

LUXO

CADERNO
ESPECIAL



PATROCINADORES

EISENBERG
PARIS

Miele

ROSA&TEIXEIRA

QUEM RESISTE À **tentação?**

A Eisenberg Paris apresenta três novas fragrâncias da colecção L'Art du Parfum, criada pelo fundador da marca, José Eisenberg

Da fresca e vibrante “Eau Fraîche Délicate”, passando pela ousada e sensual “Tentation Irrésistible” e terminando na elegante e sofisticada “Rouge et Noir Intense”, o mais difícil vai ser resistir a cada um destes novos perfumes. De acordo com a marca, cada fragrância foi criada com os melhores ingredientes e concebida para evocar uma determinada emoção, proporcionando uma viagem única e inesquecível.

A colecção L'Art du Parfum foi criada por José Eisenberg, fundador da Eisenberg, e encarna um conceito muito pessoal, no qual se reflecte o seu amor pela arte – pinturas, fotografia de arte, poesia –, ao mesmo tempo que dá liberdade à sua paixão por perfumes. Pelas palavras do próprio, «a colecção L'Art du Parfum é inspirada no meu amor pela arte e pelo perfume. A pintura tem sido uma forma de reter e captar as minhas emoções, dando aos meus perfumes uma dimensão de eternidade».

Para dar eternidade a estas novas fragrâncias, o fundador convidou o artista brasileiro Juarez Machado, uma figura-chave da arte figurativa contemporânea, para transpor para a arte o mundo de emoções, memórias e equilíbrios subtis que cada perfume oferece. O resultado está patente nas embalagens das diversas fragrâncias, disponíveis para homem e mulher.

L'ART DU PARFUM

A nova colecção é composta de três fragrâncias: “Eau Fraîche Délicate”, “Rouge et Noir Intense” e “Tentation Irrésistible”. A primeira é uma lufada de ar fresco infundida com elegância sublime, capaz de despertar uma nova sensualidade. As suas notas picantes e refrescantes vão ao encontro da toranja e da groselha preta, libertando uma frescura etérea. O coração delicado e radiante do jasmim e do pêssego é envolvido pela suavidade do almíscar e do sândalo para se juntar à elegância do cedro.

Entre a paixão, a audácia e a intemporalidade de uma dança olfactiva carnal, surge a fragrância “Rouge et Noir Intense”. Para uma experiência íntima e sensual, este perfume oferece o palco para a tangerina e a bergamota brilharem no topo, acompanhadas pela suavidade da baunilha e do jasmim. A tuberosa e o sândalo na base deixam um rasto intenso e magnético.

Por fim, a “Tentation Irrésistible” faz um apelo sedutor para se ceder à tentação. Este convite abre-se com o voo ardente da bergamota e das bagas rosadas para revelar a sensualidade e o requinte da rosa, que namora com os toques doces do jasmim. Quem conseguirá resistir à generosidade voluptuosa do cumaru e da baunilha gourmet? O convite está feito! ■





EAU FRAÎCHE
DÉLICATE

L'ART DU PARFUM



EISENBERG
PARIS

Antonio Salgado,
director-geral
da Miele Ibéria

APOSTA NUMA EXPERIÊNCIA **premium**

A Miele continua a desenvolver produtos de qualidade e quer oferecer uma experiência premium aos seus clientes, mas existem outras novidades...



A Miele Ibéria tem uma nova direcção e são muitos os planos e as novidades para manter o estatuto premium da marca. Novas lojas, mais Miele Experience Centers fazem parte da nova gestão, mas a confiança do cliente será sempre a grande prioridade. Antonio Salgado, director-geral da Miele Ibéria, partilha com a Marketeer estas e outras metas para a marca de electrodomésticos.

De que forma encara o desafio de liderar a Miele Ibéria?

Encaro com entusiasmo e determinação. Como novo director-geral estou comprometido em impulsionar o crescimento e o sucesso da empresa, fortalecendo a nossa presença no mercado ibérico. Trabalharei directamente com a equipa portuguesa,



para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que surgirem, percorrendo o caminho para um reconhecimento cada vez maior da Miele junto do target premium.

Qual será a estratégia para atrair novos consumidores?

A estratégia para Portugal será focada em oferecer experiências únicas e destacar os benefícios dos nossos produtos premium. Investiremos em campanhas publicitárias criativas e eficazes, utilizando diferentes canais de comunicação para alcançar o nosso público-alvo. A nossa abordagem em termos de comunicação será também diferenciada, de acordo com as zonas geográficas onde haja maior potencial de crescimento para a marca e maior afinidade com o consumidor premium. Além disso, continuaremos a desenvolver e a aprimorar os nossos Miele Experience Centers, que nos diferenciam da concorrência, oferecendo

demonstrações interactivas, workshops e eventos especiais para proporcionar aos consumidores uma experiência inesquecível.

Que experiências proporcionam os Miele Experience Centers?

Em primeiro lugar, os clientes podem interagir directamente com os nossos produtos, presenciando a sua qualidade e funcionalidades avançadas. Os nossos especialistas, com um know-how único dos nossos equipamentos, estão disponíveis para fornecer orientação personalizada e demonstrações detalhadas. Os MEC são pensados para disponibilizar um ambiente sofisticado e acolhedor, criando um espaço onde os clientes podem explorar a gama de soluções Miele para a casa e receber aconselhamento especializado que corresponda às suas necessidades específicas. Dentro da estratégia de own retail destacamos também a nossa loja online, disponível para vendas no continente e ilhas, e que se pretende ser uma continuidade do serviço premium que prestamos. Entre as vertentes online e offline pretendemos uma experiência cómoda e em linha com o serviço premium da marca.

Quais as expectativas para a nova loja no Porto?

A cidade do Porto é um mercado estratégico importante e acreditamos que a expansão para esta região nos permitirá responder melhor à procura dos clientes locais. Este passo é um sinal do investimento na região e, em simultâneo, um complemento ao trabalho já desenvolvido pelos distribuidores desta zona. Olhamos para o novo MEC Porto como uma forma de trazer novos clientes e esperamos que seja bem recebido pelos consumidores, oferecendo-lhes acesso aos nossos equipamentos e serviços premium.

A nova loja no Porto introduzirá algumas novidades no conceito existente dos Miele Experience Centers. Estamos sempre à procura de inovação nos nossos espaços e, neste em especial, criámos uma peça criativa em colaboração com a artista Liliana Claro, com azulejos pintados à mão e que fazem referência ao Porto. Esta é uma parceria que nos ajuda a homenagear a cidade de uma forma especial. A loja vai apresentar uma selecção de equipamentos, incluindo lançamentos recentes. Para além disso, à semelhança do MEC em Carnaxide, estamos a desenvolver experiências interactivas e personalizadas para os visitantes.

Na sua direcção, estão previstas algumas mudanças. Quais?

A mudança cultural e estratégica que planeamos consiste em adaptar a Miele à constante evolução do mercado, com foco na transformação digital, sustentabilidade e desenvolvimento de novas parcerias estratégicas. Queremos ser uma empresa ágil, inovadora e focada no cliente. Isto vai envolver a implementação de novos processos e tecnologias, a promoção de uma mentalidade de colaboração e a melhoria contínua das nossas operações e serviços. Esta mudança permitirá que a Miele se mantenha na vanguarda da indústria e corresponda às necessidades dos seus consumidores. ■

UM SÉCULO
DE
HISTÓRIA
NA MODA
de luxo

Esta é a história de uma
marca inconfundível no
panorama moderno de moda
de luxo em Portugal. Rosa
& Teixeira, há 100 anos
a fazer a diferença



A história de Rosa & Teixeira está ligada à própria história da alfaiataria em Portugal. Tudo começa com Manuel Amieiro, no início do século XX, quando, depois de uma experiência na Rue Royale de Paris, o epicentro da elegância europeia, o português se transforma no Mestre Alfaiate mais prestigiado de Lisboa. Francisco Rosa, seu discípulo, substitui o mestre e continua a tradição com o genro, António Teixeira. Da união dos dois apelidos nasceu a distinta marca de alfaiataria Rosa & Teixeira.

Rosa & Teixeira estabelece-se, então, na Avenida da Liberdade, o centro da alta-costura e da moda de luxo de Lisboa. Numa relação longa, que se renova todos os anos, a marca cresce e evolui e, sem nunca perder a sua personalidade, a sua oferta supera-se ano após ano. Em 1981, Rosa & Teixeira enfrenta os desafios da evolução e actualiza o seu negócio, tornando-o ainda mais atractivo e competitivo. Conseguindo manter fiéis os seus clientes da alfaiataria, a marca conquista um novo público com a apresentação de uma colecção própria, primando sempre pela oferta de peças exclusivas, modernas e elegantes, e de uma qualidade ímpar.

Ainda no fim dos anos de 1980, Rosa & Teixeira assiste a um novo período de crescimento com a abertura da loja no Porto. A chegada da marca ao mítico Edifício Aviz, na Avenida da Boavista, é um momento histórico para a Rosa & Teixeira. Tal como em Lisboa, também no Porto a grande aposta é a modernidade indissociável de uma qualidade premium. Além da oferta ímpar da marca, o atendimento e o serviço que são prestados em ambas as lojas garantem a Rosa & Teixeira o sucesso de ser uma entidade reconhecida a nível internacional.

A tradição e cultura, interligadas com o estilo, o bom-gosto, o serviço de excelência e o profissionalismo fazem de Rosa & Teixeira mais do que uma feliz combinação de nomes. Apesar de ter conseguido um estatuto de marca de luxo e de reconhecimento, com o trabalho de alfaiataria, Rosa & Teixeira acompanhou sempre a evolução da moda e todas as estações apresenta várias sugestões da sua própria colecção, podendo as novidades da marca ser encontradas na Av. da Liberdade e na Av. da Boavista.

Independentemente das novidades apresentadas, a cada estação há uma linha condutora que torna a sua origem inconfundível: todas as peças primam pela elegância e qualidade superior dos materiais que utilizam. Este ano, por exemplo, Rosa & Teixeira seguiu a tendência e apostou na leveza da combinação do linho e do algodão.

NÚMERO 204 DA AVENIDA DA LIBERDADE

Rosa & Teixeira é das poucas casas que preserva um serviço de alfaiataria de luxo em Lisboa. É no atelier, situado no número 204 da Avenida da Liberdade, que as mãos do Mestre Alfaiate e



da sua equipa mantém viva a tradição que já marca várias gerações de profissionais e de clientes ligados a esta casa.

Cada peça é especial e tratada com a singularidade que merece, os detalhes e os vários pormenores são o que fazem de cada trabalho uma peça única, garantindo a sua exclusividade e a satisfação de todos os clientes.

Num ambiente recatado, tranquilo e cheio de requinte, os clientes têm contacto directo com o Mestre Alfaiate, podendo acompanhar o processo e provar a peça em construção. Existe um gabinete próprio com os requisitos necessários à exigência do trabalho ali efectuado, que mantém a sofisticação e o rigor que caracterizam a Rosa & Teixeira, assim como um serviço totalmente personalizado.

Com uma enorme vontade de superação das expectativas dos seus clientes, Rosa & Teixeira acompanha os desafios que o mercado da moda de luxo acarreta e apresenta soluções inovadoras. No início deste ano, a marca aplicou os seus valores numa nova forma de vestir Rosa & Teixeira e apresentou uma linha de perfumes exclusivos, em que cada frasco é único. O luxo e a elegância da marca foram assim transpostos para duas fragrâncias – a “R+” e a “+T” –, com uma abordagem criativa e inovadora.

Neste caso, a marca convidou um artista para criar duas obras de arte, cada uma inspirada numa fragrância. As ilustrações foram divididas em pequenas partes, que são os rótulos de cada frasco, tornando cada perfume uma peça de colecção única e irrepetível.

Ambos os perfumes foram produzidos em quantidades exclusivas, existindo apenas 1100 unidades de cada. O “R+” apresenta notas frescas e cítricas de laranjas e limões, enquanto o “+T” assume a calma das notas florais e frutadas da Natureza. ■

PARA QUEM GERE PESSOAS



ASSINE JÁ!

41€

1 ANO ASSINATURA
(12 edições)

72€

2 ANOS ASSINATURA
(24 edições)

Para mais informações: assinaturas@multipublicacoes.pt ou ligue para o **210 123 400**.

Assine já em: <https://assinaturas.multipublicacoes.pt/> e beneficie de descontos até 20% sobre o preço de capa.

Valores de assinatura válidos para Continente e Ilhas.