do Tejo que se forem bem coordenadas e organizadas, reforçavam a relação de Lisboa com toda a região e valorizam, individualmente, cada um destes locais”.

Carrilho da Graça busca sempre a raiz das coisas. Ou seja a memória dos locais onde intervém. Mas isso não impede de apostar na simplicidade da sua actuação. Fala disso com convicção: “Gosto de chegar a um sítio e imaginar que, depois da minha intervenção, os aspectos mais intensos e mais fortes que já lá existiam, mas podiam não estar tão legíveis, ficam mais evidentes. Isto é o tal processo de revelação do que já existe. E, em qualquer sítio, podemos encontrar maravilhas se as conseguirmos ver e podemos torná-las mais explícitas. Muitas vezes é muito mais forte o que lá está do que o que podemos acrescentar. Apenas temos de colocá-lo em evidência.” 🌟

## CARRILHO DA GRAÇA

Licenciado pela Escola Superior de Belas Artes de Lisboa, o arquitecto e professor universitário, João Luís Carrilho da Graça tem no seu currículo obras de grande projecção e distinções tanto a nível nacional e internacional, como é o caso do edifício da Escola Superior de Comunicação Social em Lisboa, que lhe valeu o Prémio Secil (o mais importante Prémio de Arquitectura em Portugal) ou o Pavilhão do Conhecimento dos Mares em Lisboa, distinguido com o Grande Prémio do Júri FAD. Em 2008, foi galardoado com o Prémio Pessoa.

Para além da sua extensa obra pública, Carrilho da Graça interessa-se, também, por projectos de escalas que vão da pequena intervenção efémera ao território, e com programas diversos, da habitação à cultura.

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





## ARTE & GLAMOUR NO CORAÇÃO DO CHIADO

COM UMA VISTA PRIVILEGIADA SOBRE O RIO TEJO, O EDIFÍCIO *THE CORDON* ALIA A TRADIÇÃO HISTÓRICA DE LISBOA À IRREVERÊNCIA ARTÍSTICA E MODERNA DA ACTUALIDADE. ESTE É UM PROJECTO EXCEPCIONALMENTE ÚNICO, QUE CELEBRA A EMOÇÃO DA ARTE E DA PINTURA, ALIADA À BELEZA DO MOVIMENTO E DA CRIATIVIDADE URBANAS.

**O** *The Cordon* possui uma vista exclusiva sobre o Tejo e é um produto criteriosamente reabilitado e que se integra perfeitamente no quotidiano artístico e cultural do Chiado, na prestigiada zona histórica da Baixa Pombalina, num quarteirão que articula a zona alta e baixa da cidade. Altamente eclético e criativo, o Chiado alia a irreverência com espírito artístico e jovem de uma capital europeia, à tradição histórica de um bairro que viu nascer uma revolução, ao elitismo da oferta de teatros, bailado e ópera, a par com alguns dos melhores restaurantes de Lisboa.

Com uma herança do século XVIII, este edifício pombalino preserva a fachada e principais elementos de arquitectura tradicionais. A escolha criteriosa dos materiais é outra das características diferenciadoras: as cantarias, a cobertura em telha e um piso com pinturas e azulejaria de época, figurados no clássico pé direito alto. Composto por 12 apartamentos com áreas entre os 60 m<sup>2</sup> e os 225 m<sup>2</sup>, de Studio a T4 Duplex, com estacionamento e com uma magnífica vista sobre o rio, a ponte 25 de Abril e o Cristo-Rei, o *The Cordon* combina a elegância clássica do passado com o conforto contemporâneo, em sete pisos com o Tejo em pano de fundo. Receba a cidade no seu terraço e desfrute de uma tranquilidade ímpar no mais vibrante centro histórico da capital.

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)







“COM UMA HERANÇA DO SÉCULO XVIII, ESTE EDIFÍCIO POMBALINO PRESERVA A FACHADA TRADICIONAL”

# MEMORIES ARE MADE OF THIS

O CARVALHAS MEMORIES É UM PORTO ESPECIAL, COM 150 ANOS. UM VINHO FEITO PARA CELEBRAR, QUE MERECE, ELE PRÓPRIO, SER CELEBRADO. EMBARQUEMOS, PORTANTO, NUMA VIAGEM PELA SUA HISTÓRIA.

Por Bruno Lobo

---





dealmente, esta viagem devia começar num antigo comboio a vapor, com fumo a sair pela chaminé e o maquinista, de cara coberta de fuligem, a atirar mais carvão para a caldeira. Na plataforma, o chefe da estação convidaria os passageiros a entrar: "Todos a bordo!". Depois, tocava o apito e o comboio partiria numa viagem rumo ao passado.

Idealmente seria assim, mas se fosse não chegaríamos ao nosso destino. É que pretendemos regressar a 1867, ano em que as uvas que deram origem ao Carvalhas Memories cresciam nas encostas solarengas da Quinta das Carvalhas, com vista para o Pinhão. Só que nessa altura o comboio ainda não chegava à vila; mal tinha chegado ao Porto, e só este facto atesta a idade incrível deste néctar mágico.

Parece inacreditável como pode um vinho, nascido há tanto tempo, chegar aos dias de hoje com tamanha frescura e vigor, tendo inclusivamente obtido a classificação de 99 pontos na Wine Spectator, a mais alta jamais atribuída a um vinho português. Um testemunho da longevidade a que podem chegar os grandes portos.

Há 150 anos, a única forma de transportar as pipas era fazendo a viagem pelo rio, a bordo de um barco rabelo, travessia perigosa que ceifou muitas vidas, como a do célebre Barão de Forrester, seis anos antes. Felizmente não foi esse o caso, e o nosso rabelo chegou a salvo ao cais de Gaia. Dali, as pipas foram transportadas até às famosas caves, onde o néctar passou a repousar, ao longo de todos estes anos.

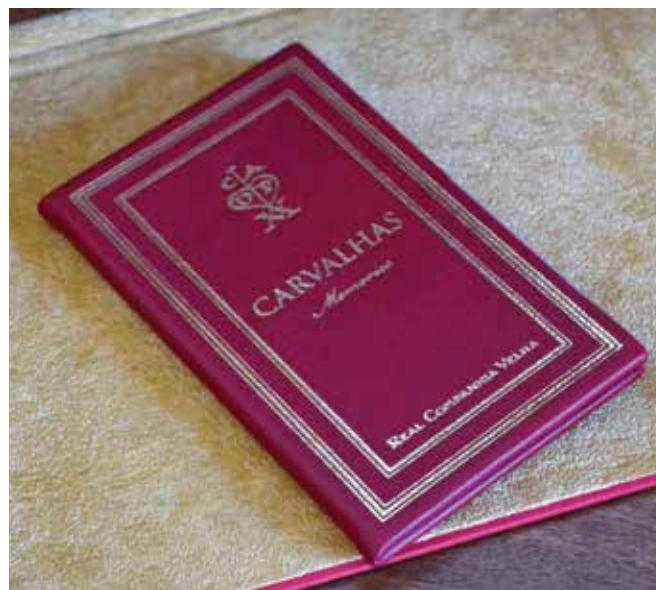
Não viu o mundo, mas o mundo passou por ele: a queda da monarquia, duas guerras mundiais, a bomba atómica, a guerra colonial. A rádio, o telefone, a televisão, os computadores e a internet. O automóvel e o avião. A Declaração Universal dos Direitos Humanos, a libertação feminina, a libertação sexual... A tudo assistiu, indiferente, adormecido, mas sempre em evolução. Os taninos foram afinando, a fruta, tão forte a princípio, ganhando suavidade. Provavelmente, quando Neil Armstrong chegou à Lua, de Omega no pulso, já estava perfeito, mas nem isso o deteve. A madeira continuou a entrar no vinho, cada vez mais dourado, aveludado e complexo, e assim poderia continuar, possivelmente até se descobrir uma

“ A ANTIGUIDADE  
 “ACRESCENTOU”  
 FRESCURA E VIGOR A  
 ESTE NÉCTAR ”



fonte de energia universal, limpa, grátis e inesgotável, não fossem os 260 anos da Real Companhia Velha exigirem uma forma digna de serem celebrados. Este era o vinho mais antigo da casa, por isso, no ano passado, foram às caves acordá-lo.

O Velha, na Real Companhia, não é um exagero. Duzentos e sessenta anos de história, 260 já, é “muita uva”. É a mais antiga empresa de Portugal. Nasceu por vontade do ministro do reino, Sebastião José de Carvalho e Melo, e por ordem do Rei D. José I. O alvará régio, assinado em Setembro de 1756, ainda se encontra na sede da Companhia, em Vila Nova de Gaia, bem como a demarcação original do Alto Douro Vinhateiro, a primeira tarefa de que a companhia se encarregou. Dois legados que testemunham a sua importância na história do Vinho do Porto do Douro.



Desde os anos sessenta do século passado que a RCV pertence à família Silva Reis. Continua a ser um dos maiores players do Douro, com 540 hectares de vinhas próprias, divididos por cinco quintas: Aciprestes, Cidrô, Casal da Granja, Síbio e Carvalhas, a jóia da coroa. Entre os seus vinhedos, de vinhas velhas, com um século já, está uma das mais ricas e variadas colecções de antigas castas durienses. Mais um legado que a RCV conserva e preserva. Foi precisamente nesta quinta que cresceram, vai para 150 anos, as uvas que deram origem a este “Very Old Tawny”. Um Porto assim não podia chegar ao mercado como os outros, pelo que foi encomendado Vista Alegre um decanter especial, em cristal, produzido artesanalmente, e cujo formato remete para as primeiras garrafas da Companhia. Este encontra-se protegido, dentro de uma caixa em pau-rosa, mais um piscar de olhos ao passado, neste caso à ligação ao Brasil. A completar o “cofre”, uma réplica, num pergaminho em miniatura, do alvará Régio de D. José I. Trata-se, naturalmente, de uma edição limitada, até pela quantidade de vinho disponível (a colheita de 1867 ainda foi “refrescada” com uma pequena quantidade da “jovem” colheita de 1900). Limitada a 260 garrafas, os anos da RCV, cada exemplar foi numerado e tem um preço de referência de 2750 euros. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# GLAMOUR

## Entrevista

126. Cuca Roseta

## História

132. Breguet Reine de Naples

## Tempo no Feminino

135. Richard Mille

136. Jaquet Droz

137. Blancpain

138. Bulgari

139. Omega

140. Roger Dubuis

142. Cartier

## Tendências

144. Moda

148. Chanel

153. Aromas | Gabrielle Chanel

## Entrevista

154. Ana Teixeira de Sousa

## Manufatura

158. Damiani

## Glamour

162. Vinhos no Feminino

166. Jóias

## Tendências

170. Um relógio com...

# HISTÓRIAS NA VOZ

A TRADIÇÃO E O SENTIMENTO DO FADO PREENCHEM-LHE A ALMA. NA VOZ TRAZ NOVAS INTERPRETAÇÕES A ESTA SECULAR FORMA DE SENTIR EM PORTUGUÊS. FORA DOS PALCOS, CUCA ROSETA PROCURA A ETERNIDADE DO TEMPO E ASSUME O PAPEL DE MÃE, MULHER, PROFISSIONAL E *FRIEND OF THE BRAND* DA BOUTIQUE DOS RELÓGIOS PLUS.

Por Marina Oliveira

---

## Como nasceu a paixão pela música e pelo fado em particular?

A paixão pela música nasceu comigo. Desde pequenina que a música surge naturalmente. Tenho cassetes a cantar com dois anos, andava com um piano de sopro pela casa com quatro, e com seis já tocava músicas de ouvido. Todos os testes da escola diziam que só tinha aptidão para a música, ao que eu não achava muita graça, uma vez que queria ser psicóloga. Acho que sempre houve um destino marcado para mim, e isso era muito claro desde o primeiro dia. O fado veio mais tarde. Sinto que me procurou.

As oportunidades "irrecusáveis" surgiram e a vida foi-me levando para onde tinha de levar. À medida que ia dando cada passo, ia-me sentindo mais completa. Não há dúvidas de que nasci para cantar o fado. Tudo o que sou acaba nesse pensamento.

## Como decidiu que o fado seria a sua "forma de vida"?

Eu não decidi, nunca fiz essa escolha, surgiu naturalmente. Talvez o fado tenha decidido por mim. Ele procurou-me, convidou-me, mostrou-me o caminho e eu fui; fui-me deixando levar por onde fazia mais sentido, fazendo as escolhas que sentia serem as mais certas. É um instinto que nos fala cá dentro na hora derradeira. Acho que sempre segui essa voz e tudo fluiu com muita naturalidade. Tenho uma música que diz isso: "sê mais que tu, vai mais além, ao mais alto que o sonho tem, o teu destino é o teu talento, o teu destino é do vento".



Vestido Twin-Set  
na Loja das Meias

Relógio e Brincos  
Bulgari Serpenti  
Anel Mattia Cielo  
Universo

**Faz parte da chamada nova geração do fado. Quais as principais diferenças e semelhanças que apontaria entre o fado “tradicional” e o da nova geração?**

Assim como aconteceu com a Amália, que fez do nosso fado canção do mundo, o fado vai-se adaptando aos tempos e aos estados de espírito que se vivem. Hoje, cantam-se outros poemas, contam-se outras histórias, as do nosso tempo. O fado é puro e verdadeiro, e a sua forma de tocar, o ritmo, tom, batida, mantém-se sempre com a mesma energia e intenção. O fado estará sempre vivo, seja o tradicional, seja o mais moderno. Mas o fado deve adaptar-se, respeitando as raízes, claro, para se manter vivo.

**Não sendo uma fadista tradicional, que tipo de obstáculos este facto trouxe para que se conseguisse impor neste meio artístico?**

Sempre tive obstáculos para cantar fado, desde o primeiro minuto. Ao mesmo tempo que tudo acontecia e fluía, havia muita resistência da parte dos residentes e tradicionais do fado. Ainda hoje sinto estarem vivos alguns pequenos lugares obscuros onde ainda me tentam constantemente excluir. Mas hoje já não têm força. Porque contra o universo ninguém pode e o que tem de ser tem muita força! Hoje tenho o meu público que me enche os concertos, que me escreve mensagens bonitas, que canta as minhas músicas e, quando passo pelas ruelas dos bairros lisboetas, onde outrora me olhavam de lado, hoje vêm dizer-me as coisas mais bonitas. Havia o preconceito, ou porque não era do bairro, ou porque não usava preto, ou porque os meus pais não tocavam ou cantavam fado, ou porque não usava o xaile...

**Sente que pode haver o risco, com as novas interpretações, de perdermos a noção do que é o fado?**

De todo. O fado existe na energia de quem o canta. O fado tradicional nunca vai morrer. Mas o fado também se tornou comercial, e isso não é mau. Tudo é bom, desde que haja respeito pela sua essência. O fado que é património do mundo foi aquele que se tornou famoso pela Amália Rodrigues. Ela nunca foi tradicional, foi extremamente criticada pelos puristas, mas foi ela que levou

“NÃO HÁ  
DÚVIDA QUE  
NASCI PARA  
CANTAR  
O FADO”

Portugal ao mundo. A meu ver foi a imensa herança que a Amália deixou que o fez estar mais vivo do que nunca até aos dias de hoje.

**Quando é que percebeu que tinha necessidade de escrever os temas que canta?**

Antes de cantar fado já escrevia poesia, já tinha muitos momentos de inspiração. Cantar veio depois, e usar os meus poemas e músicas mais tarde ainda. Quando gravei com o Gustavo Santaolalla, tinha tantos poemas e músicas que ele me pediu para ouvir e incentivou-me a gravar o “Nos teus

braços”, que até hoje continua a ser um dos temas que mais pedem nos concertos. Na altura era algo muito arrojado no fado. Não era habitual alguém compor e escrever, também neste campo fui criticada. Hoje, já com comentários de grandes da música e da poesia, fui construindo um repertório muito ao jeito do que se procura no fado, mais genuíno e mais verdadeiro. Há coisa mais verdadeira do que poder contar a nossa própria história?

**O que se pode esperar do seu próximo trabalho?**

Chama-se Luz. Todos os meus discos têm um elemento da natureza. Primeiro Pena, segundo Raiz, depois Riu e agora Luz. Luz porque é um disco mais interior, espiritual, e também com novos temas e roupagens interessantes. Este é um disco onde se pode ouvir desde o fado tradicional ao mais moderno, e até música portuguesa mais popular e tradicional. Luz é toda uma viagem pelo meu mundo do fado.

**Foi anunciada como *friend of the brand* da Boutique dos Relógios Plus. Como recebeu este convite?**

A Boutique dos Relógios é uma marca com muitíssimo prestígio. Acho que qualquer artista se honraria de se associar, a esta família e a esta marca. O mesmo aconteceu comigo, fiquei muito feliz com este convite.

**Deu voz e letra à música que acompanha o vídeo oficial dos 20 anos da Boutique dos Relógios. Como foi compor este tema?**

Foi muito interessante. Não era fácil imaginar uma letra que trouxesse Portugalidade, com a sua emoção adjacente, e que, ao mesmo tempo,





Blazer em veludo cristal  
e Chapéu Emporio Armani

Relógio Breguet Reine de Naples  
Anel e Brincos Brumani Nude



Pullover em cashmere  
Maliparmi  
na Loja das Meias

Relógio  
Bulgari Serpenti  
Anel e Brincos  
Brumani Nude

Fotografia Pedro Ferreira  
Styling Joyce Doret  
Maquilhagem Cristina Gomes  
Cabelos Helena Vaz Pereira  
Agradecimento Atlântico Blue Studios

falasse de relógios. Pensei em encontrar esta metáfora do relógio da vida, que conta o emocional, que acelera ou atrasa dependendo do nosso astral. O filme da Boutique dos Relógios contava a história de uma menina que sonhava ter um dia um relógio como o do pai ou um presente da boutique. E porque os valores se passam de geração em geração, era preciso ter todos estes sentimentos nesta música. Foi um desafio. Mas o produto final deixou-me feliz.

#### Quais as suas marcas de eleição. Porquê?

Gosto muito do bom gosto que IWC sempre mantém; acho a Longines muito ecléctica, mas a Gucci tem trazido opções arrojadas que me interessam e a Omega mantém-se inabalável na sua elegância.

#### Foi, recentemente, mãe pela segunda vez, em pleno auge da sua carreira. Como consegue gerir o seu tempo, entre vida pessoal e profissional?

Não é fácil, mas tudo se faz com calma e discernimento. É preciso tentar não stressar. É preciso saber ser muito organizada, estar preparada para dormir muito pouco, ou praticamente nada, e ainda assim estar sempre com abertura para brincar com as crianças ou lidar com o público que nos ouve. Não é fácil, mas nada é impossível. É a maneira como vemos as coisas que as torna melhores ou piores.

#### De que forma o relógio faz parte do seu dia-a-dia?

O relógio, infelizmente, faz parte do meu dia-a-dia ao minuto. Gostava de um dia poder olhar para ele sem tanto peso de responsabilidade. Mas, como dizia há pouco, cada minuto pode ser vivido como uma eternidade, se for vivido com calma. E assim se vai passando minuto a minuto de uma vida muito atarefada, aproveitando ao máximo cada momento e tudo o que a vida me tem dado. 🌟

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# LOJA DAS MEIAS

LISBOA • CASCAIS • MAPUTO



CÉLINE

CHRISTIAN DIOR



CORNERS AV. DA LIBERDADE

CÉLINE • CHRISTIAN DIOR

ARMANI • BOSS • CHLOÉ • DOLCE & GABBANA • EMILIO PUCCI • ERMANNO SCERVINO  
ESCADA • GIVENCHY • HACKETT • HOGAN • KARL LAGERFELD • LANVIN  
MALÏPARI • MARC JACOBS • MICHAEL KORS • MISSONI • RALPH LAUREN  
SALVATORE FERRAGAMO • STELLA MCCARTNEY • TORY BURCH

ESTÉE LAUDER • HERMÈS • LA MER • LA PRAIRIE • SHISEIDO • TOM FORD



BREGUET  
Reine de Naples Automático 35mm

# RAINHA

## DOS PULSOS FEMININOS

EXÍMIA REPRESENTANTE DA ESTÉTICA BREGUET DIRIGIDA A UM PÚBLICO FEMININO, A COLECÇÃO REINE DE NAPLES, CUJOS MODELOS SE DESTACAM PELA SUA FORMA OVÓIDE, CELEBRA, EM 2017, O 15.º ANIVERSÁRIO.

Por Marina Oliveira

Exemplo superior da capacidade criativa de Breguet, o modelo Reine de Naples, com a sua característica caixa em forma de ovo, é objecto de uma colecção requintada, cujos modelos se revestem de diversas roupagens numa simbiose elegante entre relógio e jóia. Trata-se de um dos modelos históricos da Casa Breguet, cuja história teve início há mais de dois séculos.

Tudo começou quando, em 1910, a Rainha de Nápoles e irmã de Napoleão Bonaparte, Carolina Murat, colocou a Abraham-Louis Breguet uma encomenda de um relógio de pulso. A peça, identificada com o número 2639, demorou dois anos a ser concluída e entregue à sua ilustre destinatária. Nascia assim o Breguet Reine de Naples, o primeiro relógio de pulso para uma rainha (e o primeiro modelo de pulso da história) a honrar a galeria histórica de Breguet, a par de outras encomendas dirigidas ao prestigiado relojoeiro por parte de personalidades ilustres como a Rainha Maria Antonieta ou a Imperatriz Josefina.

Infelizmente, o rasto deste Reine de Naples perdeu-se e não há referência até à data em colecções particulares ou públicas. O último registo conhecido é de 1855, altura em que o relógio deu entrada nos ateliers Breguet para reparação. No entanto, graças aos arquivos da marca, foi possível recuperar essa valiosa memória patrimonial, com base no registo de todas as peças que Abraham-Louis Breguet cuidou de legar à posteridade. Por sorte, os relojoeiros da Breguet descobriram a descrição técnica de um relógio fino e oblongo, dotado de complicação repetição-minutos, com termómetro, e adornado com uma pulseira feita de fios de cabelo e ouro, destinado a ser colocado



**BREGUET**  
Reine de Naples Automático Mini



**BREGUET**  
Reine de Naples Automático Mini



**BREGUET**  
Reine de Naples Automático



**BREGUET**  
Reine de Naples Automático Mini



**BREGUET**  
Reine de Naples Automático 35mm

“O MODELO  
REINE DE  
NAPLES  
É EXEMPLO  
SUPERIOR DA  
CAPACIDADE  
CRIATIVA DE  
BREGUET”

em redor do pulso. Foi a partir das anotações do célebre relojoeiro que a Casa Breguet reinterpretou o histórico relógio para dar origem a uma colecção exclusivamente feminina, enriquecida com complicações mecânicas. Assim se iniciou a colecção Reine de Naples, lançada em 2002 e com desenvolvimentos aos dias de hoje. Trata-se de uma colecção autónoma, por não corresponder a uma versão de um modelo masculino, mas por possuir um conceito e desenvolvimento próprios. Trata-se, pois, de uma colecção plena de passado, exclusiva de uma clientela feminina apreciadora de peças relojoeiras. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# TECNOLOGIA NO FEMININO



PENSA QUE MÁQUINAS PARA O PULSO, TECNOLOGIA DE FÓRMULA 1, MICROMECAÂNICA DE PONTA E MATERIAIS VANGUARDISTAS NÃO SÃO OS INGREDIENTES IDEAIS PARA UM RELÓGIO FEMININO? O RICHARD MILLE RM 07-01 PROMETE FAZÊ-LA MUDAR DE OPINIÃO.

Por Marina Oliveira

Uma peça do tempo feminina e contemporânea, o Richard Mille RM 07-01 conjuga elegância, usabilidade e tecnologia de ponta. Concebido a partir de materiais de vanguarda, como é o caso da caixa em ouro rosa e cerâmica ATZ castanha, cujo processo de coloração é extremamente complexo, este modelo respira feminilidade graças à presença do brilho dos diamantes e do vermelho forte do jaspe engastados no centro do mostrador sobre uma base de ouro rosa. Este material precioso prolonga-se nos ponteiros, índices e aro interior, bem como na coroa.

O RM 07-01 está equipado com um movimento automático. O calibre de manufatura CRMA2 apresenta pontes e platina em titânio, assim como um rotor de geometria variável em ouro rosa. Este movimento esqueletizado pode ser admirado de ambos os lados da caixa tonneau em cerâmica castanha, cujas laterais contrastam em ouro rosa. ✨



# PALCO DE MADREPÉROLA

A JAQUET DROZ REINTERPRETA A EMBLEMÁTICA SILHUETA DO GRANDE SECONDE PARA CRIAR UMA NOVA REFERÊNCIA DE RELOJOARIA FEMININA, ONDE O TURBILHÃO ASSUME PAPEL DE DESTAQUE SOBRE UM PALCO DE MADREPÉROLA.

Por Marina Oliveira

**G**rande Seconde Turbilhão Madrepérola, assim se chama o mais recente relógio feminino da Jaquet Droz, um modelo decorado com madrepérola branca, ouro vermelho e diamantes. A face desta peça do tempo é feita de um disco iridescente e apresenta diversos níveis, proporcionando uma impressão visual de profundidade.

No coração desta superfície opalescente está uma estrutura de ouro vermelho engastada com 90 diamantes, que desenha o contorno do mítico "8" na face do relógio. Rodeados por pedras preciosas e descentrados às 6h estão as horas e minutos, representados através de dois ponteiros ao longo de um anel horário com numerais romanos. A parte superior do "8" é formada por um indicador em vidro, através do qual se pode admirar o turbilhão. Um pequeno

ponteiro dos segundos azul mostra os segundos numa escala com numerais árabes e pontos.

A caixa de ouro vermelho, com 39 mm, é sublinhada por um duplo anel de diamantes (260) que percorre a luneta e o exterior das asas. Dentro desta bate um mecanismo automático, calibre 25JD.Si, com sete dias de reserva de marcha e, pela primeira vez na marca, com garras da âncora e espiral em silício.

Limitado a 88 exemplares e dotado de uma pulseira de cetim branco, o Grande Seconde Turbilhão Madrepérola encerra outros segredos, como a massa oscilante em ouro decorada com madrepérola branca e as pontes do movimento com decoração Côtes de Genève, visíveis através do fundo em vidro de safira. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# FASES FEMININAS DA LUA



ASSINATURA DA BLANCPAIN, AS FASES DA LUA SÃO O DESTAQUE NO NOVO VILLERET DATA FASES DA LUA. ASSUMINDO UMA FACE FEMININA, A REPRESENTAÇÃO DO CICLO LUNAR NO MOSTRADOR DESTA PEÇA DO TEMPO EVOCA A LIGAÇÃO ANCESTRAL ENTRE RELOJOARIA E ASTRONOMIA.

A colecção Villeret da Blancpain recebe um novo modelo feminino. Trata-se do Villeret Data Fases da Lua, uma peça que se destaca por um mostrador opalino, percorrido por ponteiros em forma de folha, uma exibição da data através de ponteiro e uma indicação das fases da Lua.

Evocando a relação ancestral entre relojoaria e astronomia, a face da Lua correspondente à fase lunar actual é visível através de uma abertura no mostrador opalino. Aí, a Lua assume um grafismo feminino, cujo sinal num dos cantos da sua boca sorridente representa uma evocação à França do século XVIII, onde este sinal era visto como símbolo de uma atitude brincalhona e trocista.

Com uma caixa de 29,20 mm, em ouro rosa, emoldurada por uma luneta engastada com 48 diamantes, o novo Villeret Data Fases da Lua é movido pelo calibre automático 913QL, equipado com espiral em silício, o que assegura uma maior resistência ao choque e a campos magnéticos. O fundo em vidro de safira revela a massa oscilante em ouro vermelho profusamente decorada.

Destinada a mulheres sofisticadas, esta nova peça do tempo ajusta-se a pulsos femininos através de uma correa em pele de crocodilo castanha-acinzentada. ✨

Por Marina Oliveira

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





# PELE DE SERPENTE

A BULGARI APRESENTA A NOVA COLECÇÃO SERPENTI, UMA LINHA DE PEÇAS DO TEMPO CAPAZ DE MUDAR DE PELE EM SEGUNDOS, TANTAS VEZES QUANTO O SEU PULSO DESEJAR.

Por Marina Oliveira

Inspirada nas formas sinuosas de uma cobra, Serpenti é a colecção icónica da Bulgari desde os anos 40. A mais recente metamorfose desta linha está em linha com a tendência actual de personalização. Com uma nova selecção de cinco correias exóticas, intermutáveis e de dupla volta, os relógios Serpenti podem mudar de pele rapidamente e as vezes que desejar.

Numa ode à natureza do réptil, as novas correias são feitas de Karung, a pele de uma cobra de água não venenosa, muito apreciada pelas suas pequenas escamas e flexibilidade. Depois do processo de coloração, a pele de cobra torna-se extremamente suave e macia ao toque, recebendo pigmentos naturais que complementam as cores vibrantes do mostrador.

Para mudar a correia, a Bulgari desenvolveu um sistema de mudança fácil que permite total liberdade de customização. Levando a personalização um passo mais à frente, o utilizador poderá, através de uma app desenvolvida pela marca, escolher o material da caixa, explorar as opções de engaste e gravação, seleccionar a cor do mostrador e até visualizar a transformação do seu Serpenti. Disponível em caixas de 27 mm em ouro rosa ou aço, com ou sem brilhantes na luneta, o novo Serpenti oferece mostradores com uma panóplia de tons que vai desde a madrepérola à laca preta, passando por padrões guiloché e verdes e vermelhos vibrantes. ✨



# SUBTIL TRANSFORMAÇÃO

A OMEGA RENOVOU A COLECÇÃO FEMININA SEAMASTER AQUA TERRA 150M, APRESENTANDO PEÇAS DO TEMPO COM MELHORIAS ESTÉTICAS E TÉCNICAS.

Por Marina Oliveira

Usualmente femininos, os novos Seamaster Aqua Terra 150M Ladies destacam-se pelo redesenho subtil de elementos chave, como a caixa e o bracelete, bem como por um upgrade no coração dos relógios, através da integração do movimento automático Master Chronometer.

Disponíveis em três tamanhos distintos – 38 mm, 34 mm e 28 mm –, os novos modelos apresentam caixas em aço ou aço e ouro sedna, cuja simetria permite uma integração perfeita com o bracelete, além de proporcionar um maior conforto e adaptação para pulsos mais finos. O bracelete foi igualmente redesenhado, incluindo elos abaulados e com novas proporções mais femininas.

No que à face do Aqua Terra diz respeito, a madrepérola mantém-se como material de eleição, pontuada por marcadores de hora com diamantes. Numa ode à pureza e simplicidade, as palavras “water-resistance” foram retiradas do mostrador e gravadas no fundo da caixa.

No coração dos modelos de 38 mm (na foto) e 34 mm bate o calibre Omega Master Chronometer 8800, antimagnético, com 55 horas de reserva de marcha, escape coaxial, espiral em silício e certificado pelo METAS, visível através do fundo da caixa em vidro de safira. ✨



DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)



# DESIGN IMPACTANTE



O CALOR DO OURO ROSA, O BRILHO DOS DIAMANTES, A PUREZA DA MADREPÉROLA E A SUAVIDADE DA PELE DE CROCODILO VESTIDA DE ROXO VIBRANTE DÃO VIDA A UM DOS MAIS RECENTES MODELOS DA COLEÇÃO EXCALIBUR 36, DA ROGER DUBUIS.

Por Marina Oliveira

**R**econhecida pelas suas formas dinâmicas, arestas afiadas e design impactante, a coleção Excalibur 36 da Roger Dubuis, destinada a pulsos femininos, recebe um novo elemento. Trata-se do RDDBEX0588, um modelo cujos diamantes reflectem e acentuam o brilho do mostrador madrepérola.

Esta interpretação de tamanho mais reduzido da linha Excalibur exhibe as características centrais da colecção, como a luneta canelada, as asas triplas ou os numerais romanos. Aqui, a caixa de 36 mm em ouro rosa e 48 dia-

mantas, emoldura um mostrador madrepérola pontuado por índices em ouro rosa e numerais romanos estilizados. Estes últimos são "interrompidos" por um contador dos pequenos segundos às 6h, completado por uma indicação da data.

O novo Roger Dubuis Excalibur 36 está equipado com o calibre automático RD830, com 48 horas de reserva de marcha e massa oscilante em ouro rosa de 22 quilates, visível através do fundo da caixa em vidro de safira. O toque final nesta peça do tempo é dado pelo bracelete em pele de crocodilo roxa. ✨



POSSESSION

[possession.piaget.com](http://possession.piaget.com)

# PIAGET



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



Av. da Liberdade, 194C | Av. da Liberdade, 129  
Lisboa

# INSTINTO FELINO



CARTIER  
Panthère Ajourée

UM RECONHECIDO SÍMBOLO CARTIER, A PANTERA ASSUME-SE COMO ACTRIZ PRINCIPAL EM INÚMERAS PEÇAS DA MAISON. CAPTURADA EM TODAS AS SUAS ATITUDES, LANÇA-SE, RUGE, SALTA, SENTA-SE... EXIBINDO SEMPRE ORGULHOSAMENTE O SEU CASACO DE DIAMANTES DE CORTE BRILHANTE.



CARTIER  
Panthère Joueuse



CARTIER  
Panthère Divine



CARTIER  
Panthère Royale

Por Marina Oliveira

Há algo na pantera que parece irradiar luxo. Talvez seja a maneira como se move. A verdade é que, de alguma forma, este felino subtil desperta, em simultâneo, confiança e desejo. Sentimentos que se revestem de uma aura brilhante de luxo e glamour, graças à intervenção da Cartier, que, em 1914, introduziu a pantera nas suas colecções, inaugurando a utilização de manchas na joalheria, criadas através do engaste contrastante de ónix e diamantes. Desde então, pantera e os diamantes tornaram-se inseparáveis, e o felino transformou-se no mais reconhecido símbolo da Maison.

De facto, tal como a maioria das modas, a pantera é tanto um reflexo dos tempos como um reflexo da própria Cartier. Nos últimos 100 anos, a marca passou do estilo essencialmente abstracto da Art Deco, no início do século 20, à concepção de peças onde o felino assume formas tridimensionais, nos anos 40, ou à paleta ouro branco-platina-

-diamantes destinada a complementar o grunge minimalista da década de 90.

Hoje, mais de 100 anos passados sobre o "aparecimento" da pantera Cartier, a Maison continua a dedicar a este felino toda uma panóplia de peças que capturam o seu símbolo máximo nos mais diversos moods: figurativo, gráfico, brincalhão, gentil, selvagem, sensual, feroz ou cinético. O denominador comum? O casaco de diamantes de corte brilhante, numa majestosa reinterpretação das manchas ou pelagem desta pantera. ✨

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





NA LOJA DAS MEIAS

Casaco BOUTIQUE MOSCHINO, Camisa FAITH CONNEXION,  
Calças DOLCE & GABBANA e Óculos de Sol CHRISTIAN DIOR



# NEW AGE



SONIA RYKIEL

A elegância sai à rua para uma jornada que se prevê emocionante. A suavidade dos tons pastel ganha um novo ritmo com detalhes que regressam do passado, dispostos a ganhar um lugar cativo. Inicia-se uma nova era. É o tempo de Le Baltard, o emblemático saco de malha parisiense que reaparece em cena e conquista com uma dose generosa de modernidade. ✨



NA LOJA DAS MEIAS  
Camisa, Calças, Capuz, Carteira  
Óculos de Sol e Sapatos CÉLINE

# FEMALE POWER



STELLA McCARTNEY

Padrões criativos e tons intensos unem-se numa declaração de auto-confiança. O poder feminino sobe em escala enquanto define, a cada degrau, novas regras de estilo. Num misto de irreverência e sofisticação, os acessórios ganham uma nova dimensão, numa manifestação clara de independência. ✨



# Saturday NIGHT FEVER

A noite cai, cobrindo as ruas com um silêncio reconfortante. No céu, os astros alinham-se na escuridão, enaltecendo o brilho intenso da cidade das luzes. O ar está gélido, mas o vento sopra devagar, sem qualquer sinal de pressa. Sensual e irreverente, de olhar intenso e lábios provocantes, olha o relógio uma última vez. E de repente, o ponteiro pára: chegou o momento. A festa vai começar. Sai confiante. A noite é dela.

---

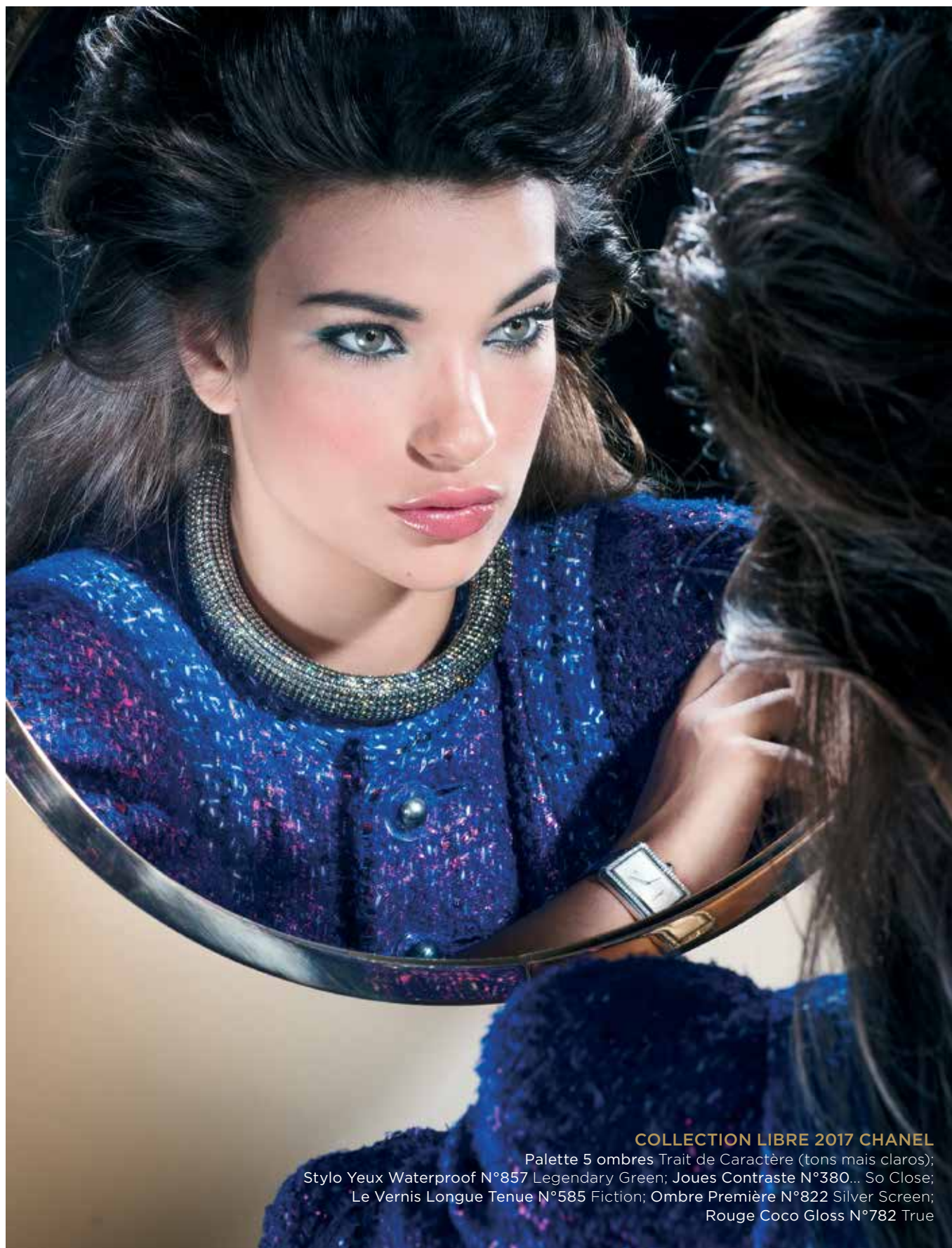
*Coordenação* Companhia das Cores  
*Fotografia* Pedro Ferreira  
assistido por Ana Viegas  
*Styling* Susana Marques Pinto  
*Maquilhagem* Cristina Gomes  
*Cabelos* Helena Vaz Pereira  
*Modelo* Nicole Jesus (L'Agence)

**Agradecimento** DONKER&GUESTS  
(cadeira e espelho)



**COLLECTION LIBRE 2017 CHANEL**

Palette 5 ombres Trait de Caractère (tons mais clairs);  
Stylo Yeux Waterproof N°857 Legendary Green; Joux Contraste N°380... So Close;  
Le Vernis Longue Tenue N°585 Fiction; Ombre Première N°822 Silver Screen;  
Rouge Coco Gloss N°782 True



**COLLECTION LIBRE 2017 CHANEL**

Palette 5 ombres Trait de Caractère (tons mais clars);  
Stylo Yeux Waterproof N°857 Legendary Green; Jous Contraste N°380... So Close;  
Le Vernis Longue Tenue N°585 Fiction; Ombre Première N°822 Silver Screen;  
Rouge Coco Gloss N°782 True

RELÓGIO CHANEL  
Boy.Friend



COLLECTION LIBRE  
2017 CHANEL  
Rouge Allure Velvet N°3  
Rouge Allure N°4

STIVALI Camiseiro CHANEL  
RELOGIO CHANEL Boy.Friend Tweed



COLLECTION LIBRE 2017 CHANEL  
Rouge Allure Velvet N°3  
Rouge Allure N°4

RELÓGIO CHANEL  
J12 XS



# GABRIELLE CHANEL

## Rebeldia Apaixonante

YLANG  
YLANG

ORANGE  
BLOSSOM

TUBEROSE

JASMINE

Uma mulher rebelde, apaixonada e determinada, que traçou o seu caminho e chegou exactamente onde queria chegar. Uma verdadeira força da natureza, com um estilo inconfundível. Assim era Gabrielle, antes de se tornar designer e a mulher que todos conheciam como Coco Chanel. Dona de uma personalidade forte e confiança inigualável, Gabrielle Chanel é a musa que inspira a nova fragrância da Maison francesa. Uma homenagem à sua personalidade, que convida as mulheres de todo o mundo a revelarem a sua essência, seguindo sempre os seus desejos e instintos mais puros. Uma composição vibrante e floral, imaginada por Olivier Polge sob a inspiração de quatro flores brancas. Com notas de fundo de jasmim exótico, acompanhadas pelas cintilantes

notas verdes e frutadas do ylang-ylang (uma árvore originária das Filipinas) e uma vibração da flor de laranjeira, a nova fragrância de CHANEL é fresca, intensa e puramente feminina. Reservado num frasco geométrico de paredes de vidro ultrafinas, o líquido precioso parece levitar, ignorando a gravidade. A embalagem, realçada no interior por um dourado que deixa irradiar o líquido ensolarado, é protegida por uma tampa que assume a mesma forma geométrica e uma tonalidade tão cativante quanto indefinível entre o ouro e a prata. ✨

© Pedro Bettencourt

# SOPHIA KAH

A MARCA QUE ESTÁ A CONQUISTAR  
MULHERES POR TODO O MUNDO

RELÓGIO AUDEMARS PIGUET ROYAL OAK; PULSEIRA E BRINCOS BULGARI SERPENTI

**ANA TEIXEIRA DE SOUSA** É O ROSTO POR DETRÁS DE **SOPHIA KAH**, A MARCA PORTUGUESA QUE VESTE ALGUMAS DAS ESTRELAS MAIS INFLUENTES DO MUNDO – BEYONCÉ E OLIVIA PALERMO FAZEM PARTE DA LISTA. APAIXONADA POR MODA DESDE QUE SE CONHECE E LICENCIADA EM GESTÃO INTERNACIONAL, **ANA TEIXEIRA DE SOUSA** CRIA UMA SIMPLICIDADE SOFISTICADA EM CADA PEÇA.

Por Companhia das Cores

---

**Como começou a sua relação com a indústria têxtil?**

Nasci no seio de uma família da indústria têxtil – a minha avó tinha uma fábrica de confecção têxtil –, pelo que a minha relação com a moda aconteceu de forma natural. Esse contexto acabou por influenciar bastante a minha forma de estar na vida e lidar com a moda. Aprendi a apreciar roupa de qualidade e a dar importância à parte estética de tudo o que me rodeia. Gostava de criar vestidos para mim e comecei a fazê-lo muito cedo, com apenas 14 anos. Adorava seleccionar os tecidos e criar as minhas peças.

**Quais são as suas memórias mais marcantes da fábrica fundada pela sua avó?**

São muitas e felizes! Lembro-me de um ambiente criativo e muito dinâmico e recordo-me que, desde sempre, era um trabalho que se fazia

sobre pressão, sempre a correr contra o tempo para cumprir os prazos de entrega.

**Como foi o seu percurso até criar a marca Sophia Kah?**

Estudei em Felgueiras até ao 5º ano e depois mudei-me para o Porto. Quando terminei o liceu, achei que faria sentido ir para Londres. Sempre fui muito curiosa e achava que havia muito mais mundo para conquistar, o que não aconteceria se ficasse resringida ao Porto. Foi em Londres que nasceu a Sophia Kah.

**É uma estilista internacionalmente reconhecida. No entanto, a sua marca afirma-se como portuguesa e as suas peças são produzidas no nosso país. É algo que, desde o início, fez parte do conceito?**

Sim, tenho um orgulho imenso no nosso país e acho que se fazem coisas fantásticas em Portugal. Adorava

poder contribuir para que a moda portuguesa fosse vista de uma forma mais respeitada lá fora.

**Sente que a moda portuguesa é, hoje, mais reconhecida a nível internacional?**

Infelizmente ainda não sinto isso, mas acho que há potencial para vir a acontecer. Portugal está a tornar-se num país muito desejado e, consequentemente, o produto português está também a ganhar notoriedade.

**Para além de ser uma marca portuguesa, que outros aspectos fazem parte do conceito Sophia Kah?**

Sophia Kah é direccionada a uma cliente moderna, que aprecia extrema qualidade e deseja um *fitting* impecável. A mulher Sophia Kah é uma mulher confiante, que aprecia design e, acima de tudo, segue a máxima 'enjoy life'.

**Quais são as suas principais influências e fontes de inspiração quando cria uma colecção?**

As minhas influências são imensas e não são estáticas. Por exemplo, para a colecção Outono-Inverno inspirei-me no universo, no seu misticismo e na magia das estrelas e dos planetas.

**Como é feita a selecção dos tecidos e a manufactura das peças de forma a corresponder à elevada exigência de uma peça Sophia Kah?**

A selecção dos materiais é extremamente exigente e é sempre feita por mim. Todos os nossos tecidos são italianos e franceses porque, para mim, é muito importante que a peça seja bonita, mas também confortável e agradável ao toque, tanto no interior como no exterior.

**A renda é a sua imagem de marca. O que a apaixonou neste tecido?**

Sou apaixonada por renda desde sempre. Considero a renda um tecido sexy, sem ser vulgar. É misteriosa e forte.

**Veste várias celebridades internacionais, mulheres que são verdadeiros ícones. Como é que isso a faz sentir?**

Muito bem! É um privilégio ver tantas mulheres – e que tanto admiro! – escolherem Sophia Kah para ocasiões especiais das suas vidas.

**Qual foi a celebridade que mais a surpreendeu por escolher um vestido seu?**

A Beyoncé. Não me surpreendeu a sua escolha, surpreendeu-me que tenha comprado o vestido numa loja e que eu tenha descoberto através da imprensa.

**Está presente em diversos retalhistas, um pouco por todo o mundo. Como é gerir tantos pontos de venda, em continentes tão diferentes?**

É um privilégio, mas é também fruto de muito trabalho. Estar presente em algumas das melhores lojas exige muito profissionalismo, uma resposta rápida e um serviço de topo. Embora a moda seja cada vez mais global e as novas gerações já não estejam tão restringidas aos costumes, a cultura



RELÓGIO AUDEMARS PIGUET ROYAL OAK; ANÉIS DJULA

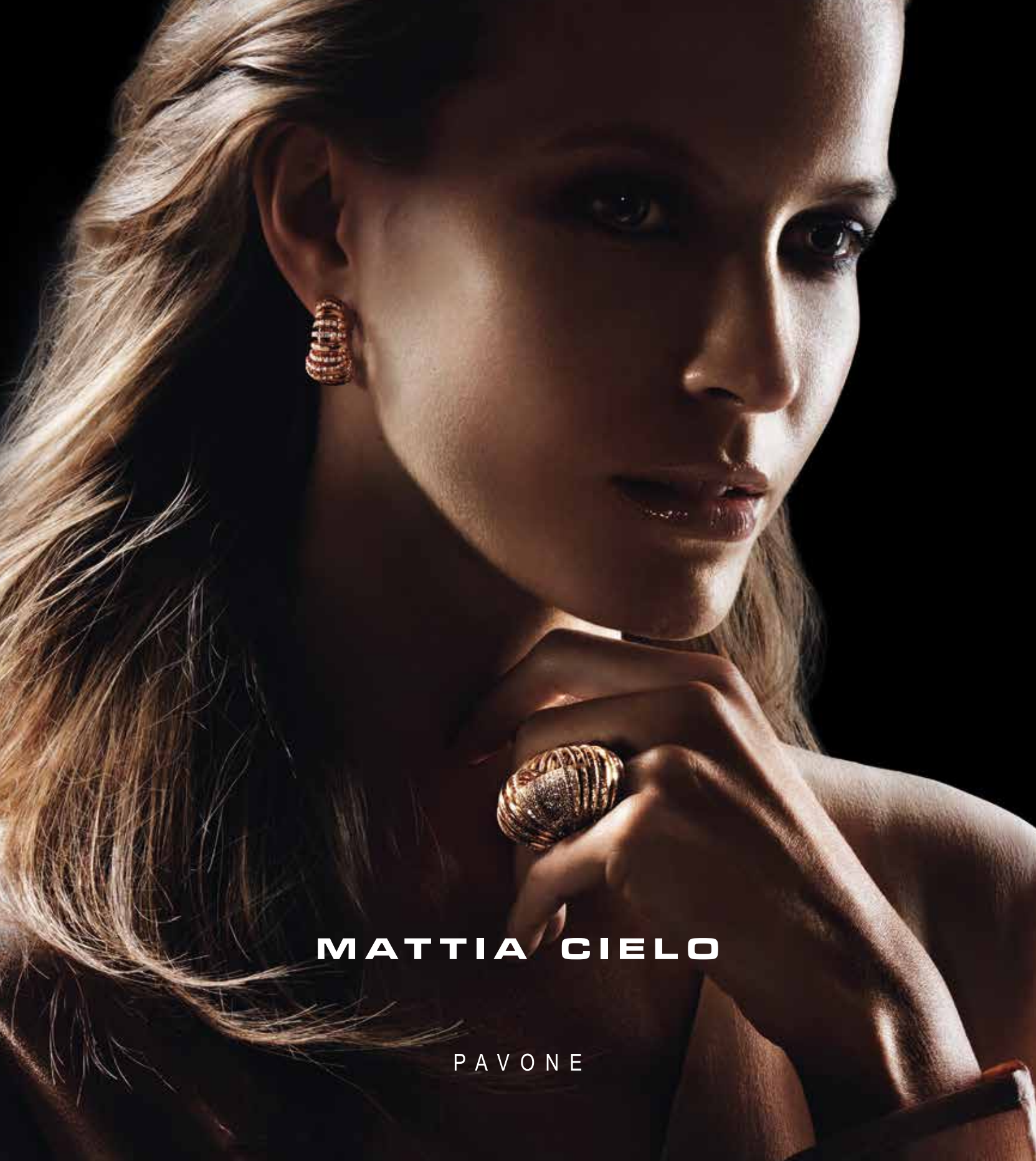
ainda influencia as escolhas. Na Arábia Saudita, por exemplo, existem algumas lojas a comprar vestidos mais decotados e curtos, no entanto estes só podem ser usados em festas que são frequentadas apenas por mulheres. Já as lojas mais conservadoras, compram apenas vestidos longos e sempre com mangas.

**Quais são os seus projectos para o futuro?**

O mais importante é continuar a crescer e a evoluir sustentavelmente. No entanto, estou sempre receptiva a novas oportunidades e desafios. 🌟

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





**MATTIA CIELO**

PAVONE



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



Lisboa, Av. da Liberdade, 129 - Tel. 213 430 076 - [www.boutiquedosrelogios.pt](http://www.boutiquedosrelogios.pt)



# DAMIANI

ONDE A TRADIÇÃO  
AINDA É O QUE ERA



DAMIANI  
D.Icon

NASCIDA EM VALENZA, EM 1924, A DAMIANI É A ÚNICA EMPRESA JOALHEIRA ITALIANA QUE DESENHA E PRODUZ JÓIAS DESDE A SUA FUNDAÇÃO. AQUI, TODAS AS PEÇAS CONTINUAM A SER CRIADAS INTEGRALMENTE À MÃO, USANDO TÉCNICAS SECULARES. A TURBILHÃO FOI VER COMO O SONHO GANHA VIDA.

Por Marina Oliveira, em Valenza, Itália

Fundada no coração do distrito ourives de Valenza, por Enrico Grassi Damiani, a história da Damiani é fortemente ligada à tradição e paixão pela arte joalheira, que desde sempre distinguiu as peças criadas pela marca. Hoje, quase um século após o seu nascimento, a Maison mantém-se nas mãos da família e é gerida por três irmãos, netos do fundador: Guido, presidente do Grupo Damiani, Giorgio, vice-presidente e director-geral, responsável pela criação e desenvolvimento das colecções e pela compra de pedras preciosas, e Silvia, vice-presidente e responsável pela comunicação.

Seguindo a tradição e ADN que levou ao sucesso da marca, os irmãos Damiani têm como principal objectivo manter a qualidade de design e mestria artesanal das jóias que granjearam êxito à Maison e que continuam a ser produzidas em Valenza. Aqui, a tradição da produção de joalheria mantém-se inalterada, e a manufatura Damiani dá vida a cada uma das peças, graças ao trabalho de 100 colaboradores, entre designers, ourives, cravadores, polidores, etc.

Tudo começa no departamento de design, onde nascem as ideias e os primeiros esboços. Depois, é tempo de criar o primeiro modelo em cera. Para tal, há que injectar cera líquida num molde de borracha previamente preparado. Em seguida, os modelos em cera são acoplados a uma espécie de tubo, criando aquilo a que se chama uma árvore de ceras. Esta é, então, submergida numa solução de gesso e, depois de um período de repouso, vai ao forno. Neste processo, a cera derrete, dando lugar a um molde invertido. Finalmente, este molde é fundido com o metal precioso seleccionado.

Depois de criada a base da jóia, é tempo de passar à cravação das pedras preciosas. Na Damiani, estas são cuidadosamente seleccionadas



e certificadas e, no caso dos diamantes com mais de 0,3 quilates, a marca oferece uma garantia de qualidade adicional: uma incisão a laser com o logo da Damiani e o número de certificação. O processo de criação joalheira termina com o polimento e o último controlo de qualidade, num total de quatro.

A qualidade exemplar dos materiais utilizados e a mestria de excepção dos artesãos faz com que possuir uma jóia Damiani não seja apenas possuir algo precioso, mas também algo especialmente exclusivo e até único. Além das peças que compõem as suas colecções, a Damiani produz igualmente edições limitadas e obras-primas únicas que, por vezes, podem também ser criadas ou personalizadas a pedido do cliente. O céu é o limite. ✨



DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)







# PARMIGIANI

FLEURIER



Se existisse somente um

### *A inspiração*

Relógio oval com ponteiros telescópicos do século XVIII, restaurado pelo Atelier Parmigiani em 1997

### **Ovale Pantographe**

Fabricado inteiramente na Suíça  
[parmigiani.com](http://parmigiani.com)



**BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS**



CENTRO COLOMBO  
Tel. 217 122 595

AV. LIBERDADE, 129  
Tel. 213 430 076

[www.boutiquedosrelogios.pt](http://www.boutiquedosrelogios.pt)



# MULHERES LUTADORAS

Por José Manuel Moroso

OITO PRODUTORAS DIRECTAMENTE LIGADAS AO SECTOR DO VINHO, UNIRAM-SE PARA LEVAR ALÉM-FRONTEIRAS, O SELO DE QUALIDADE QUE PORTUGAL JÁ EXIBE. OS VINHOS PORTUGUESES, DEFENDEM, ESTÃO AO NÍVEL DOS MELHORES DO MUNDO, MAS SÃO TRATADOS MUITO ABAIXO DO SEU VALOR. ESTE GRUPO, CHAMADO D'UVA, QUER INVERTER TODA ESTA SITUAÇÃO.

Queremos afirmar-nos como um país de grande qualidade". O desejo, a meta, como lhe queiramos chamar, é assumido a uma voz por um grupo de oito mulheres líderes de projectos vínicos, que continuam a lutar, palmo a palmo, num sector tradicionalmente masculino; ao mesmo tempo que querem dar a conhecer ao mundo os vinhos portugueses, a sua diversidade e qualidade. Este grupo, chamado D'Uva, nasceu à volta de uma mesa em resposta ao desafio na altura colocado por um jornalista. Por que não um grupo organizado de mulheres portuguesas ligadas ao vinho? Nascia, assim, em 2016, o projecto abraçado por oito produtoras, cada uma ligada a diferentes áreas na esfera do vinho. Há, de facto, uma nova geração de enólogas e engenheiras agrónomas dedicadas à viticultura, e que já demonstraram ser capazes de deixar marca. Outras, ligadas ao marketing nesta área de negócios, ajudam também a compor a imagem das D'Uva, acrescentando ainda que a herança

e a vivência familiar em torno dos vinhos facilita a definição dos seus objectivos. De referir, também, que o facto de todas pertencerem a várias regiões víquicas, cada uma com as suas diferenças, contribui para a apresentação de uma variedade de portefólio e de perfis de vinhos, o que só por si está apto a desenhar um roteiro de vinhos de Portugal. No espírito de todas, baila uma revolta contra a forma como o vinho nacional é tratado no estrangeiro. “Bebem o nosso vinho, que é de topo, a preços quase de borla. Queremos inverter esta tendência”, garantem. A apresentação de cada uma das D’Uva é o maior atestado das suas competências. Estas prometem agitar o universo do vinho, elevando as suas vozes de mulher em nome da qualidade do que é português. Ei-las.

## AS D’UVA

Catarina Vieira, agrónoma, viticultora e empresária, assumiu a liderança do projecto familiar Herdade do Rocim, no Alentejo, em 2002. Situada entre a Vidigueira e Cuba, no Baixo Alentejo, a herdade do Rocim tem 120 ha, dos quais 70 são de vinha quase toda plantada neste século. Em 2007, lançou os seus primeiros vinhos. Outra das presenças das D’Uva é Francisca van Zeller, descendente de uma família há 15 gerações envolvida no negócio dos vinhos do Porto e do Douro. Francisca é licenciada em História, pós-graduada em jornalismo e, desde 2013, dedica-se ao projecto familiar Quinta Vale D. Maria, cabendo-lhe directamente a área de vendas e promoção dos vinhos, mas tem também envolvimento em enologia, ramo

onde fez uma pós-graduação. Francisca van Zeller assume, dentro das D’Uva, o papel de porta-voz.

Outra das integrantes é Luísa Amorim, directora-geral da Quinta Nova de Nossa Senhora do Carmo, um projecto familiar integrado no grupo da Corticeira Amorim. Com formação e percurso na hotelaria, marketing e gestão, Luísa Amorim interessa-se igualmente por enologia e participa no

“AS D’UVA  
DESTACAM-SE  
NUM SECTOR  
TRADICIONALMENTE  
MASCULINO”

fecho de cada um dos lotes de vinhos Quinta Nova. Luísa é ainda fundadora da Associação Bagos D’Ouro, uma organização sem fins lucrativos que promove oportunidades educacionais para crianças e jovens carenciados daquela região.

Quanto a Mafalda Guedes, é a mais velha da quarta geração da Sogrape Vinhos, a maior produtora nacional e detentora de várias quintas. Licenciada em Gestão na Universidade de Oxford, fez pós-graduação em enologia na Universidade Católica do

Porto e é hoje gestora de mercados da empresa. Actualmente, Mafalda Guedes está mais directamente ligada à Herdade do Peso, no Alentejo, propriedade que aposta em políticas de vanguarda e inovação tecnológica.

Outra a integrar o grupo das D’Uva é Maria Manuel Maia, herdeira executiva da centenária produtora de vinhos Poças Júnior, partilhando há uma década a gestão familiar da empresa. Engenheira agrícola formada pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, assume a gestão da viticultura das três quintas da família.

Rita Cardoso Pinto é licenciada em Gestão pela Universidade Católica, tendo feito depois mestrado em viticultura e enologia no Instituto Superior de Agronomia. Foi então que iniciou o seu percurso no mundo dos vinhos, tomando as rédeas da propriedade da família, a Quinta do Pinto, em Alentejo, que conta com 120 ha.

Noutra região, no Alentejo, mais especificamente em Portalegre, temos o Monte da Penha, onde Rita Fino é a responsável pelo marketing. Seguindo a tradição dos projectos víquicos da família, nomeadamente com a Tapada do Chaves, Rita Fino envolveu-se com o Monte da Penha, herdade de 139 ha, 23 dos quais têm vinha. Uma das características do Monte da Penha é a aposta em vinhos tintos envelhecidos em carvalho francês e comercializados já com alguns anos de garrafa.

Finalmente, a última integrante do grupo D’Uva é outra alentejana, Rita Nabeiro, da Adega Mayor. Licenciada em design de Comunicação, começou por se envolver a desenhar a marca para os vinhos da casa Delta Cafés. Entretanto, com a inauguração, em 2007, da Adega Mayor, Rita integrou o projecto Nabeiro, inicialmente como



responsável pelo marketing geral do grupo, mas assumindo, hoje, a direcção geral da Adega, a propriedade de Campo Maior que conta com 350 ha. São estas oito mulheres, todas elas líderes de projectos vínicos, que querem ter voz activa na defesa dos vinhos portugueses, empenhando-se também na sua divulgação além-fronteiras. Para elas, há já uma certeza: "as mulheres trazem uma nova sensibilidade e experimentalismo ao sector". A sua palavra de ordem é só uma: "Queremos afirmar-nos como um país de grande qualidade. E vamos consegui-lo!" 🌞

DESCUBRA MAIS EM:  
[www.turbilhao.pt](http://www.turbilhao.pt)





06

07

08

05

09

04

03

01

02

Produção Companhia das Cores  
Fotografia Pedro Bettencourt

Agradecimento Horto do Campo Grande



ELEUTERIO



TIRISI

# THE PERFECT GIFT

01. 03. 07. Damiani | 02. 05. 08. Bulgari  
04. 06. Tirisi | 09. Anil Arjandas



BULGARI



DE GRISOGONO



08

09

07

01

02

06

05

04

03

Produção Companhia das Cores  
Fotografia Pedro Bettencourt

Agradecimento Horto do Campo Grande





DJULA



ANIL ARJANDAS



DAMIANI

# WISH LIST

01. Eleuterio | 02. 05. de Grisogono | 03. Mattia Cielo | 04. Bulgari  
06. 07. 08. Djula | 09. Piaget



PIAGET



MATTIA CIELO



AUDEMARS PIGUET  
Royal Oak

#### CHUVA DE DIAMANTES

O vermelho é um dos tons desta estação. Uma cor quente, viva e sedutora..., que promete combater as intempéries e cinzentismo do Inverno com um toque de glamour, abrilhantado pelo fulgor dos diamantes e o calor do ouro rosa.



GIVENCHY



STELLA McCARTNEY



GUCCI



MONTBLANC  
Edição Especial  
Marilyn Monroe



DISPONÍVEL NA:



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS PLUS



AV. DA LIBERDADE, 129 - LISBOA  
TEL.: (351) 213 430 076

EDDIE  
REDMAYNE'S  
CHOICE\*

SEAMASTER AQUA TERRA  
MASTER CHRONOMETER

  
**OMEGA**



Breguet  
Depuis 1775

## Breguet, o criador.

### Marine Equação do Tempo 5887

Como membro do *Bureau des Longitudes*, Abraham-Louis Breguet foi nomeado cronometrista oficial da Marinha Real Francesa pelo Rei Louis XVIII, em 1815. Hoje, este legado é celebrado com o Marine Equação do Tempo 5887. Esta peça excepcional exibe simultaneamente o tempo civil e o tempo solar real, indicado através de um ponteiro decorado com um sol dourado. A história continua...

[marine.breguet.com](http://marine.breguet.com)



BOUTIQUE  
DOS RELÓGIOS



Av. da Liberdade 194C, 210 730 530; Av. da Liberdade 129, 213 430 076  
Centro Colombo, 217 122 595; Amoreiras Shopping Center, 213 827 440  
NorteShopping, 229 559 720