

UNIQUE

MAGAZINE



A REVISTA DO HOTEL UNIQUE
Nº1 OUTONO/INVERNO 2011

Cartier





Dior

The SEERSUCKER SILK Fabric

Ermenegildo Zegna

AN ENDURING PASSION FOR FABRIC AND INNOVATION SINCE 1910

SÃO PAULO Haddock Lobo 1682 Tel 11 3062-1881. Villa Daslu Tel 11 3845-3750. Shopping Iguatemi Tel 11 3031-4771
Shopping Cidade Jardim Tel 11 3552-4102. RIO DE JANEIRO Shopping Leblon Tel 21 2422-3757
BRASÍLIA Shopping Iguatemi Brasília Tel 61 3468-5001



Você anota sonhos? Nossos engenheiros desenham.

**Novo Audi A7 Sportback.
Uma nova referência em design e tecnologia.**

Mais do que um carro de luxo, o Audi A7 Sportback é um coupé que agrega a leveza de linhas originais e a esportividade do motor 3.0 TFSI de 300 cv. Sem falar no câmbio S-tronic, tração quattro®, freios regenerativos, head up display e toda a tecnologia que você só poderia esperar da Audi. Visite uma de nossas concessionárias e conheça de perto o carro que nasceu para se tornar referência. Para saber mais, acesse: www.audi.com.br/a7.



Respeite a sinalização de trânsito.



Imagens meramente ilustrativas.

Audi
Vorsprung durch Technik





CIRRUS  | SEU CIRRUS PERSONALIZADO



YOUR WORK. YOUR LIFE. YOUR CIRRUS. YOUR MOVE.

ANTI-GELO | AR CONDICIONADO | TURBO | CAPS - PARA-QUEDAS | PERSPECTIVE BY GARMIN



DESCUBRA MAIS EM:

WWW.CIRRUSAIRCRAFT.COM.BR | WWW.CIRRUSNEWS.COM.BR

INFO@CIRRUSAIRCRAFT.COM.BR | 11 4582.6144

© 2011 CIRRUS DESIGN CORPORATION. ALL RIGHTS RESERVED.

A Ferretti saiu do mar especialmente para encontrar você na Tools & Toys.



F 620
O yacht que revoluciona a qualidade de vida a bordo.



F 660
Incomparável em termos de espaço e luminosidade.



F 830
Todo o conforto de uma casa a bordo.



F 500



F 530



F 620



F 660



F 700



F 750



F 830



F 861



F 801 RPH

FERRETTIGROUP
BRASIL



Representante exclusivo Ferrettigroup Brasil

Shopping Cidade Jardim - 3º piso
Avenida Magalhães de Castro, 12.000
São Paulo - SP - Tel: (11) 3552-4000

www.toolsandtoys.com.br



Estilo, tecnologia e performance no Mar, na Terra e no Ar.

Ad Agency



EDITORIAL

O QUE MAIS PODERÍAMOS DESEJAR PARA O UNIQUE NESSE INÍCIO DE DÉCADA, DEPOIS DE NOVE ANOS REPLETOS DE CONQUISTAS? O HOTEL QUE É SINÔNIMO DE DESIGN, MODERNIDADE E SOFISTICAÇÃO COM SUA ARQUITETURA DE VANGUARDA E SEU ESTILO SINGULAR, JÁ É UM CARTÃO POSTAL DA CIDADE DE SÃO PAULO E UMA REFERÊNCIA MUNDIAL EM HOTELARIA, MAS NÓS QUERÍAMOS INOVAR PARA CATIVAR VOCÊ E CRIAR UMA RELAÇÃO MAIS ÍNTIMA ONDE O DIÁLOGO FOSSE CONSTANTE. QUERÍAMOS PARTILHAR NOSSAS HISTÓRIAS, CONTAR ALGUNS DOS NOSSOS SEGREDOS, ENFIM, NOS REVELAR UM POUCO MAIS PARA MANTER NOSSO RELACIONAMENTO SEMPRE ATRAENTE. DESSE DESEJO INTENSO, NASCEU O UNIQUE MAGAZINE, UMA PUBLICAÇÃO EXCLUSIVA DO HOTEL, QUE SERÁ DISTRIBUÍDA AOS NOSSOS HÓSPEDES E ESTARÁ A DISPOSICÃO DE TODOS OS VISITANTES, ALÉM DE SER ENVIADA AOS NOSSOS CLIENTES, PARCEIROS E AMIGOS AO REDOR DO MUNDO.

O UNIQUE MAGAZINE É MAIS UM CANAL DE COMUNICAÇÃO DO HOTEL E A VITRINE DE TUDO O QUE ACREDITAMOS EM TERMOS DE LIFESTYLE. EM SUAS PÁGINAS DESTILAREMOS O BOM GOSTO ATRAVÉS DE ENTREVISTAS COM PERSONALIDADES MARCANTES QUE FAZEM A HISTÓRIA DO HOTEL SER UM SUCESSO E QUEREMOS, ACIMA DE TUDO, TROCAR IDEIAS SOBRE ARTE, CONSUMO DE LUXO, MODA, CULTURA E TUDO O QUE ESTÁ RELACIONADO AO QUE NOS CERCA.

ESPERO QUE APRECIEM ESSE PROJETO EDITORIAL QUE FOI CRIADO PENSANDO EM ENCANTAR VOCÊ! BOA LEITURA E ATÉ A PRÓXIMA EDIÇÃO ...

AFTER NINE YEARS OF OUTSTANDING ACHIEVEMENTS, WHY DID THE HOTEL VENTURE OUT AND CREATE UNIQUE MAGAZINE? OUR HOTEL, WHICH SYMBOLIZES DESIGN, MODERNITY AND SOPHISTICATION WITH CUTTING-EDGE ARCHITECTURE AND ITS INCOMPARABLE STYLE, IS ALREADY A POSTCARD FOR THE CITY OF SÃO PAULO AND A WORLD-LEADING REFERENCE FOR THE HOTEL INDUSTRY, BUT WE STILL WANT TO INNOVATE AND CAPTIVATE BY CREATING A MORE INTIMATE AND ONGOING RELATIONSHIP WITH OUR GUESTS. WE WANTED TO SHARE OUR STORIES, TELL SOME OF OUR SECRETS, AND IN SHORT, TELL YOU A LITTLE MORE ABOUT OURSELVES TO KEEP OUR RELATIONSHIP EVERLASTING. DERIVING FROM THIS INTENSE DESIRE, UNIQUE MAGAZINE WAS CREATED, AN EXCLUSIVE PUBLICATION FOR THE HOTEL, WHICH WILL BE DISTRIBUTED TO OUR GUESTS AND WILL BE AVAILABLE TO ALL VISITORS, AS WELL AS TO OUR CLIENTS, PARTNERS AND FRIENDS AROUND THE WORLD.

UNIQUE MAGAZINE IS ANOTHER CHANNEL OF COMMUNICATION FROM THE HOTEL AND A SHOWCASE OF EVERYTHING WE BELIEVE IN, IN TERMS OF LIFESTYLE. IN ITS LUXURIOUS PAGES WE WILL BRING YOU INTERVIEWS WITH OUTSTANDING PERSONALITIES THAT MAKE THE HOTEL'S HISTORY SUCCESSFUL, AND WE WANT TO, ABOVE ALL, EXCHANGE IDEAS ABOUT ART, LUXURY CONSUMPTION, FASHION, CULTURE AND EVERYTHING THAT SURROUNDS US.

I HOPE YOU ENJOY THIS MAGAZINE, WHICH WAS CREATED TO ENCHANT YOU. HAPPY READING AND SEE YOU IN OUR NEXT ISSUE.

Melissa Oliveira

FRATTINA



WWW.FRATTINA.COM.BR

OSCAR FREIRE, 588 - 11 3062 3244 | SHOPPING IGUATEMI - 11 3097 0811

CONTEÚDO

CONTENTS

EDITORIAL 14

UNIQUE MAGAZINE
Note from the Hotel Manager

NEWS 18

TENDÊNCIAS, BOUTIQUES, ATRAÇÕES
What's new

AGENDA 22

NOSSA SELEÇÃO SOBRE O QUE HÁ DE MELHOR NA CIDADE
What's on

ARQUITETURA 26

RUY OHTAKE
Architecture - Ruy Ohtake

PERFIL 32

MELISSA OLIVEIRA
Profile - Melissa Oliveira

ESTILO 36

MARCIO UTSCH
Style - Marcio Utsch

CAPA 40

IZABEL GOULART – TOP DESTINOS
Cover - Izabel Goulart – Top Destinations

46 COMPRAS

PARA ELE & ELA | NA CIDADE
Shopping for Him & for Her | in the City

50 MODA

ALEXANDRE HERCHCOVITCH
Fashion - Alexandre Herchcovitch

56 NOVIDADES INTERNACIONAIS

NOVA IORQUE, LONDRES & PARIS
International News - New York, London & Paris

60 GASTRONOMIA

EMMANUEL BASSOLEIL
Gastronomy - Emmanuel Bassoleil

68 DEZ RAZÕES PARA...

UNIQUE GARDEN
Ten Reasons to visit the Unique Garden

74 EVENTOS ESPECIAIS

HÓSPEDES VIP, HAIR SHOW & BAILE VOGUE
Special Events - VIP, Hair Show & Baile Vogue

80 ENGAJAMENTO SOCIAL

LARAMARA
Laramara - Social Engagement

BVLGARI



Mon
JASMIN NOIR

THE ESSENCE OF A JEWELER

UNIQUE NEWS



BANHO COM ASSINATURA

Este ano, o Hotel Unique escolheu a encantadora linha de produtos para banho Au Thé Vert da Bulgari Eau Parfumée para os seus quartos. Au Thé Vert foi a primeira fragrância assinada pela Bulgari, criada a partir de ricos óleos emolientes, extrato de flores de jasmim e laranja, proteínas da seda e leite de chá verde Chinês. Bulgari Au Thé Vert foi uma escolha natural para o desejo do Hotel Unique em criar uma atmosfera onde seus hóspedes não se sintam como se estivessem em casa. Neste sentido, os hóspedes são transportados através da sensualidade exótica dos luxuosos ingredientes presentes em Bulgari Au Thé Vert enquanto desfrutam o melhor do Hotel Unique.



SIGNATURE SCENT

This spring, Unique Hotel chose the Bulgari Eau Parfumée au Thé Vert line of bath amenities for its rooms. Au Thé Vert was Bulgari's first signature fragrance, crafted from rich emollient oils, extracts of jasmine and orange blossom, silk proteins and Chinese green tea milk. Bulgari au Thé Vert was a natural choice for Unique Hotel's desire to create an atmosphere where guests don't feel as if they are home. In this sense, guests are transported through the exotic sensuality and luxurious ingredients found in Bulgari's au Thé Vert while enjoying the very best of Unique Hotel.

MODA BRASILEIRA

Cris Barros, famosa pelo estilo inconfundível de suas criações ultra-femininas, organizou no Hotel Unique o desfile da sua coleção Outono-Inverno 2011. Batizada de "Beautiful Ordinary People" com inspiração no retorno da beleza artística, as peças atestaram, outra vez, todo o talento criativo da estilista.

BRAZILIAN FASHION

Cris Barros, famous for the distinctive style of her ultra-feminine designing, held a fashion show for her fall/winter 2011/2012 collection at the Unique Hotel. Entitled "Beautiful Ordinary People", the collection is inspired by the return of artistic beauty and in turn has proven the talent of this stylist.

www.crisbarros.com.br

MOBILIDADE VERDE

O Unique é o primeiro hotel em São Paulo a apoiar o Projeto U-Bike, onde os hóspedes tem à sua disposição bicicletas, serviço especializado de Personal Biker e cicloturismo com roteiro montado pela empresa Green Mobility. Reservas na recepção do hotel ou pelo site abaixo.

GREEN MOBILITY

Unique is the first hotel in São Paulo to support the U-Bike Project, whereby guests have bicycles made available to them to make use of the personal biker service and the cycling tour, which was set up by Green Mobility. Reservations can be made at the hotel reception desk or through the website.

www.u-bike.com.br



QUINTESSENTIALLY

Qual é o seu sonho? O que você gostaria de realizar mas não tem tempo para planejar? Quer sobrevoar o Nepal? Festejar as bodas de ouro no Castelo de Versalhes? Enviar um buquê de flores para o seu grande amor que está trabalhando em Nova Iorque? Talvez pagar aquela pilha de contas sem acessar o internet bank? Conhecer seu artista predileto e poder jantar à luz de velas num iate em alto mar? Que tal comprar um traje típico dos Marajás das Índias ou um vestido de noiva de um estilista árabe? Solte sua imaginação e pense no que seria um sonho extravagante que a Quintessentially realiza para você.

Especializado em gerenciamento de estilo de vida, o grupo Quintessentially, que conta com mais de 60 escritórios no mundo e opera em São Paulo desde março de 2010, tem como política a seleção rigorosa de parceiros - o Hotel Unique e o Unique Garden Hotel & Spa Resort fazem parte dessa lista criteriosa - dispostos a atender o desejo dos seus associados, qualquer que seja a circunstância ou ocasião. Para tanto, basta que o interessado nesse serviço exclusivo se associe ao clube, arcando com uma anuidade que pode variar de US\$2.200 até US\$75.000. O associado usufrui de incomparáveis possibilidades, além de assistência 24 horas, durante 7 dias por semana, todos os dias do ano em qualquer lugar do mundo para poder satisfazer absolutamente todos os seus desejos. Para transformar esses sonhos em realidade, a Quintessentially possui um total de 43 mil parceiros, entre hotéis, spas, restaurantes, lojas e serviços.

Por isso, faça como Rod Stewart, que voando à bordo do seu jato particular para participar de um baile em Cannes, lembrou-se que a festa não era black tie mas que o dress code pedia um traje escocês. Sem titubear, ligou para a Quintessentially e, quando desembarcou no aeroporto francês, um motorista já estava esperando o astro com sua fantasia kilt em mãos. É esse tipo de luxo e comodidade exclusiva, além de uma infinidade de opções cheias de glamour e emoção, que a Quintessentially oferece a todos os seus associados.



QUINTESSENTIALLY

What is your dream? What would you like to do but have no time to plan for? Do you want to fly over Nepal? Or celebrate your golden anniversary in the Castle of Versailles? Send a bouquet of flowers to your great love who is working in New York? Maybe pay a pile of bills even without having access to internet banking? Perhaps you want to meet your favorite artist or enjoy a candlelit dinner on a yacht on the high seas? How about buying an Indian Maharaja costume or a wedding dress from a Middle Eastern designer? Unleash your imagination, think of your ultimate dream and Quintessentially will make it come true for you.

Specializing in lifestyle management, the Quintessentially group, which has over 60 offices worldwide and has operated in Sao Paulo since March 2010, has a very rigorous policy in selecting its partners, and the Unique Hotel and Unique Garden Hotel & Spa Resort have made it on that very selective list.

The service, prepared to meet the desire of its members regardless of what they may be, is reserved for members only and is available for an annual membership fee that ranges from US\$2,200 to US\$75,000.

The members enjoy unique opportunities, including 24-hour assistance, 7 days a week, 365 days a year, from anywhere in the world. In order to make every member's dream come true, Quintessentially has a total of 43,000 partners, including hotels, spas, restaurants, shops and services.

When Rod Stewart, who flew aboard his private jet to attend a ball at Cannes, remembered that the party was not black tie but that the dress code called for a Scottish costume, without hesitation, he called Quintessentially. When he landed at the French airport, he found a driver who was already waiting for the star with a fancy kilt at hand. It's this kind of luxury and exclusive comfort, and the glamorous options offered by Quintessentially to all its members that makes it so unique.



<http://www.quintessentiallygroup.com/>



RESPEITE A SINALIZAÇÃO DE TRÂNSITO.

MAIS UMA FAMÍLIA DE LENDAS DO AUTOMOBILISMO.



Range Rover Vogue



Range Rover Sport



Discovery 4



Freelander 2



Defender

wunderman

RANGE
ROVER

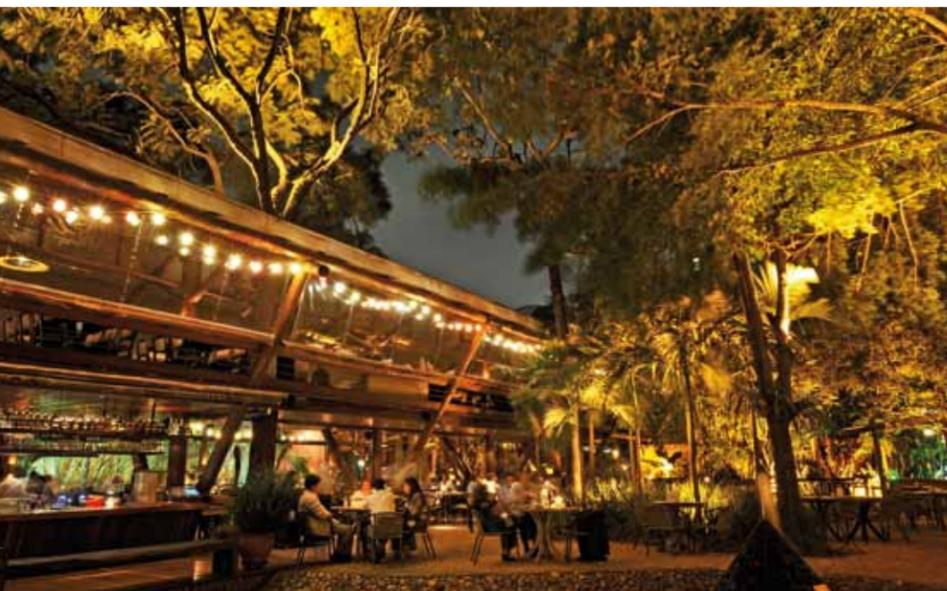


AGENDA

GASTRONOMIA

SÃO PAULO RESTAURANT WEEK

Em sua 9ª edição, uma das maiores semanas gastronômicas do mundo abrangerá cerca de 200 restaurantes em São Paulo, entre os quais: Obá, Arábia, La Marie, Govinda, Ganesh, Chakras, Johnnie Pepper, La Grassa e Praça São Lourenço. Todas as casas participantes oferecerão cardápios especiais com entrada, prato principal e sobremesa com preços fixos no almoço e no jantar. De 29 de agosto a 04 de setembro (período exclusivo para clientes Mastercard Black e Platinum). De 05 a 18 de setembro (para o público geral). Confira a lista completa dos estabelecimentos participantes pelo site abaixo.



GASTRONOMY SÃO PAULO RESTAURANT WEEK

In its 9th edition, one of the world's biggest gastronomy weeks will feature almost 200 restaurants in São Paulo, including Obá, Arábia, La Marie, Govinda, Ganesh, Chakras, Johnnie Pepper, La Grassa and Praça São Lourenço. All the participating venues will offer special menus with a starter, main course and dessert with fixed prices for lunch and dinner. The period between the 29th of August and the 4th of September is exclusively reserved for MasterCard Black and Platinum clients, while from the 5th to the 18th of September the event is open to the general public. Check out the complete list of participating establishments.

www.restaurantweek.com.br

SEMANA MESA SP

O maior encontro enogastronômico da América Latina reunirá nomes estrelados da culinária mundial. O evento incluirá o Congresso Internacional de Gastronomia – Mesa Tendências, inspirado no célebre evento espanhol Madrid Fusión. Durante o encontro, chefs estrangeiros e brasileiros apresentarão técnicas de vanguarda, ministrarão aulas e palestras para difundir estudos e produzir conhecimentos de gastronomia. De 26 a 29 de outubro, no Centro Universitário SENAC.

TABLE WEEK SÃO PAULO

The biggest enogastronomic event of Latin America will bring together big-name stars of world cuisine. The event will include the International Gastronomy Congress, Table Trends, inspired by Madrid Fusion, the famous Spanish event. During the event, chefs from Brazil and abroad will present avant-garde techniques and organize classes and lectures to present research and improve knowledge of gastronomy. October 26th to 29th at the Centro Universitário SENAC.

www.semanamesasp.com.br



© Tabeia Brunelli

TEATRO/MUSICAL NEW YORK, NEW YORK

Publicado em 1977, New York, New York, de Earl Mac Rauch, conta a história de amor entre a cantora Francine Evans e o saxofonista Johnny Boyle, ambientada na América do pós-guerra. No mesmo ano, a narrativa foi adaptada para os cinemas pelo cineasta Martin Scorsese (Taxi Driver), e teve como protagonistas Robert De Niro e Liza Minnelli. Na produção nacional, dirigida por José Possi Neto (Emoções Baratas), são 54 artistas no elenco, entre os quais, Alessandra Maestrini, Juan Alba, Simone Gutierrez e Julianne Daud. Clássicos como Sing, Sing, Sing, de Benny Goodman, The Man I Love, de George e Ira Gershwin e New York, New York, de John Kander e Fred Ebb estão no roteiro. Até 3 de julho, no Teatro Bradesco.



THEATER/MUSICAL NEW YORK, NEW YORK

Published in 1977, New York, New York, by Earl Mac Rauch, is set in post-war America and tells the love-story between singer Francine Evans and sax player Johnny Boyle. In the same year, the story was adapted for movie theatres by filmmaker Martin Scorsese (Taxi Driver), with Robert De Niro and Liza Minnelli in the leading roles. In the national production, directed by José Possi Neto (Emoções Baratas-Cheap Emotions), there are 54 artists on stage, including Alessandra Maestrini, Juan Alba, Simone Gutierrez and Julianne Daud. Classics like Benny Goodman's Sing, Sing, Sing, George and Ira Gershwin's The Man I Love, and John Kander and Fred Ebb's New York, New York are on the playlist. Until 3 July at the Teatro Bradesco.

www.teatrobradesco.com.br



MODA

SÃO PAULO FASHION WEEK

Integrante do Calendário Oficial da Moda Brasileira ao lado do Fashion Rio e do Rio-à-porter, o SPFW tornou-se uma das mais conceituadas semanas de moda do mundo. Desde sua edição, há 15 anos, soma dois milhões de visitantes. O SPFW representa um mercado que reúne 30 mil empresas, movimenta R\$50 bilhões anualmente e emprega quase dois milhões de brasileiros. Entre as grifes que desfilarão sua coleção Verão, estão a Colcci, Neon, Ronaldo Fraga, Ellus, Reinaldo Lourenço, Osklen e Alexandre Herchcovitch. De 13 a 18 de junho, na Fundação Bial, no Parque Ibirapuera.

FASHION SÃO PAULO FASHION WEEK

Featured on the Brazilian Fashion's Official Calendar, along with Fashion Rio and Rio-à-porter, the SPFW has become one of the most prestigious fashion weeks in the world. Since its inception fifteen years ago, 2 million people have visited it. The SPFW represents a market that gathers 30,000 companies, manages R\$50 billion annually and employs nearly two million Brazilian workers. Colcci, Neon, Ronaldo Fraga, Ellus, Reinaldo Lourenço, Osklen and Alexandre Herchcovitch are among the brands that will show their summer collections between June 13th and 18th at the Biennial Foundation, Parque Ibirapuera.

www.ffw.com.br

NOITE

SKOL SENSATION

Criado há 11 anos na Holanda, a terceira edição brasileira do evento terá o tema Os Mistérios de Wonderland. Com cerca de 80 mil m² de área construída (10% a mais do que em 2010), o espetáculo de luzes e música eletrônica terá uma gigantesca asa cenográfica, que dividirá o palco com dançarinas, artistas performáticos e renomados DJs, entre os quais: Above&Beyond, Roger Sanchez, Kaskade, Sander van Doorn e Mr. White. Movidos pela batida da música em um ambiente repleto de glamour e sofisticação, o público deverá estar vestido inteiramente de branco, para reforçar o movimento de união. 18 de junho, no Pavilhão de Exposições do Anhembi.

NIGHT SKOL SENSATION

Created 11 years ago in The Netherlands, the third Brazilian edition of this event will have The Mysteries of Wonderland as its main theme. With around 80 thousand square meters of constructed area (10% more than in 2010), the spectacle of light and electronic music will have a gigantic scenic wing that will share the stage with dancers, performing artists and renowned DJs, such as Above&Beyond, Roger Sanchez, Kaskade, Sander van Doorn and Mr. White. Moved by the beat of the music in an ambience full of glamour and sophistication, all guests are required to be dressed entirely in white, to reinforce the feeling of unity. June 18th at the Pavilhão de Exposições of the Anhembi.

www.skolsensation.com.br



SHOW FESTIVAL NATURA NÓS

Artistas de diversos gêneros e estilos musicais se encontrarão nos dois dias do festival. No sábado, subirão ao palco os cantores Jack Johnson, Jamie Cullum, Laura Marling, Roberta Sá e Antônio Zambujo, G. Love, Maria Gadú, BID, Sizzla Kalonji, I-Wayne Jesse Royal, Karina Buhr e Bi Ribeiro. No domingo, o cantor e compositor Toquinho com as convidadas Verônica Ferriani e Roberta Sá, além do grupo de percussão Barbatuques. Dias 21 e 22 de maio, na Chácara do Jockey.

SHOW "NATURA ABOUT US" FESTIVAL

Artists from different musical styles and genres will be present during the two days of the festival. On Saturday, singers Jack Johnson, Jamie Cullum, Laura Marling, Roberta Sá and Antônio Zambujo, G. Love, Maria Gadú, BID, Sizzla Kalonji, I-Wayne Jesse Royal, Karina Buhr and Bi Ribeiro will be performing on stage. While on Sunday catch the Brazilian singer/songwriter Toquinho alongside his guests Verônica Ferriani and Roberta Sá, and the percussion group Barbatuques. May 21st and 22nd at Chácara do Jockey.

www.naturamusical.com.br/naturanos.



BMW JAZZ FESTIVAL

A primeira edição do festival reunirá dez atrações de diversas gerações e estilos do jazz. Entre as atrações, a nova diva da black music, Sharon Jones. A cantora virá acompanhada de seu grupo, The Dap Kings, que ganhou reconhecimento mundial ao gravar seis das onze faixas do CD Back to Black, de Amy Winehouse. Eles apresentarão a turnê do disco I Learned the Hard Way, que chegou ao 15º lugar da parada Top 200 da Billboard e já superou a marca de 150 mil cópias vendidas. Também estão escalados os saxofonistas Wayne Shorter, Billy Harper e Joshua Redman, os baixistas Marcus Miller e Renaud Garcia-Fons, o pianista Tord Gustavsen, o grupo de gospel Madison Bumblebees of Winnsboro, a banda marcial italiana Funk Off Brass Band e a brasileira Orkestra Rumpilezz. De 10 a 12 de junho, no Auditório Ibirapuera.



© Laura Hamlin

BMW JAZZ FESTIVAL

The first edition of the festival will bring together ten attractions of several jazz generations and styles. Sharon Jones, the new diva of black music, is one of the attractions. The singer will be accompanied by her group, The Dap Kings, which recently gained worldwide recognition when they recorded six of the eleven songs on Amy Winehouse's Back to Black CD. They will present their album, I Learned the Hard Way, which reached the 15th spot on the Billboard Top 200 and has already sold more than 150,000 copies. Scheduled to play as well are saxophone players Wayne Shorter, Billy Harper and Joshua Redman, bass-players Marcus Miller and Renaud Garcia-Fons, piano player Tord Gustavson, gospel band Madison Bumblebees of Winnsboro, and marching bands Funk Off Bras Band from Italy and Orkestra Rumpilezz from Brazil. June 10th to 12th at the Auditório Ibirapuera.

www.bmu jazz festival.com.br



CINEMA

35ª MOSTRA INTERNACIONAL DE CINEMA

Os cinéfilos poderão acompanhar mais de 400 títulos dos mais variados países e de diversas cinematografias, exibidos em mais de 20 espaços, entre cinemas, museus e centros culturais espalhados pela capital paulista. A seleção mostrará um panorama do que o cinema contemporâneo mundial está produzindo e quais as tendências, temáticas, narrativas e estéticas estão predominando ao redor do mundo. De 20 de outubro a 03 de novembro. Veja a programação completa pelo site abaixo.

CINEMA 35TH INTERNATIONAL MOVIE FESTIVAL

Movie lovers will be able to view more than 400 titles from the most varied of countries and from several moviemakers, shown in more than 20 movie theatres, museums and cultural centers all over the Paulista capital. The selection will show a view of what contemporary world cinema is producing these days and which trends, themes, stories and aesthetics are predominant around the world. October 20th to November 3rd. Check out the complete program on the site.

www.mostra.org



ANIMA MUNDI

Criado em 1993 pelos animadores Aída Queiroz, Cesar Coelho, Lea Zagury e Marcos Magalhães, o maior evento de animação do país é hoje um dos três maiores do planeta. A 19ª edição exibirá uma nova seleção de produções divididas nas categorias: curta-metragem, curta-metragem infantil, curta-metragem brasileiro, curta-metragem de estudantes, longas, longas infantis e filmes produzidos por encomenda, como publicitários e videoclipes. O festival já exibiu mais de seis mil filmes e levou quase um milhão de espectadores às salas de cinema, oficinas, debates e workshops. De 27 a 31 de julho. Veja a programação completa pelo site abaixo.

ANIMA MUNDI

Created in 1993 by artists Aída Queiroz, Cesar Coelho, Lea Zagury and Marcos Magalhães, the country's biggest entertainment event has now also become one of the three biggest on the planet. The 19th edition will showcase a new selection of productions divided in different categories, which are short film, children short film, Brazilian short film, student short film, movies, children movies and movies produced on demand, such as advertisements and music videos. The festival has already showed more than 6000 movies and has brought almost one million spectators to the movie theatres, debates and workshops. July 27th to 31st. Check out the complete program on the site.

www.animamundi.com.br

EXPOSIÇÃO 6 BILHÕES DE OUTROS

Vista por mais de 3,5 milhões de pessoas na Europa e na Ásia, a videoexposição foi projetada pelo fotógrafo, jornalista e ambientalista francês Yann Arthus-Bertrand, autor do livro de fotos "A terra vista do céu". Exibida em oito tendas e em diferentes ambientes no mezanino e hall do museu, 6 bilhões de Outros traz entrevistas de gente comum sobre assuntos comuns. O material foi pinçado em 78 países por uma dezena de repórteres em mais de 4.500 horas de gravações, sob direção dos cineastas Sibylle d'Orgeval e Baptiste Rouget-Luchaire. A mostra, que estreou em janeiro de 2009 no Grand Palais, em Paris, circulou por cidades europeias e asiáticas e tem exibições previstas para ainda este ano na Espanha, Rússia, Israel e territórios palestinos. Até 10 de julho, no MASP.



EXPOSITION 6 BILLION OTHERS

Photograph, journalist and environmentalist Yann Arthus-Bertrand, author of the photo book The Earth From Above, designed this video exposition that has been seen by 3.5 million people in Europe and Asia. Displayed in eight tents and in different environments in the museum's mezzanine and hall, 6 Billion Others brings interviews with common people on common subjects. 10 reporters recorded the material in 78 countries during more than 4,500 hours of recordings, under the direction of filmmakers Sibylle d'Orgeval and Baptiste Rouget-Luchaire. The show, which premiered in January 2009 at the Grand Palais in Paris traveled to several European and Asian cities and has exhibitions planned for this year in Spain, Russia, Israel and the Palestinian Territories. Until 10 July in the MASP.

www.6bilhoesdeoutros.org
www.masp.art.br

—

RUY OHTAKE

POESIA ARQUITETURAL

CONSIDERADO UM DOS ARQUITETOS MAIS INCRÍVEIS
DO SÉCULO 21, SEUS PROJETOS DESAFIAM

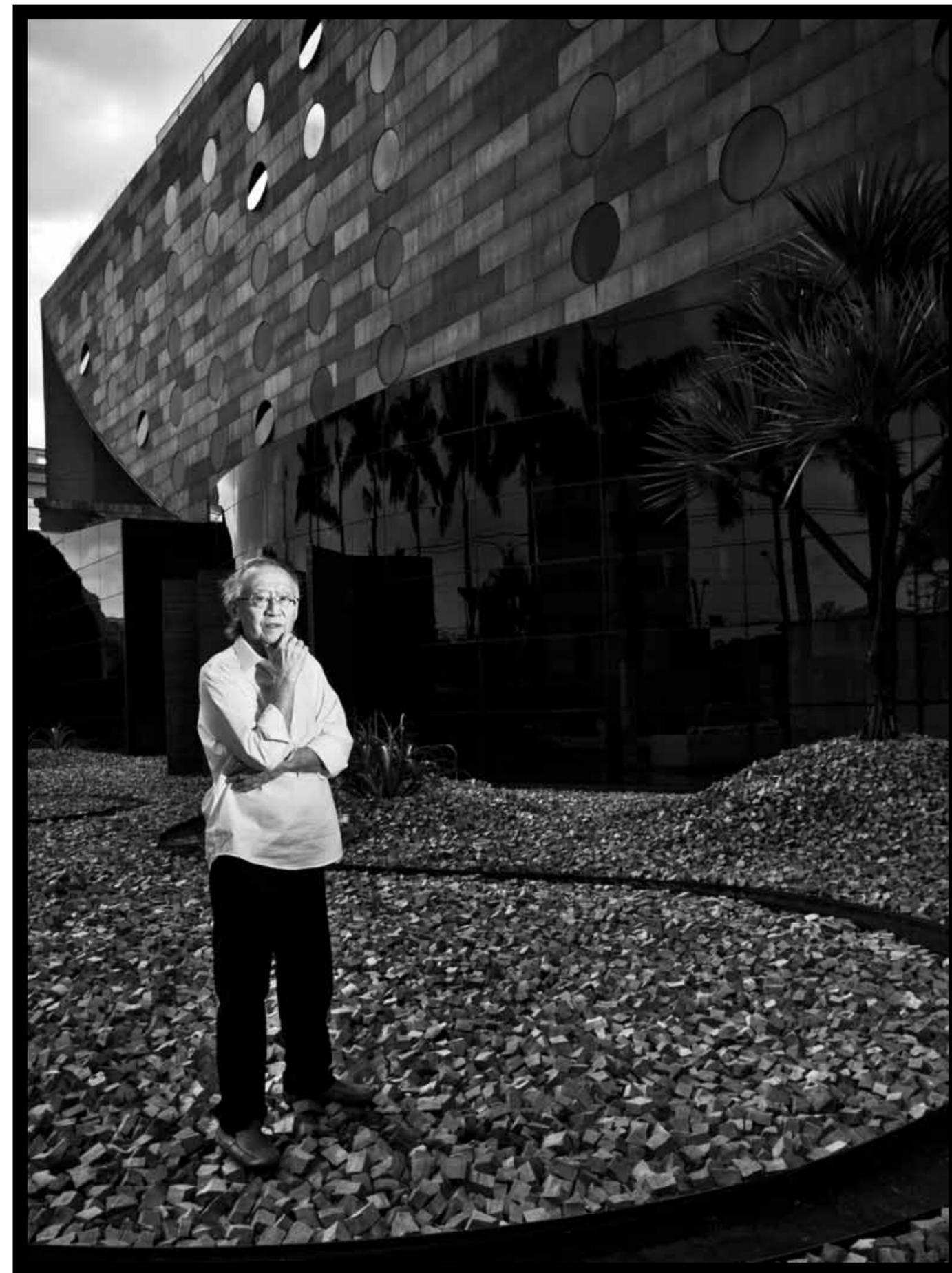
A ARQUITETURA TRADICIONAL

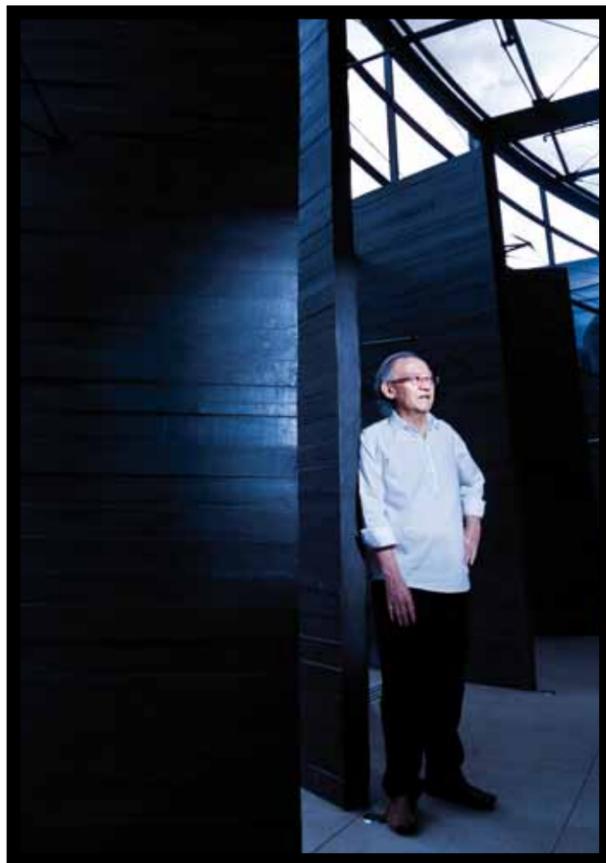
***Ruy Ohtake, Architectural Poetry - Regarded as one of the most incredible
architects of the 21st century, his projects challenge conventional architecture***

CRIADOR DE FORMAS INOVADORAS E INUSITADAS, SUAS CONSTRUÇÕES SÃO UMA PROVA INCONTESTE QUE NA CABEÇA DESSE NIPO-BRASILEIRO SÓ HÁ ESPAÇO PARA OBRAS GENIAIS. A EFERVESCÊNCIA ESTÉTICA DA ARQUITETURA DE RUY OHTAKE DEVE-SE, SOBRETUDO, AO CONCEITO CUNHADO POR ELE MESMO: O DE QUE TODAS AS COISAS DEVEM TER UM SIGNIFICADO. PARA ENTENDER SUAS CONCEPÇÕES DE ARTE ARQUITETURAL, BASTA OBSERVAR AS CURVAS SENSUAIS DO HOTEL UNIQUE, UM EDIFÍCIO INOVADOR COM SEU DESENHO DE LINHAS E ESTRUTURAS TÊNUES QUE JÁ FAZ PARTE DA PAISAGEM DE SÃO PAULO. O PRESTÍGIO INTERNACIONAL QUE O HOTEL ADQUIRIU DESDE A SUA INAUGURAÇÃO CONFERE AO ARQUITETO UMA IMPORTÂNCIA ÍMPAR: O DE SER UM GRANDE ARTISTA E UM TRANSFORMADOR DO ESPAÇO URBANO.

CREATOR OF INNOVATIVE AND ORIGINAL FORMS, HIS BUILDINGS ARE AN INCONTESTABLE PROOF THAT THE MIND OF THIS NIPPON-BRAZILIAN HAS ROOM ONLY FOR WORKS OF GENIUS. THE EFFERVESCENT SPIRIT OF RUY OHTAKE'S ARCHITECTURE IS OWED TO, ABOVE ALL, A CONCEPT THAT HE HIMSELF HAS COINED, IN THAT ALL THINGS MUST HAVE A MEANING. ONE ONLY NEEDS TO OBSERVE THE SENSUAL CURVES OF THE

UNIQUE HOTEL, AN INNOVATIVE BUILDING FEATURING TENUOUS LINES AND STRUCTURES THAT ALREADY COMPRISES PART OF THE SÃO PAULO SKYLINE, TO UNDERSTAND HIS CONCEPT OF ARCHITECTURAL ART. THE HOTEL HAS GARNERED INTERNATIONAL PRESTIGE SINCE ITS INAUGURATION AND HAS CONFERRED UNEQUALED KUDOS TO OHTAKE AS A GREAT ARTIST AND A TRANSFORMER OF URBAN SPACE.





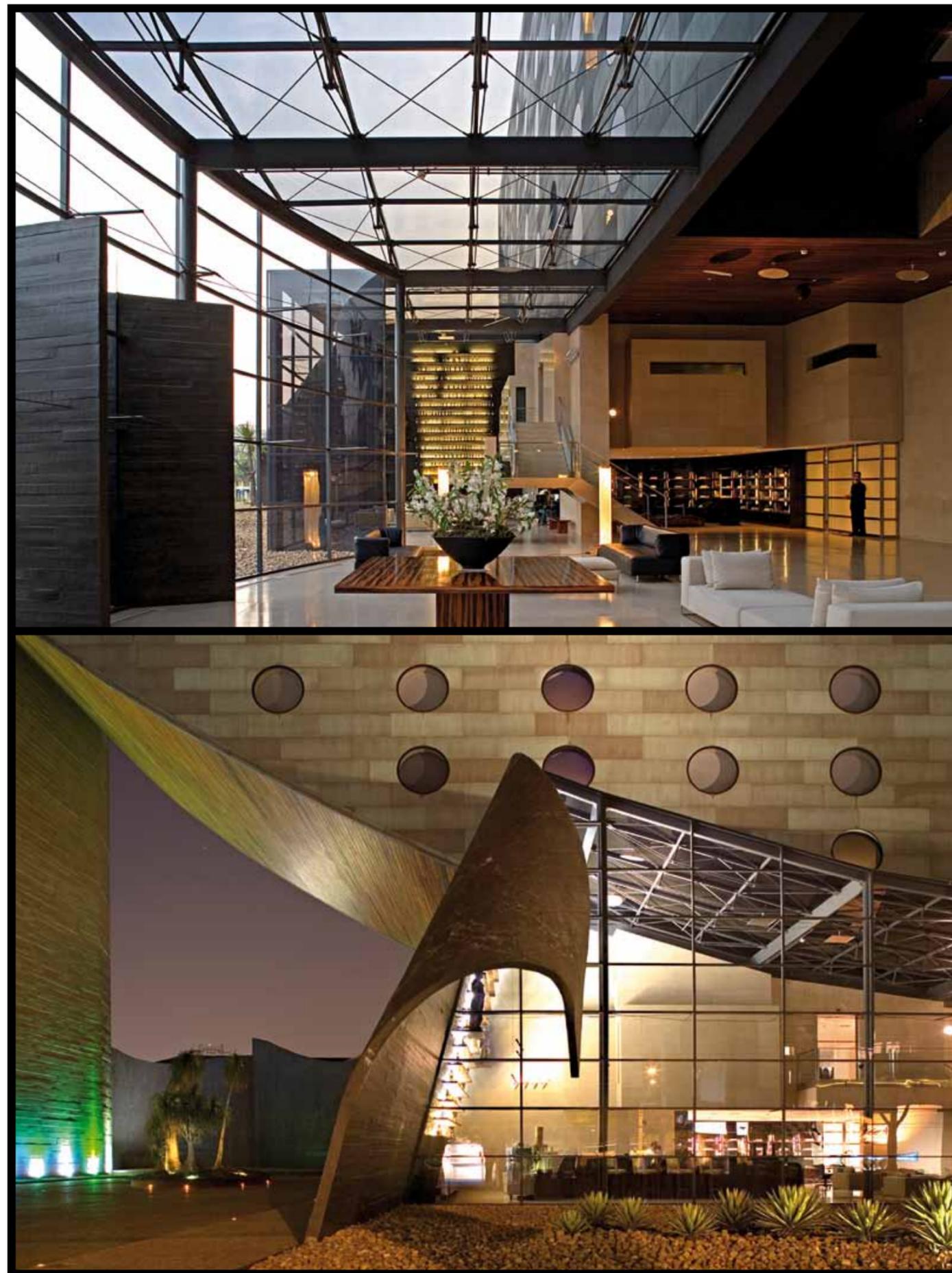
« GOSTO DE CORES
DE COMPROMISSO,
COMO O AZUL,
O VERMELHO, O
AMARELO INTENSO,
O VERDE OU
O ROXO... »

« I LIKE COLORS OF
COMMITMENT SUCH
AS BLUE, RED, BRIGHT
YELLOW, GREEN
OR PURPLE ... »

Quando recebeu a encomenda para desenhar um hotel que se tornasse referência de design, desejo expresso do proprietário, Ruy Ohtake aceitou o convite como um desafio. "Eu queria de fato construir algo inovador e longe do lugar-comum", conta o arquiteto que ousou ao criar um modelo singular de construção que abriga um dos hotéis mais reputados no mundo da hotelaria de luxo. Ele decreta que "o vazio pode ter força" e considera essa característica o diferencial do edifício do Hotel Unique. Esse vazio está associado à coluna de 25m de altura - limite obrigatório exigido pelo planejamento urbano da rua - que sustenta a nave semi-circular do hotel de seis andares. Os quartos seguem esse mesmo formato com janelas circulares de 1,80m de diâmetro, que recebem intensa luz natural. O projeto em forma de um grande arco invertido tem tudo a ver com uma megalópole como São Paulo e, foi pensando nessa cidade cheia de arranha-céus, que o arquiteto decidiu inovar colocando o restaurante Skye no teto. Outra ousadia criativa.

Aliás, trabalhar com inovação é uma das marcas de Ruy Ohtake, esse brasileiro filho de mãe japonesa, Tomie Ohtake, uma das maiores artistas plásticas do Brasil. Desde que sua família se estabeleceu no país, em 1936, vinda de Kyoto, o nome dos Ohtake tem sido evocado como referência de arte e poesia em curvas e cores. O arquiteto tem obras tão criativas quanto díspares em várias regiões do Brasil, como o Aquário de Campo Grande, no Pantanal; Estação dos Práticos na área portuária de Santos; o Memorial da Cidade, no Estado do Piauí, entre outros. Em São Paulo, algumas referências, além do Hotel Unique, é o Centro Cultural Tomie Ohtake; o Hotel Renaissance e um conjunto residencial horizontal de 23 blocos, em Heliópolis, um dos maiores bairros populares da área metropolitana paulistana, para o qual o arquiteto escolheu como diferencial as cores, uma de suas paixões.

"Gosto de cores de compromisso, como o azul, o vermelho, o amarelo intenso, o verde ou o roxo", explicando a escolha da palheta de cores intensas com as quais pintou as fachadas do conjunto habitacional, que ganhou uma nova identidade paisagística. "Eu faço um esforço enorme para resgatar o colorido das cidades, onde desenvolvo meus projetos", afirma. Outra história interessante sobre o quanto suas obras interferem na paisagem urbana aconteceu em 1982, quando o Itamaraty convidou Ohtake para desenhar a Embaixada do Brasil em Tóquio. A construção chamou tanto a atenção, que tornou-se palco de peregrinação de jovens arquitetos que queriam ver de perto a obra de um descendente da nação. O sucesso e o fluxo de pessoas era tamanho que o Embaixador resolveu instituir um horário diário para que os curiosos pudessem visitar o prédio. Esse comportamento fascina o arquiteto, que confessa: "Meu sonho é que daqui a 50 anos minhas obras façam parte das cidades e continuem encantando o público..." Ninguém duvida que isso vai continuar acontecendo.



When he was commissioned to design a hotel, that had to become a design landmark, at the request of the owner, Ruy Ohtake accepted the invitation as a challenge. "I really wanted to build something innovative, light years from the commonplace," confided the architect who dared to create a distinctive construction model to house one of the most well known hotels in the world of luxury hostelry. He stated, "the empty space can have strength", and he believes that this trait is the distinctive

feature of the Unique Hotel building. This empty space is associated with the 25m-tall column, the mandatory limit set by urban street planning, which supports the six-storey hotel's semicircular nave. The rooms follow the same shape with the 1.8m diameter round windows, which allow in natural light. The project in the shape of a large inverted arch is extremely relevant to a megalopolis like São Paulo and it was in thinking about this city full of skyscrapers that the architect decided to design and place the Skye restaurant on the rooftop.

Working with innovation is one of the trademarks of Ruy Ohtake, the Brazilian son of a Japanese mother, Tomie Ohtake, one of the greatest artists in Brazil. Since her family arrived in 1936, emigrating from Kyoto, the name Ohtake has long brought to mind images of art and poetry in the form of curves and colors. The architect has a number of creative and contrasting works located throughout the country, including the Campo Grande aquarium in the Pantanal wetlands region, the Estação dos Práticos in the Santos harbor area and the Memorial da Cidade in the state of Piauí. In São Paulo, he has worked on the cultural center, Centro Cultural Tomie Ohtake, the Renaissance Hotel and a horizontal 23-block housing project in the district of Heliópolis, one of the largest lower income neighborhoods in the São Paulo metropolitan area, for which the architect choose, as a differential, one of his passions, the colors.

"I like the colors of commitment, like blue, red, intense yellow, green or purple," explaining the intense color pallet that he used to paint the facades of the lower income housing project, which gained a new identity within its surroundings. "I make a tremendous effort to resurrect the colors of the city where I have developed my projects," he explained. Another interesting story about the way in which his works interact with the urban skyline was in 1982, when the State Department, Itamaraty, invited Ohtake to design the Brazilian Embassy in Tokyo. The building drew so much attention that it became a pilgrimage site for young architects who wanted to see the works of this Japanese descendant up close and personal. The success and number of people streaming to the Embassy was so large that it had to institute daily visiting hours so that the curious could visit the building. This type of behavior fascinates the architect who confessed, "My dream is that in 50 years my work will be a part of different cities and continue to enchant the public..." With the interest it is already generating, there is no doubt that this will be the case.

www.ruyohtake.com.br



Servido nos melhores hotéis e restaurantes



0800 7777 747
www.nespresso.com/pro

NESPRESSO[®]
 Café com corpo e alma



MELISSA
OLIVEIRA

ELEGÂNCIA NO ATENDIMENTO

O TRABALHO DELA É FAZER COM QUE OS
HÓSPEDES SEJAM TRATADOS DE MANEIRA ESPECIAL

*Elegance in service - Her assignment is to assure
that all guests are given special treatment*

POLÍGLOTA E COM *ALLURE* DE TOP MODEL, MELISSA OLIVEIRA NÃO PASSA DESPERCEBIDA, APESAR DE TODA A SUA DISCRICÃO. COMO DIRETORA OPERACIONAL DO HOTEL UNIQUE, É ELA QUEM CUIDA DA IMAGEM DO HOTEL E ZELA PARA QUE CADA FUNCIONÁRIO DÊ O MELHOR DE SI, SEGUINDO A FILOSOFIA DE SERVIR COM EXCELÊNCIA. DESSA MANEIRA, TODOS FICAM FELIZES NO TRABALHO E ISSO REFLETE EM MUITO MAIS COMODIDADE E TRANQUILIDADE PARA OS HÓSPEDES.

UM DOS SEUS SONHOS ERA SE TORNAR RELAÇÕES PÚBLICAS, ALGO QUE ELA JÁ REALIZA DIARIAMENTE, SEM PERCEBER, COORDENANDO E CONSTRUINDO O BEM-ESTAR DOS SEUS HÓSPEDES E FUNCIONÁRIOS. PARA CONHECERMOS SUAS IDEIAS E PROJETOS, ENTREVISTAMOS MELISSA OLIVEIRA QUE NOS CONTOU ALGUNS SEGREDOS A RESPEITO DO SUCESSO DO SEU TRABALHO E SOBRE A ARTE DE ATENDER COM ELEGÂNCIA.

ALTHOUGH DISCREET, MELISSA OLIVEIRA DOES NOT GO UNNOTICED. SHE HAS THE ALLURE OF A TOP MODEL AND IS FLUENT IN SEVERAL LANGUAGES. AS OPERATIONS DIRECTOR OF THE UNIQUE HOTEL, SHE IS THE ONE WHO WORKS TO UPHOLD AND ENHANCE THE HOTEL IMAGE AND ZEALOUSLY ENCOURAGES EACH EMPLOYEE TO GIVE THEIR VERY BEST, IN LINE WITH THE HOTEL'S SERVICE EXCELLENCE VALUES, ENSURING A GREATER COMFORT AND SERENITY FOR THE GUESTS.

ACCOMPLISHING HER DREAM OF SOMEDAY WORKING IN PUBLIC RELATIONS, SHE COORDINATES AND PROVIDES A SENSE OF WELLBEING FOR THE GUESTS AND STAFF. TO LEARN ABOUT HER IDEAS AND PROJECTS, WE INTERVIEWED MELISSA OLIVEIRA AND FOUND OUT A FEW SECRETS ABOUT THE SUCCESS OF HER WORK AND THE ART OF SERVING WITH ELEGANCE.

Unique Magazine - Como surgiu a ideia de trabalhar no Hotel Unique?

Melissa Oliveira: Eu estava morando e trabalhando em Dallas, Estados Unidos, no hotel *The Mansion on Turtle Creek*. Um dia atendi o arquiteto Ruy Otthake que gostou do meu serviço e comentou sobre mim com o proprietário do hotel Unique, que ainda estava em obras. Ele veio a Dallas conhecer meu trabalho e depois de um certo tempo de negociação, resolvi aceitar o seu grande desafio.

Unique Magazine - O que fez com que você mudasse sua vida para assumir esse projeto?

Melissa Oliveira: Esse processo de decisão para retornar ao Brasil levou algum tempo, mas o que me ajudou a decidir foi o fascínio que tive pelo projeto e pela ideia visionária do proprietário. Além do mais, sua maneira de conceber um hotel-boutique único no mundo que viria a se tornar referência de design e com foco em atendimento diferenciado me conquistaram. Foi assim que, depois de receber a proposta definitiva, não hesitei em deixar minha vida americana e abraçar essa oportunidade singular.

Unique Magazine - Qual o perfil dos clientes que o hotel Unique recebe?

Melissa Oliveira: Nossos hóspedes são em sua maioria jovens de espírito, que apreciam design, homens de negócios com faixa etária entre 35 e 50 anos, um público antenado, muito bem informado e que apreciam seu *lifestyle*. São pessoas que viajam bastante e já estão habituadas a um nível elevado de conforto e serviço.

Unique Magazine - Como é sua rotina de trabalho?

Melissa Oliveira: Trabalho cerca de 10 a 12h por dia e alterno os horários em alguns dias da semana. Não há rotina, pois o hotel funciona 24h e é preciso estar presente em todos os setores e turnos. Circulo bastante pelas áreas sociais e internas do hotel, faço reuniões com os chefes dos departamentos, converso com os funcionários, analiso os números, checo *e-mails*, busco novidades, recebo alguns fornecedores e/ou parceiros e o mais importante: busco sempre interação com os hóspedes. No final do dia, prestigio alguns clientes que estão fazendo eventos no hotel, saio para compromissos profissionais, faço cursos ou exercícios. Os dias são intensos e dinâmicos, mas sempre muito gratificantes.

Unique Magazine - Quais as diretrizes que você segue para manter o atendimento sempre impecável?

Melissa Oliveira: Treinamento, treinamento e treinamento. Investimento permanente em pessoas, em liderança, *coaching*, motivação e retenção de talentos. Para manter o nível elevado de qualidade no atendimento é importante sempre tirar o melhor de cada funcionário, fazer com que ele esteja bem e motivado para atender o cliente com excelência e satisfazê-lo em suas demandas. É um ciclo.

Unique Magazine - Na sua opinião, qual é a marca registrada do hotel?

Melissa Oliveira: O design, o ambiente, o Bar & Restaurante Skye, além da excelência do nosso serviço, sempre atencioso e personalizado. O Unique é um hotel que foi pensado para que o hóspede não se sinta em casa, mas que vivencie uma experiência.

How did the idea of working in Unique Hotel come about?

I was living and working in Dallas, United States, at The Mansion Hotel on Turtle Creek. One day I met up with architect Ruy Otthake who liked my service and talked about me to the hotel owner of Unique, which was still under construction. He came to Dallas to see my work and after a brief period of negotiation, I decided to accept his offer.

What made you change your life to work on this project?

The decision-making process to return to Brazil took some time, but what really helped me decide was the fascination that the project held for me, the owner's visionary idea. Moreover, his hotel-boutique concept, unique in the world, which would go on to become a design landmark, and the focus on distinctive services, won me over. So when I received the final offer, I did not hesitate to leave my life in the United States and embrace this unique opportunity.

What is the Unique Hotel client profile?

Our guests are for the most part young in spirit and appreciate design, businessmen aged between 35 and 50, a savvy audience, very well informed and who enjoy their lifestyle. These are people who travel a lot and are already used to a high level of comfort and service.

What is your regular work day like?

I work approximately 10 to 12 hours a day and I alternate schedules in some days of the week. There is no routine, because the hotel is open 24 hours and it's necessary to be present in all sectors and shifts. I move about the social and non-social areas of the hotel a lot, hold meetings with department heads, talk to employees, analyze financial information, check emails, search for the latest news, receive some suppliers and/or partners, and most importantly: I always try to interact with our guests. At the end of the day, I talk to some clients who are holding events in the hotel, I leave the hotel on work commitments, and I take courses or do exercises. The days are challenging and dynamic, but always very rewarding.

What guidelines do you follow to make sure services are impeccable at all times?

Training, training, and more training with ongoing investment in people, leadership, coaching, motivation and retaining talent. To maintain the high level of quality service, it is important to always get the best from each employee, making them feel good and well motivated to serve the client with excellence and satisfy their demands. It is a repetitive cycle.

What is the hotel's trademark in your opinion?

The design, the environment, the Skye Restaurant Bar. Besides exceeding in excellence in our service, we are always attentive and personalized. Unique is a hotel that was designed in order for the guest not to feel at home, but to live an experience.



LIVE
IN
ITALIAN*



www.sinpellegrino.com

* estilo de vida italiano

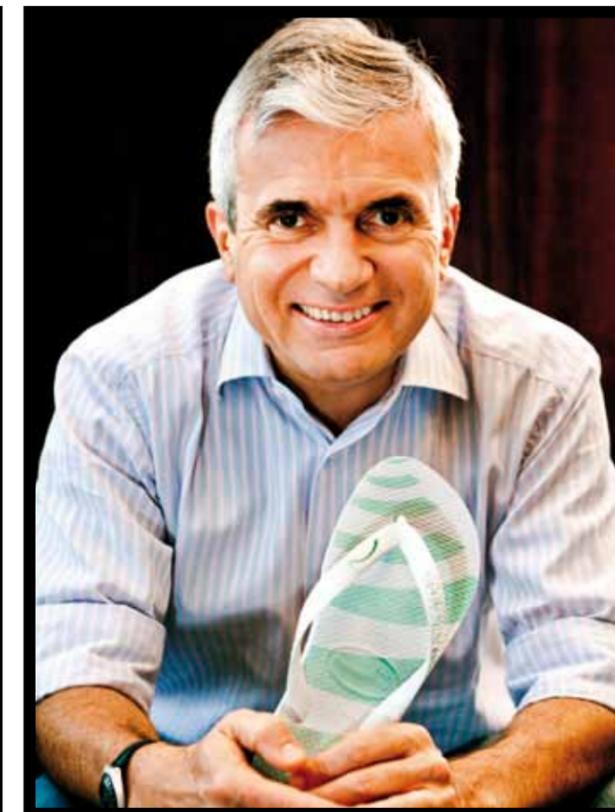
Elliott Erwitt



HAVAIAIANAS PARA SEMPRE

**O HOMEM QUE TRANSFORMOU O HÁBITO DE CALÇAR
UM SIMPLES CHINELO DE DEDO EM UMA TENDÊNCIA
DE MODA COM ALMA BRASILEIRA**

***Havaianas Forever - The man who transformed a simple rubber thong
into a fashion trend with a Brazilian soul***



Sonho de consumo de estrangeiros e tendência fashion, as Havaianas, genuína marca de chinélos de dedo, saiu diretamente das praias brasileiras para conquistar o mundo e figurar nas prateleiras das mais famosas lojas e vitrines de Milão, Nova York e Paris. Toda essa visibilidade internacional, deve-se ao empenho do visionário Marcio Utsch, Diretor Presidente da Alpargatas, um homem incansável em sua missão de tornar as Havaianas o cartão de visitas do Brasil no exterior. Foi dele a ideia de implementar novas cores e modelos inusitados num chinelo considerado "básico". Ele conseguiu o inimaginável: em menos de uma década, a sandália tornou-se objeto do desejo de ricos e famosos.

Apesar do nome ter sido inspirado no paradisíaco Havaí, esses chinélos são de origem oriental e remontam ao Japão, onde os camponeses usavam esse modelo desenhado em palha de arroz. No Brasil, a saga das Havaianas começou em 1962 através da empresa Alpargatas São Paulo que utilizou a borracha, um produto natural do país, para fabricá-las. No início elas eram confeccionadas na cor branca com tiras laterais em cinco opções coloridas: branca, preta, azul, vermelha, amarela com solado que reproduz o formato dos grãos de arroz, referência às suas origens históricas. As sandálias que garantem conforto e versatilidade aos pés descobertos, desfilam tanto nas praias do litoral brasileiro, quanto nas passarelas do estilista Jean-Paul Gaultier e marcam presença em eventos internacionais glamourosos.

Havaianas, the consumer object of desire and fashion trend abroad and a genuine rubber thong trademark, went straight from Brazilian beaches on to winning over the world and becoming a staple on the shelves of the most famous shop windows in Milan, New York and Paris. This remarkable international visibility is owed to the efforts of the visionary, Marcio Utsch, Chief Executive Officer of Alpargatas, an unrelenting man on a mission to make Havaianas the Brazilian iconic brand overseas. It was his idea to introduce new colors and innovative models based on the basic rubber sandal. He accomplished the unimaginable with, in under a decade, the lowly rubber thong becoming the must-have accessory among the rich and famous.

These sandals, despite the fact that the brand name was inspired by the island paradise, Hawaii, in reality, hail from the orient and reworked in Japan. Fashioned of dried rice stalks, they were worn by the paddy workers. In Brazil, the Havaianas story began in 1962, at the Alpargatas São Paulo Company, which used rubber, a natural Brazilian resource, to manufacture them. In the beginning the soles were only produced in white and had a pattern of rice grains on the sole in honor of their historic origins, while the thong part came in five different color options, white, black, blue, red and yellow. The sandals assured comfort, versatility and protection to bare feet and continue to do so on Brazilian beaches, on the runways for French designer, Jean-Paul Gaultier, and at glamorous international events.



Com design simples mas arrojado, as Havaianas conquistaram, de uma vez por todas, os pés mais cobiçados do *showbiz* em 2003, quando os chinelos de dedo mais famosos do mundo calçaram os pezinhos dos indicados ao Oscar. Para essa festa do cinema mundial, a empresa desenvolveu um modelo sofisticado na cor preta, embalado em caixas especiais, onde o nome dos atores vinha gravado numa réplica que imitava a estrela da calçada da fama de Hollywood. Astros e estrelas como Jack Nicholson, Nicole Kidman e Renée Zellweger ou ainda Angelina Jolie, Brad Pitt, Britney Spears, Kate Hudson foram alguns dos que receberam sandálias personalizadas em cristais Swarovski.

O retorno dessa ação de marketing foi comprovado em números, ou seja, mais de 1 milhão de pares de Havaianas distribuídos aos varejistas americanos naquele ano. Desde então, a receita gerada pela exportação do produto praticamente quadruplicou, tendo a Austrália, Filipinas, Argentina, Estados Unidos, França, Itália e Espanha como os maiores mercados da marca no exterior. Hoje as Havaianas são sinônimo de luxo despojado com 80% de participação no mercado nacional de chinelos de borracha, comercializando cerca de 187 milhões de pares anualmente, graças às inventivas estratégias de posicionamento de marca, imaginadas pela equipe de Marcio Utsch. "Nosso maior patrimônio é trabalhar com pessoas de talento e em nosso time só há gênios", afirma. Outra ação é levar à sério o que o consumidor tem a dizer sobre o produto, afinal, de cada três brasileiros, dois em média, consomem um par de chinelos por ano.

Atualmente a Havaianas é a 4ª marca mais lembrada da América Latina, representando quase 50% do faturamento de R\$ 2 bilhões da Alpargatas São Paulo, presente em cinco continentes, da França ao Japão, de Honduras ao Congo e em 1.700 pontos de vendas somente nos Estados Unidos, além de mais de 100 unidades franqueadas. Em São Paulo, existem duas lojas oficiais, uma delas, um luxuoso mega-showroom, localizado no bairro dos Jardins, onde encontra-se disponível todos os modelos. Espécie de patrimônio coletivo dos brasileiros, agora os hóspedes do hotel podem comprar o modelo de Havaianas desenvolvido exclusivamente com a logomarca do Unique e levar na mala um pedacinho da alma desse Brasil.

Its simple yet innovative design led Havaianas to be the most sought-after item and in 2003 became the most famous flip-flop worn by Oscar nominees. The company developed a sophisticated model in black, especially designed for this prestigious award ceremony, and packaged each pair in special boxes on which the name of each actor was engraved on a replica of the stars on the Hollywood walk of fame. Jack Nicholson, Nicole Kidman, Renée Zellweger and even Angelina Jolie, Brad Pitt, Britney Spears and Kate Hudson were some of the stars who received the Swarovski crystal monogrammed sandals.

The successful return of this marketing project was substantiated in numbers with over one million pairs of Havaianas being shipped to US retailers that year. Since then, income resulting from the export of the product has grown nearly fourfold, with Australia, the Philippines, Argentina, the United States, France, Italy and Spain the largest markets abroad. Today, Havaianas are synonymous with hip luxury and the brand retains 80% of the domestic market share of rubber sandals, selling

approximately 187 million pairs annually, owed to the inventive brand positioning strategies created by Marcio Utsch's team. "Our greatest legacy is working with talented people and there are only geniuses on our team", he stated. Taking what the consumer has to say about the product is another action which is taken seriously and on average, two out of every three Brazilians buy one pair of flip-flops a year.

Currently Havaianas is the fourth most often remembered brand in Latin America, reflecting 50% of the R\$2 billion in the company billings. Alpargatas São Paulo can be found in five continents, from Europe to Asia, with 1,700 points of sale in the United States alone as well as over 100 franchised units. There are two official stores in São Paulo, one of which is a luxurious mega showroom located in the Tony Jardin district where all models are available. This Brazilian icon is now available to Unique Hotel guests who can take a small part of the Brazilian soul with them back home.

www.havaianas.com.br

CLASSICS WITH A TWIST



Gola
C L A S S I C S

golabrasil.com

IZABEL GOULART

A GAROTA DA CAPA

ESTAMPANDO A PRIMEIRA EDIÇÃO DA REVISTA
UNIQUE, A LINDA TOP MODEL IZABEL GOULART
REVELA SEUS SEGREDOS DE VIAGENS

*The cover girl - Gracing the first issue of Magazine UNIQUE,
beautiful supermodel Izabel Goulart shares her travel tips*



PELE MORENA, CORPO ESCULTURAL E OLHAR MAGNETIZANTE, ESSES SÃO ALGUNS DOS ATRIBUTOS DA TOP MODEL IZABEL GOULART, 26 ANOS, QUE SEDUZIU GRANDES FOTÓGRAFOS COMO TERRY RICHARDSON, DAVID SIMS, GREG KADEL, STEVEN KLEIN, VINCENT PETERS E ANDRÉ SCHIRILÒ. ELA APARECE ETÉREA DESFILANDO COM SUAS ASAS GIGANTES COMO UM DOS ANGEL'S DA VICTORIA'S SECRET FASHION SHOW E, EM SEGUIDA, COMO NUM PASSE DE MÁGICA, FAZ SOAR O FAMOSO SINO DA BOLSA DE NOVA YORK, NA CERIMÔNIA DE ABERTURA DO PREGÃO, COM IMAGENS TRANSMITIDAS PARA O MUNDO INTEIRO. ALGUMAS HORAS DEPOIS, DESEMBARCA LINDA E SORRIDENTE NOS DESFILES DAS SEMANAS DE MODA DA EUROPA. ESSA É IZABEL GOULART, A MUSA DA BELEZA DAS MAIS IMPORTANTES GRIFES DO MUNDO, QUE COLOCOU SEU NOME NO TOPO DO RANKING DAS TOP MODELS BRASILEIRAS MAIS REQUISITADAS POR ARMANI EXCHANGE, DOLCE GABBANA, GIVENCHY, EMMANUEL UNGARO, EMILIO PUCCI, LOUIS VUITTON, STELLA MCCARTNEY.

APESAR DA AGENDA LOTADA, IZABEL GOULART ENCONTRA TEMPO PARA FLANAR ENTRE AS PAUSAS DOS DESFILES E AS FOTOS PARA CAMPANHAS. SEMPRE ATENTA AO QUE HÁ DE MAIS INTERESSANTE EM TODOS OS DESTINOS QUE VISITA, A TOP QUE É A CAPA DA PRIMEIRA EDIÇÃO DO UNIQUE MAGAZINE, ACEITOU NOS CONTAR SEUS SEGREDOS DE VIAGENS E PARTILHAR SUGESTÕES DOS LUGARES QUE ELA MAIS APRECIA AO REDOR DO MUNDO. ENJOY!

TANNED, WITH A SCULPTURED BODY AND MAGNETIZING EYES, ARE SOME OF THE ATTRIBUTES OF TOP MODEL IZABEL GOULART, 26, WHO ENCHANTED TOP PHOTOGRAPHERS LIKE TERRY RICHARDSON, DAVID SIMS, GREG KADEL, STEVEN KLEIN, VINCENT PETERS AND ANDREW SCHIRILÒ. SHE APPEARS ETHEREAL ON THE CATWALK WITH HER GIANT WINGS AS ONE OF THE ANGELS IN THE VICTORIA'S SECRET FASHION SHOW AND THEN AS IF BY MAGIC, SHE MAKES THE FAMOUS BELL OF THE NEW YORK STOCK EXCHANGE RING, AT THE OPENING OF TRADING WITH IMAGES BROADCASTED AROUND THE WORLD. SEVERAL HOURS LATER, SHE LANDS ON THE CATWALKS AROUND EUROPE, TAKING PART IN EACH CITY'S FASHION WEEK, ALL SMILEY AND BEAUTIFUL. THIS IS IZABEL GOULART, THE MUSE OF BEAUTY BEHIND THE MOST IMPORTANT BRANDS IN THE WORLD, ARMANI EXCHANGE, DOLCE & GABBANA, GIVENCHY, EMMANUEL UNGARO, EMILIO PUCCI, LOUIS VUITTON AND STELLA MCCARTNEY, PLACING HER NAME IN THE TOP-RANKING OF THE MOST SOUGHT AFTER BRAZILIAN TOP MODELS.

DESPITE HER BUSY SCHEDULE, IZABEL GOULART FINDS TIME TO RELAX IN BETWEEN SHOWS AND PHOTO SHOTS. ALWAYS ATTENTIVE TO WHAT IS MOST INTERESTING IN ALL THE DESTINATIONS SHE VISITS, THE TOP MODEL, WHO GRACES THE COVER OF THE FIRST ISSUE OF UNIQUE MAGAZINE, AGREED TO TELL US HER SECRETS AND SHARE HER TRAVEL SUGGESTIONS OF THE PLACES SHE LOVES MOST. ENJOY!



TOP IZABEL GOULART

NEW YORK

NY é uma cidade incrível! Uma cidade que recebe e acolhe todos os dias diversas pessoas de culturas e raças diferentes! Em NY encontramos cultura, moda e entretenimento, sem falar na gastronomia que é excepcional. Há também museus super interessantes como Cooper-Hewitt e Guggenheim.

SAINT BARTHÉLEMY

Paradisiaco e inesquecível! Indico para passar as férias e aproveitar o sol na companhia de amigos. Uma vez em St. Barth, não deixe de visitar Le Ti St Barth.

SAINT TROPEZ

Essa é a ilha da beleza, as pessoas que circulam por lá são lindas, animadas e bacanas. Mas o que faz de Saint Tropez uma raridade é o requinte que ela exala em todos os detalhes. Aproveite a temporada do verão francês para curtir as noites com muita badalação e se deliciar com a alta gastronomia do país.

FERNANDO DE NORONHA

Verdadeira riqueza natural brasileira, é nesse paraíso tropical que está localizada a minha praia favorita, a dos Sanchos, um local excelente para fazer mergulho. Minha dica é colocar os pés na areia branca, ter a sorte de apreciar a desova das tartarugas marinhas e no final do dia se deslumbrar com a vista espetacular assistindo ao pôr-do-sol do alto de um penhasco.

PARIS

Uma cidade muito romântica, com muitas opções culturais como museus, galerias de artes e lugares maravilhosos como o Castelo de Versalhes. Meus lugares para fazer compras são Avenue Montaigne, Faubourg Saint-Honoré e Saint-Germain-des-Prés. Depois desse roteiro de consumo, faça uma pausa no famoso Café de Flore para respirar o verdadeiro ar parisiense.

COURCHEVEL

Para quem aprecia snowboard e quer curtir o frio com glamour, Courchevel é o point. Há anos essas montanhas cobertas de neve se tornaram um dos meus destinos prediletos para temporadas de esqui. Adoro me entregar aos tratamentos dos luxuosos Spas e apreciar a rica gastronomia local.

SÃO PAULO

Uma das maiores metrópoles do mundo! Uma mistura de beleza, modernidade e diversidade. Não há absolutamente nenhum adjetivo que consiga decifrar com exatidão o que representa uma das megacidades do mundo. Há opções de entretenimento como cinemas, museus, teatros ... mas tenho um apreço especial pela Oscar Freire onde podemos fazer compras, comer bem e passear pelas ruas dos Jardins.

NOVA DÉLHI

Fiquei encantada com o misticismo e a essência milenar que reina nesse lugar. Os mercados ao ar livre convivem harmoniosamente com uma infinidade de comidas e tecidos. Para encontrar a serenidade e praticar yoga, a Índia é, sem dúvida, o melhor lugar do mundo.

TURKS & CAICOS

O mar do Caribe com suas águas cristalinas e praias de areia branca remetem à tranquilidade. De beleza estonteante, o lugar é perfeito para casais em lua de mel ou para quem deseja apenas passar um final de semana de puro relaxamento.

BARCELONA

Cidade encantadora com o mesmo espírito festivo do clima brasileiro, principalmente no verão. No programa turístico inclua o Parque Güell de Antoni Gaudí, o Bairro Gótico El Born e La Ribera. Visite ainda o Museu de Picasso e a Sagrada Família e no final da tarde, divirta-se no Tibidabo.

NEW YORK

New York is an incredible city. A city that is home to a multitude of people of all cultures and races. In New York there is culture, fashion and entertainment, not to mention the amazing food. There are also very interesting museums such as the Cooper-Hewitt and the Guggenheim.

SAINT BARTHÉLEMY

A true paradise and an unforgettable place, ideal to spend your time off and enjoy the sun with friends. Once there, do not forget to pay a visit to the Le Ti St Barth.

SAINT TROPEZ

This is the island of beauty, as for people who are there, they are beautiful, exciting and cool. But what makes Saint Tropez unique is its elegance in every detail. Take your time to appreciate the French summer season and experience the vibrant nightlife full of activity and be sure to enjoy the country's finest cuisine.

FERNANDO DE NORONHA

A real rich Brazilian natural beauty, it is in this tropical paradise where my favorite beach, Sancho, is located. It's a great place for snorkeling. My tip is to put your feet on the white sand, be lucky enough to appreciate the sea turtles nesting, and later in the day, be dazzled by the spectacular view of the sunset, which could be seen from the top of a cliff.

PARIS

A very romantic city, with many cultural options, such as museums, art galleries and wonderful places like the Castle of Versailles. My favorite places to shop are Avenue Montaigne, Faubourg Saint-Honoré and Saint-Germain. After shopping, take a break at the famous Café de Flore to breathe the true Parisian air.

COURCHEVEL

For those who enjoy snowboarding and want to enjoy colder weather in style, Courchevel is the place. For years these snowcapped mountains have been one of my favorite destinations for skiing. I love indulging with luxurious spa treatments and sampling the rich local cuisine.

SÃO PAULO

One of the biggest metropolises in the world, with a mix of beauty, modernity and diversity. There is no word to describe with absolute precision what represents one of the megalopolises of the world. São Paulo offers many entertainment options such as movie theaters, museums and theaters... but I especially like the Oscar Freire Street area, where you can shop, savor wonderful meals and walk along the streets of Jardins.

NEW DELHI

I was enchanted with the mysticism and ancient culture that resides there. The outdoor markets co-exist harmoniously with a myriad of foods and fabrics. To find tranquility and practice yoga, India is undoubtedly the best place in the world.

TURKS & CAICOS

Its crystal clear waters and white sandy beaches are a gateway to tranquility. Stunningly beautiful, the place is perfect for couples on their honeymoon or those who just want to spend a weekend of pure relaxation.

BARCELONA

A charming city with the same festive spirit of the Brazilian culture, especially in summer. I suggest you include in your tour, the Parque Güell by Antoni Gaudí, the El Born Gothic Quarter and La Ribera. Visit the Picasso Museum and the Holy Family and in the evening, enjoy the Tibidabo.



LUXURY SHOPPING PARA ELE

FOR HIM

- 1. Ferretti Group Yachts - www.ferrettigroup.com
- 2. Louis Vuitton - www.lvmh.com
- 3. Mont Blanc - www.montblanc.com
- 4. Ermenegildo Zegna - www.zegna.com
- 5. Lanvin - www.lanvin.com



LUXURY SHOPPING PARA ELA

FOR HER

- 1. Louis Vuitton - www.lvmh.com
- 2. Tiffany and Co. - www.tiffany.com
- 3. Ana Leena - www.analeena.com
- 4. Dior Joaillerie - www.dior.com
- 5. Yves Saint Laurent - www.ysl-parfums.com



WISH LIST FOR THEM

1. Eau de toilette Bulgari - www.bulgari.com
2. Moët & Chandon Champagne - www.moet.com
3. Loewe Eau de Toilette - www.loewe.com
4. Caviar Petrossian - www.petrossian.com
5. Nespresso - www.nespresso.com



Estilo "Brazilian Soul"

A HouseInRio *Projetos* conta com a expertise em desenvolver projetos de arquitetura, reformas, design de interiores e de móveis. A maioria dos projetos em seu portfólio são reformas em grande escala, tendo por vezes a demolição total da propriedade existente. "Brazilian Soul (Oskar Metsavaht)": Cada projeto de arquitetura é uma viagem pela cultura do Brasil. Elementos fortes com o foco na arquitetura moderna, a tradição no design de móveis, a beleza dos materiais brasileiros e o dinamismo em arte moderna são explorados. Os projetos além de serem uma vitrine do melhor que o Brasil tem a oferecer, garantem a satisfação das necessidades dos seus clientes.

HouseInRio *Projetos* relies on its expertise in developing architectural and renovation projects as well as in interior and furniture design. Most projects in its portfolio are large scale reformations, sometimes through demolition of the total existing property. "Brazilian Soul (Oskar Metsavaht)": Each architectural project is a journey through the culture of Brazil. Thereby strong elements focused on modern architecture, tradition of furniture design, beauty of Brazilian materials and dynamism of modern art are used. The projects, besides being a showcase of the best that Brazil has to offer, guarantee the satisfaction of our clients' needs.

Architectural designed for you

HouseInRio

info@houseinrio.com
 (21) 3518-1500 - (21) 7695-1500
www.houseinrio.com

ALEXANDRE HERCHCOVITCH “L’ENFANT TERRIBLE”

ESTILISTA REPRESENTANTE DA NOVA GERAÇÃO
DA MODA BRASILEIRA ASSINA OS UNIFORMES
CHEIOS DE ESTILO DO HOTEL UNIQUE

*Talented Brazilian designer Alexandre Herchcovitch designs
the smart and stylish Unique Hotel uniforms*





IDOLATRADO NO JAPÃO COMO REFERÊNCIA DE PRÊT-À-PORTER DESPOJADO E JOVIAL, O ESTILISTA ALEXANDRE HERCHCOVITCH, 39 ANOS, É UM DOS NOMES MAIS COBIÇADOS DO MERCADO NACIONAL QUANDO SE TRATA DE REFORÇAR A IMAGEM DE MARCA DE UM PRODUTO. SUA ASSINATURA PODE SER ENCONTRADA NOS MAIS DIVERSOS SEGMENTOS DE CONSUMO, DESDE ESTAMPAS PARA UM CELULAR DA MOTOROLA OU UM ISQUEIRO DA BIC, ATÉ UNIFORMES PARA HOTÉIS, COMO OS QUE ELE DESENHOU SOB DEMANDA PARA O UNIQUE. NO BRASIL ELE TEM MAIS DE 200 PRODUTOS LICENCIADOS DE VÁRIAS MARCAS DIFERENTES E MAIS UMA DEZENA DE CONTRATOS MILIONÁRIOS SENDO ASSINADOS. A CAVEIRA, SÍMBOLO QUE ESTAMPA SUAS CRIAÇÕES, TORNOU-SE CULT. NO ENTANTO, SUA ASSINATURA NAS COLEÇÕES PARA OUTRAS GRIFES RESPEITA À RIGOR O PÚBLICO-ALVO DA EMPRESA SEM, CONTUDO, COLOCAR EM RISCO SUA CRIATIVIDADE. "TENHO QUE ME ADEQUAR À DEMANDA COMERCIAL E AO PERFIL DO CLIENTE", ADMITE. PARA ENTENDER COMO FUNCIONA SEU PROCESSO MULTICRIATIVO E CONHECER SUAS FONTES DE INSPIRAÇÃO, CONVERSAMOS COM O ESTILISTA...

ALEXANDRE HERCHCOVITCH, THE 39-YEAR-OLD DESIGNER, IS ONE OF THE MOST SOUGHT AFTER NAMES IN BRAZIL. OUTGOING AND FRIENDLY, THE DESIGNER IS IDOLIZED IN JAPAN AND INSTANTLY BOOSTS A PRODUCT'S BRAND IMAGE. COLLABORATING ON A WIDE RANGE OF CONSUMER PRODUCTS RANGING FROM MOTOROLA MOBILE PHONES TO BIC DISPOSABLE LIGHTERS, HERCHCOVITCH HAS WORKED ON MILLION-DOLLAR CONTRACTS FOR OVER 200 LICENSED PRODUCTS FOR A NUMBER OF DIFFERENT BRANDS. THE SKULL, HIS SIGNATURE MARK STAMPED ON HIS CREATIONS HAS BECOME A CULT SYMBOL, AND NOW HE HAS BEEN COMMISSIONED TO CREATE UNIQUE HOTEL'S UNIFORMS. UNIQUE MAGAZINE RECENTLY SPOKE TO THE DESIGNER ABOUT HIS MULTI-TALENTED WORLD, HIS INSPIRATIONS AND HOW HE "ADJUSTS COMMERCIAL DEMAND TO THE CLIENT PROFILE".

Unique Magazine - Como surgiu essa paixão pela moda?

Alexandre Herchcovitch: Quando criança observava minha mãe costurar suas próprias roupas e pedi para ela me ensinar tudo o que sabia sobre corte, costura e modelagem. Desde então me apaixonei por moda e construção de roupa.

Unique Magazine - Onde você encontra tanta inspiração para criar peças e coleções para clientes tão diferentes? O quê ou quem inspira você?

Alexandre Herchcovitch: A inspiração pode vir de qualquer lugar, não há regras. Todavia, o que me inspira muito é a própria história da marca.

Unique Magazine - O que distingue suas criações da concorrência?

Alexandre Herchcovitch: Quando crio, falo muito sobre mim. Esta personalidade própria que é passada para a roupa é o que me difere dos outros.

Unique Magazine - Quais os seus modelos de inspiração no domínio da moda?

Alexandre Herchcovitch: Observo muito os diversos movimentos culturais e comportamentais da sociedade.

Unique Magazine - Qual o maior desafio que você teve que enfrentar para terminar uma coleção?

Alexandre Herchcovitch: O grande desafio é sempre manter a coerência do tema em todas as peças de uma coleção.

Unique Magazine - O que você aprendeu nessa experiência de desenhar os uniformes do hotel Unique?

Alexandre Herchcovitch: Aprendi sobre as diferenças entre os cargos e como distinguir cada um deles através dos uniformes. Além disso, fiz um trabalho de desenvolvimento de tecidos específicos para cada função.





“A INSPIRAÇÃO PODE VIR DE QUALQUER LUGAR, NÃO HÁ REGRAS.”

"INSPIRATION CAN COME FROM ANYWHERE, THERE ARE NO RULES."

Unique Magazine - Com que tipos de tecidos ou materiais você gosta de trabalhar?

Alexandre Herchcovitch: Gosto especialmente de trabalhar com tecidos de fibras naturais, associados aos tecnológicos.

Unique Magazine - Se você não fosse estilista, que outra profissão gostaria de exercer?

Alexandre Herchcovitch: Chef de cuisine ou arquiteto.

Unique Magazine - Quais são suas próximas metas?

Alexandre Herchcovitch: Minhas próximas metas sempre estão relacionadas às coleções que estão por vir.

Unique Magazine - O que move você?

Alexandre Herchcovitch: A liberdade que tenho para criar.

Unique Magazine - Alguma vez você já se imaginou fazendo algo totalmente fora do circuito de moda? O que seria?

Alexandre Herchcovitch: Sim, trabalhar na TV.

Unique Magazine - Para que tipo de artistas, designers ou personalidade do show biz você gostaria de criar uma coleção inteira? Como ela seria?

Alexandre Herchcovitch: Em qualquer circunstância, prefiro ser escolhido.

Unique Magazine - Quem você admira no mundo das artes? Por quê?

Alexandre Herchcovitch: Maurício Ianês - artista plástico performático brasileiro - pelos seus questionamentos de linguagem.

Unique Magazine - O que o termo “único” significa para você?

Alexandre Herchcovitch: Algo sem comparação.

How did this passion for fashion come about?

When I was a child I would watch my mother sewing her own outfits and asked her to teach me about cutting, sewing and designing. Since then I have been in love with fashion and the construction of clothing.

Where do you find the inspiration to create pieces and collections for such a diverse clientele? What inspires you?

Inspiration can come from anywhere. There are no rules. Nevertheless, what inspires me most is the history of the brand itself.

What distinguishes your creations from that of the competition?

When I create, I speak volumes about myself. My own personality is passed on to the garment and that is what makes me different from the others.

Which of your inspiration models dominate fashion?

I closely observe a number of cultural trends and social behavior types.

What is the greatest challenge you have undertaken to finish a collection?

The biggest challenge is to maintain theme consistency among all the collection pieces at all times.

What have you learned from designing the Unique Hotel uniforms?

I have learned about the different positions and how to distinguish each one of them based on their uniforms. Furthermore, I also was involved in the work of developing specific fabrics for each job.

What types of fabric do you most like to work with?

I especially like to work with natural fiber fabrics associated to technological developed materials.

If you were not a designer, what other profession would you choose?

A chef or architect.

What are your next goals?

My next goals are and always will be related to the collections that are yet to come.

What keeps you going?

The freedom I have to create.

Have you ever dreamed of doing something completely outside the world of fashion?

Yes, to work on TV.

What type of artists, designers or showbiz personalities would you like to create an entire collection for or with? What would it be like?

Under any circumstances I would rather be chosen.

Who do you admire in the art world? Why?

Maurício Ianês, a Brazilian performing artist because of his questioning of language.

What does the term “unique” mean to you?

Something that is unparalleled.

<http://herchcovitch.uol.com.br>

NOVA IORQUE

NEW YORK

SPA ANNE FONTAINE

A brasileira Anne Fontaine, estilista sensação na Europa, ocupa uma suntuosa Flagship Store na Madison Avenue. A famosa marca, emblemática pelas camisas brancas, recebe os clientes mantendo uma relação íntima e misteriosa através de enormes janelas em fumê que escondem um interior composto exclusivamente de materiais naturais em tons brancos.



ANNE FONTAINE SPA

The Brazilian fashion designer, Anne Fontaine, already a sensation in Europe, now has an elegant flagship store on Madison Avenue. The famous brand, well-known for its white shirts, welcomes its clients in an intimate setting, guarding their privacy with huge tinted windows that veils an interior of exclusive natural materials in white shades.

www.annefontaine.com

H.STERN

Completamente reformada, a loja da H.Stern, na Quinta Avenida, foi pensada para que os clientes se sintam confortáveis, num ambiente aconchegante e sofisticado, na hora de adquirir jóias com o design das pedras preciosas Made in Brazil. Do alto do mezzanino com seu piso envidraçado, avista-se a loja toda, inclusive, a charmosa bancada que serve café e deliciosos petiscos para uma parada estratégica.

H.STERN

Completely renovated, the H.Stern store on Fifth Avenue was remodeled with the clients in mind, making them feel comfortable in a cozy and sophisticated environment, as they purchase their jewelry featuring "Made in Brazil" designed precious stones. From the top of its mezzanine, through its glass floor, one can see the whole store, including a charming corner that serves coffee and delicious snacks.

www.hstern.com.br

ARS LONGA

A R/Gallery completa 10 anos de sucesso neste ano embalada pelos maiores expoentes do design internacional e brasileiro, com nomes como Joaquim Tenreiro, Hugo França e Sergio Rodrigues. Especializada em apresentar ao público relíquias e peças únicas, a galeria, situada em Tribeca, tornou-se verdadeiro centro do patrimônio nacional preservado fora do país nessa última década.

LONG ARS

The R/Gallery is celebrating its 10 years of success this year. Located in Tribeca, this gallery, which has showcased works by great international and Brazilian designers including Joaquim Tenreiro, Hugo França and Sergio Rodrigues, specializes in exhibiting relics and unique pieces, and has become the true center of the national treasure preserved outside the country in the last decade.

www.r20thcentury.com



MECA DA MODA

Para as consumidoras e fashionistas de plantão a boutique da LVMH na New Bond Street, é o lugar perfeito para uma visitinha cheia de segundas intenções. A fantástica vitrine com uma girafa com o pescoço envolto em écharpes funciona como um chamariz irresistível, convidando os visitantes do fog londrino para conhecer as novas tendências em bolsas e acessórios da Maison francesa.



THE MECCA OF FASHION

For anyone who craves fashion, the LVMH boutique on New Bond Street is the perfect place for you. The marvelous shop window with a giraffe wearing a scarf wrapped around its neck is an irresistible attraction, inviting the visitors of the London fog to see the new trends in purses and accessories from the French Maison.

www.lvmh.com

LONDRES

LONDON

STREET ART

Andaz Liverpool Street Hotel é point de modernos e descolados com um programa imperdível para se apreciar a cena grafite londrina: o "Graffiti Street Art & Tour". Limitado a apenas 12 pessoas, durante essa excursão que atravessa o East London, é possível descobrir o puro street art e apreciar as mais delirantes expressões do emergente graffiti art, que vem atraindo a atenção do mundo artístico.

STREET ART

The Andaz Liverpool Street Hotel is the meeting point for the Graffiti Street Art & Tour, a perfect tour for the trendy clique that appreciates the London graffiti scene. Crossing East London, the tour group of 12 people, helps you uncover the pure street art and discover the most amazing expressions from the growing graffiti art scene, which has been slowly attracting the attention of the artistic world.

www.insider-london.co.uk



DESIGN ESPANHOL

Um primor no quesito mobiliário de luxo em mesas laterais com curvas incríveis, sofás e poltronas delicadamente proporcionais com design inovador e detalhes que os diferenciam entre si. Esse é o conceito da Sé Collection que convidou o designer espanhol Jaime Hayon para apresentar no Salone del Móbile de Milão as últimas novidades em cadeiras, espelhos e mesas.

SPANISH DESIGN

Excellence in the deluxe furniture world, with lateral tables featuring incredible curves, couches and armchairs delicately proportioned with innovative design and different details, make up the concept of "Sé Collection", which recently invited Spanish designer Jaime Hayon to show his latest collection of chairs, mirrors and tables at the "Salone del Móbile" in Milan.

www.se-london.com

PARIS



SOBRE UMA NOTA DE ÓPERA

O novo hotel-boutique Athénée brinda Paris com um toque lírico e cheio de charme, levantando suas cortinas para revelar o novo *décor* assinado por Jacques Garcia, que se inspirou no romantismo italiano do século XIX. Baseado nos quatro grandes dramaturgos de ópera, o hotel mostra sofisticação em sua decoração de interiores onde a presença dos quatro tenores e divas é quase tangível. Os vinte apartamentos são igualmente elegantes e refinados com paredes decoradas pela Maison Pierre Frey, mobília personalizada com móveis e acessórios em veludo e tafetá. Nos banheiros, paredes incrustadas de mosaicos brilhantes de vidro.

HÔTEL ATHÉNÉE

This charming new boutique hotel brings an operatic touch to Paris. Lifting the curtain on the new decor by Jacques Garcia, who took his inspiration from the romanticism of 19th century Italy, the décor is based on four of the greatest opera tragedies, with the hotel offering connoisseurs and the curious exceptional interiors where the presence of the great tenors and divas is almost palpable. From La Traviata to Faust, Don Giovanni and Aida, the Athénée retraces the destinies of their heroes. The twenty guest rooms are equally elegant, with walls decorated by the Maison Pierre Frey, bespoke furniture and velvet and taffeta furnishings, and bathrooms with walls of stunning glass mosaic.

www.hotel-athenee.com

MODA EM RAIOS-X

O fotógrafo inglês Nick Veasey trabalha há quase 20 anos com a técnica de radiografia, revelando as formas de objetos, animais, plantas, roupas e acessórios de maneira inusitada. La Vallée Village, do Chic Outlet Shopping (a vila de grifes de luxo com preços mais acessíveis em Paris), acolhe sua primeira exposição francesa "Radiografia da moda" onde todas as grandes tendências da moda são examinadas sob o raio X. Dessa maneira, o artista revela a moda de uma nova forma, provocando análises do que cada roupa realmente significa. Suas obras revelam detalhes surpreendentes e por vezes perturbadores da nossa vida cotidiana, mostrando a realidade a partir de um ponto de vista interno. Até 4 de setembro.



FASHION IN X-RAY

English photographer Nick Veasey has been working for almost 20 years with the x-ray technique, showing the shapes of objects, animals, plants, clothes and accessories in an unusual and astounding way. La Vallée Village, the Paris branch of Chic Outlet Shopping, the village of luxury brands with lower prices, now welcomes his first French exhibition, Fashion X-Rayed, in which all of the major fashion trends are analyzed in x ray photos. The artist shows fashion in a different way, provoking analyses of what each piece means. His artwork, striking and disturbing at times, reveals the reality seen from inside. Until September 4th.

www.lavalleeivillage.com

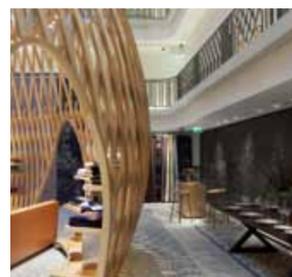
LUXO NA PISCINA

Hermès se lança numa nova aventura abrindo uma boutique na Rive Gauche, depois de mais de 170 anos de fidelidade à outra margem de Paris. A Maison de luxo, que até então nunca tinha atravessado o Sena, instalou sua mais nova boutique no número 17 da rue de Sèvres, em pleno coração de Saint-Germain-des-Prés, mas precisamente na antiga piscina do famoso Hotel Lutetia. Este local, nascido em 1935, e classificado como monumento histórico desde 2005, tinha fechado suas portas há 40 anos e parecia esquecido desde então, mas a grife Hermès está oferecendo um renascimento à altura dessa instituição de renome.

ACROSS THE SEINE

Hermès has set off on a new adventure, opening a boutique on the Left Bank. The house, which until now had never crossed the river Seine, has set up its boutique at 17 rue de Sèvres, in the heart of Saint-Germain-des-Prés. After more than 170 years of fidelity to the other side of Paris, Hermès has thrown itself into the old pool of the famous Hotel Lutetia. The pool, built in 1935 and classified as a historical monument since 2005, had its doors closed 40 years ago and was almost forgotten until Hermès came along to revive its history.

www.hermes.com

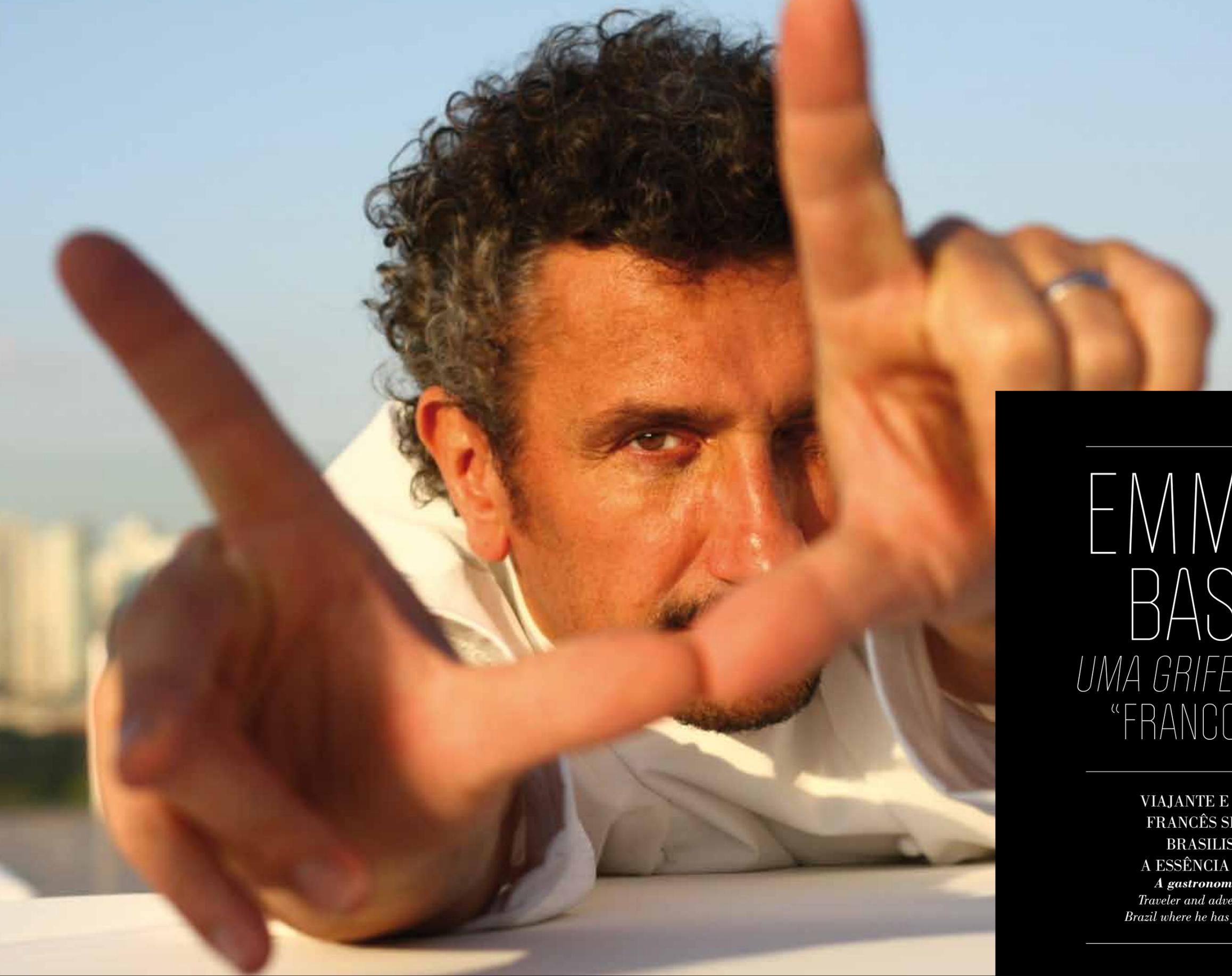


light as life should be



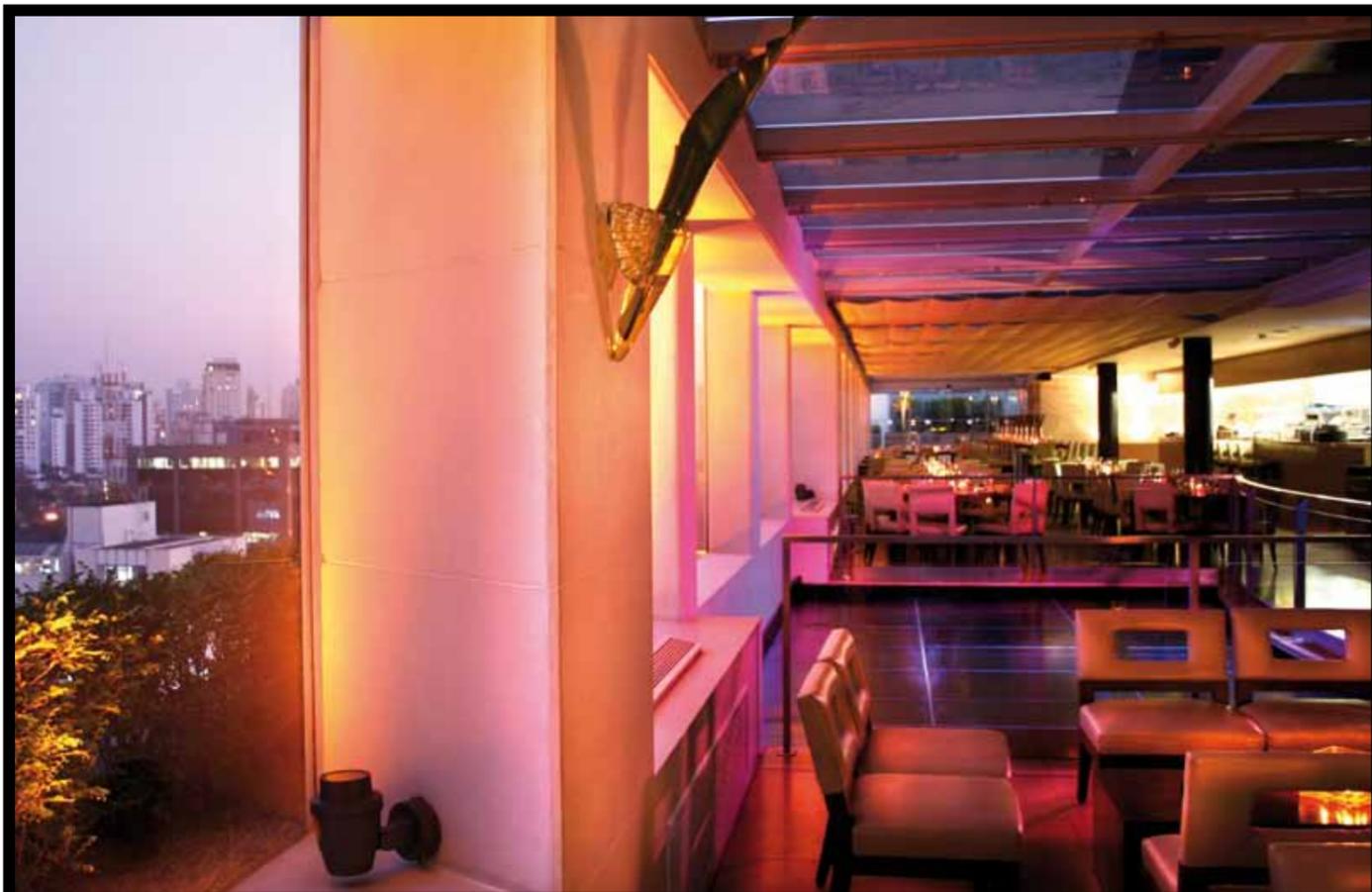
LEONARD
PARIS

PARIS: 48, Faubourg Saint-Honoré - 8^{ème} - +33 (0) 1 42 65 53 53
DASLU - Av. Chedid Jafet, 131 - SAO PAULO - 55-11 3841 4004
www.leonardparis.com



EMMANUEL
BASSOLEIL
UMA GRIFE GASTRONÔMICA
“FRANCO-BRASILEIRA”

VIAJANTE E AVENTUREIRO, O CHEF
FRANCÊS SE INSTALOU NA TERRA
BRASILIS ONDE ENCONTROU
A ESSÊNCIA DA SUA GASTRONOMIA
A gastronomic French-Brazilian brand
Traveler and adventurer, the French Chef settled in
Brazil where he has found the true essence of his cuisine



Ponto de encontro de todas as culturas e povos do mundo, o Skye, bar-restaurant do Hotel Unique, situado no topo do edifício, é mais que um local moderno e descolado, é onde se pode saborear pratos internacionais em um único lugar, tendo ao horizonte uma fantástica vista de 360° da cidade de São Paulo. Orquestrando os fornos do local, o Chef francês Emmanuel Bassoleil, que destila todo o seu talento para deliciar hóspedes e clientes com suas maravilhas gastronômicas.

Há 24 anos no Brasil, o Chef Bassoleil é quase um brasileiro e ele se considera como tal. O motivo que o fez chegar até aqui, foi o desejo de conhecer o mundo. "Tudo o que sempre desejei foi viajar. Como gostava de cozinhar, escolhi o meu ofício para realizar meu sonho", conta. Depois de dar a volta ao mundo durante três anos, num cruzeiro, Bassoleil atracou no Brasil e começou uma nova aventura: aprender o idioma para procurar oportunidades de trabalho. Isso foi em novembro de 1987. Pouco tempo depois estava envolvido com o que mais gosta de fazer: criar pratos com ingredientes inusitados.

"Algumas pessoas acreditam em sorte, prefiro apostar toda a minha energia no trabalho", filosofa. Com força de vontade e motivação, Bassoleil foi investindo eficácia e criatividade em vários negócios simultaneamente e, ao longo de 15 anos, licenciou seu nome para grandes marcas de gastronomia, se tornou sócio de restaurantes e casas noturnas, assinou menus especiais para várias instituições, ao mesmo tempo, que construía sua carreira como Chef renomado. Até que o destino mudou sua vida mais uma vez. Ao lado do seu restaurante, na área que ele alugava como estacionamento, uma obra começou a se delinear envolvida em muito mistério, ninguém tinha informação do que seria construído no local, mas o projeto parecia grandioso e, aos poucos, seu restaurante foi se transformando em sala de reunião de engenheiros e arquitetos. "Eu fechei o salão superior para recebê-los e, após as refeições, as mesas eram tomadas pelas plantas do projeto," relembra o Chef.

Skye, Unique Hotel's restaurant, is located on the top floor of the hotel and is a meeting place for all world cultures. More than just a modern and hip spot, it is also a place where you can savor international cuisine and enjoy a fantastic 360° panoramic view of the city of São Paulo. Orchestrating the kitchen, Chef Emmanuel Bassoleil, a Frenchman who has brought his talent to the hotel, creates gastronomic wonders to the delight of the hotel guests and diners.

After 24 years in Brazil, Chef Bassoleil is almost a Brazilian and he considers himself as such. The desire to see the world was the reason he ended up here. "All I ever wanted was to travel. As I liked to cook, I chose this path to achieve my dream". After going around the world for three years on a cruise, Bassoleil began a new adventure, settling in Brazil, learning the language and looking for job opportunities. That was in November 1987. Shortly after, he started doing what he likes most, creating dishes with unusual ingredients.

Bassoleil explains, "Some people believe in luck, but I would rather gamble on my energy for work." Mustering up the willpower and motivation, efficiently and creatively investing in a number of businesses, Bassoleil, over the past 15 years, has licensed his name to well-known gourmet food brands and has become a partner in restaurants and nightspots, signed special menus for several institutions all while building his career as a celebrated chef. Then fate changed his life once again. Next to his restaurant, in the area that used to be his parking lot, a building began to emerge surrounded by mystery. No one had any information about what would be built in its place, but it was noticeably a great project, and gradually his restaurant began to turn into a meeting room for engineers and architects. "I had to close the room on the top floor to serve them exclusively, and after the meals, the tables were completely taken over by the project plans," remembers the chef.

"SEMPRE BUSCO
A EXCELÊNCIA
EM TUDO O
QUE FAÇO"

" I ALWAYS LOOK
FOR EXCELLENCE
IN EVERYTHING I DO "





“TUDO O QUE SEMPRE DESEJEI FOI VIAJAR. COMO GOSTAVA DE COZINHAR, ESCOLHI O MEU OFÍCIO PARA REALIZAR MEU SONHO”

“ALL I EVER WANTED WAS TO TRAVEL. AS I LIKED TO COOK, I CHOSE MY JOB TO FULFILL MY DREAM.”

Nesse período ele começou a ser sondado pelo proprietário do hotel que o convidou para assumir o restaurante. “Como gosto de desafios, passei a refletir sobre o assunto, mas o projeto começou a ficar maior do que eu havia imaginado, porque não iria administrar somente o restaurante, mas toda a parte gastronômica do hotel”, revela. Foi então que a fome de vencer falou mais alto que o medo de assumir mais de 50 mil refeições por mês e, na inauguração do hotel Unique, em 2002, Bassoleil tinha encerrado todas as suas outras atividades para se dedicar exclusivamente a gastronomia e alimentação do Hotel Unique. “Por ter participado ativamente do projeto junto com o proprietário do hotel, me considero, de certa forma, um dos mentores.”

O novo desafio transformou o Chef em uma potência de trabalho. Nada mais natural para quem considera o Unique como a Ferrari da hotelaria. Disposto a se superar mais uma vez, Emmanuel Bassoleil imprimiu sua marca em todos os detalhes. Do gerenciamento de sua brigada de mais de 50 cozinheiros ao controle de compras, definição do cardápio internacional do restaurante, criação de receitas para eventos e recepções exclusivas, como festas, bodas, casamentos, fine dining, onde utiliza produtos naturais brasileiros associados ao savoir-faire francês, Bassoleil impressiona com seu incrível talento. “Sempre busco a excelência em tudo o que faço por isso me contento apenas com o melhor”, atesta o Chef que transformou o Hotel Unique, restaurante-bar Skye, numa máquina gastronômica com identidade própria. Do sushi à pizza, passando pelos elaborados pratos franceses, italianos ou os tipicamente brasileiros, tudo é preparado artesanalmente no hotel sob o comando vigilante do Chef que não deixa nada passar incólume ao seu padrão de qualidade. Graças a esse perfeccionismo e habilidade em seduzir pelo paladar, o cliente pode degustar numa única noite vários pratos internacionais sem, necessariamente, trocar de mesa.

During this period, he began to be groomed by the hotel's owner who invited him to take over the restaurant. “As I like challenges, I started to think about the offer, but the project started getting bigger than I had imagined, because not only would I manage the restaurant, but also the entire part of the hotel's food management”, he says. It was then that the hunger to succeed was louder than the fear of overseeing more than 50,000 meals per month and at the inauguration of the Unique Hotel in 2002, Bassoleil had ceased all other activities to devote himself exclusively to food management of Unique Hotel. “Having an active participation in the project along with the hotel owner, I consider myself as one of the mentors.”

The new challenge turned the Chef into a power of work. There is nothing more natural for one who considers the Unique as the Ferrari of the hotel industry. Willing to excel once more, Emmanuel Bassoleil has his mark in every detail. From managing his brigade of over 50 cooks to controlling purchases, defining the international menu of the restaurant, creating recipes for receptions and exclusive events, like parties, anniversaries, weddings, fine dining, which he uses Brazilian natural products associated with the French savoir-faire, Bassoleil is renowned by his incredible talent. “I always look for excellence in everything I do so I'm only happy with the best”, attests the chef who transformed the Unique Hotel, Skye restaurant-bar, into a gastronomic machine with its own identity. From sushi to pizza, going through the elaborate French dishes, Italian or typically Brazilian, everything is prepared by hand at the hotel under the watchful command of the Chef who ensures everything lives up to the standards of quality set in place. Thanks to this perfectionism and ability to seduce by the taste, the customer can taste in one night several international dishes without necessarily changing tables.





AZIMUT 43 E 58, QUALIDADE E PADRÃO AZIMUT, AGORA PRODUZIDOS NO BRASIL. INFORME-SE COM NOSSOS CONSULTORES.



—58—

AZIMUT
YACHTS

YACHTBRASIL
MOTORBOATS

WWW.YACHTBRASIL.COM

YBINTERNATIONAL
YACHTBROKERS

Distribuidor oficial: **FIRST SA.**
LUXO

SÃO PAULO (11) 3878 6800 . GUARUJÁ . SÃO SEBASTIÃO . ILHABELA . UBATUBA
RIO DE JANEIRO (21) 3505 6800 . FRADE . VEROLME . ANGRA DOS REIS . PARATY . ESPÍRITO SANTO
FLORIANÓPOLIS (48) 3878 6800 . CURITIBA . BIGUAÇU . BAL. CAMBORIÚ . PIÇARRAS . PORTO ALEGRE
SALVADOR (71) 3014 6800 . ARATU . RECIFE . JOÃO PESSOA . MIAMI (305) 722 7200

UNIQUE GARDEN

SELECIONAMOS ALGUMAS RAZÕES PARA CONVENCÊ-LO A FICAR LONGE DO TUMULTO DAS GRANDES CIDADES E RESPIRAR O AR PURO DO CAMPO EM DOLCE FARNIENTE

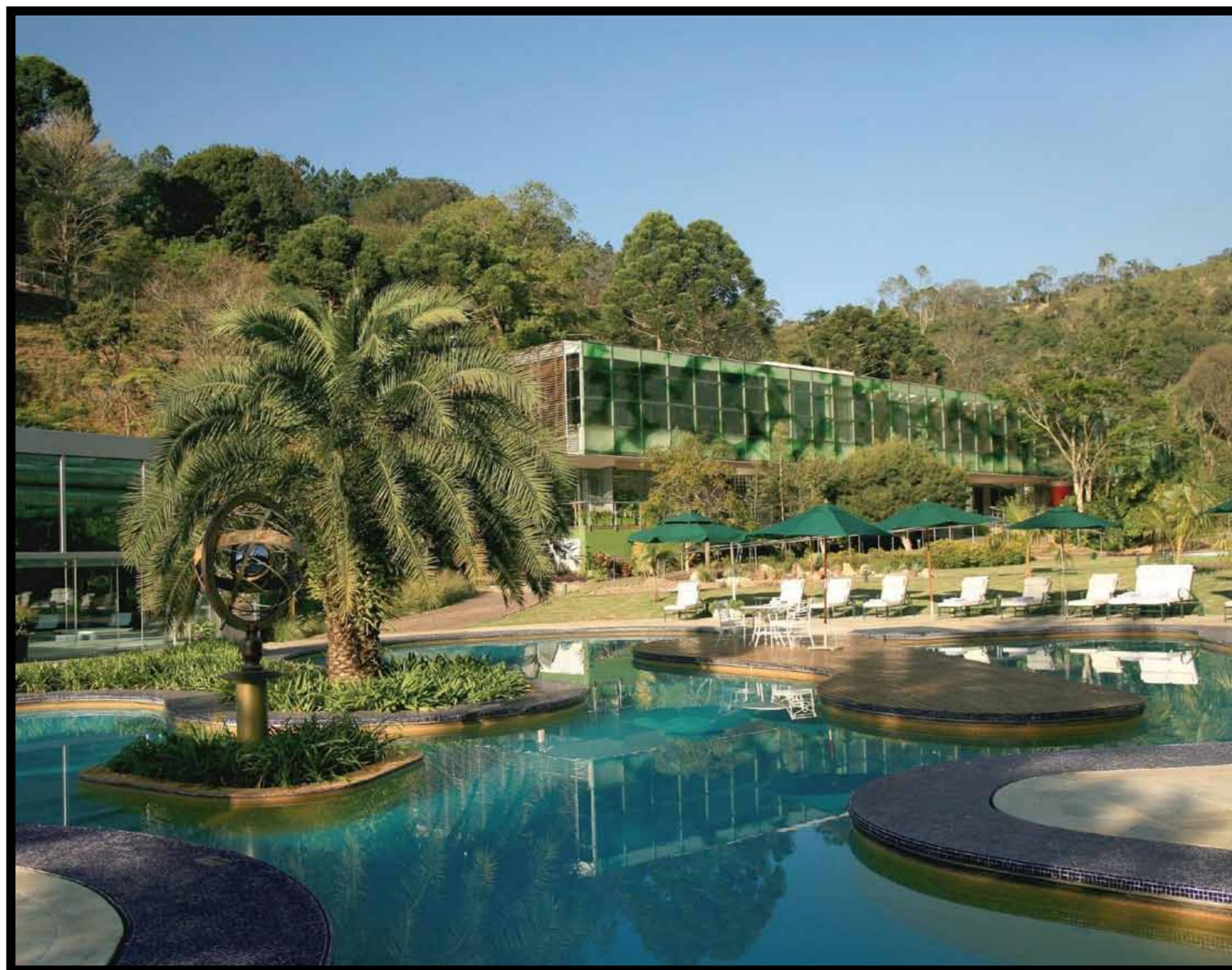
We have selected 10 reasons to persuade you to stay away from the hustle and bustle of the big cities and enjoy dolce farniente the countryside

Em meio a uma natureza exuberante, o Unique Garden Hotel & Spa Resort esconde muitos segredos além da sua sofisticada tranquilidade, situado a apenas 50 km de São Paulo, entre os municípios de Atibaia e Mairiporã, que abrigam o 3º melhor ar do planeta e a pureza das águas ocupam a 7ª posição. Para acessar a região o Unique Garden Hotel & Spa Resort dispõe de um *transfer* do aeroporto ou da própria residência do cliente. Esse serviço pode ser solicitado ao *concierge* e será disponibilizado por meio de convênio assinado com o hotel, obedecendo ao sistema *pay-per-use*.

Cercado de flores, árvores e montanhas, no coração da Serra da Cantareira, em Mairiporã, o Unique Garden Hotel & Spa Resort é um refúgio para o espírito repleto de belezas naturais, ar puro, conveniências e serviços especializados, incluindo, cuidados exclusivos para o seu *pet*. Em 300 mil metros quadrados de jardins aromáticos, chalés privativos e um centro exclusivo de massagens terapêuticas e corporais, todos esses cuidados especiais foram pensados para que o hóspede possa desfrutar de privacidade em *dolce farniente*...

In the midst of an exuberant nature, the Unique Garden Hotel & Spa Resort hides many secrets besides its sophisticated tranquility, located only 50km away from São Paulo, between Atibaia and Mairiporã, where the 3rd "best fresh air of the planet" is, and where fresh water occupies the 7th place. Unique Garden Hotel & Spa Resort offers an airport transfer or a transfer from the client's house. This service can be requested from the concierge and will be available through a partnership with the hotel, under the *pay-per-use* regulations.

Surrounded by flowers, trees and mountains, in the heart of the Cantareira Mountain, in Mairiporã, the Unique Garden Hotel & Spa Resort is a haven for the mind, full of natural beauties, clean air, convenience and specialized services, including exclusive care for your pet. With an area of 300,000 square meters that includes fragrant gardens, private chalets and an exclusive body and therapeutic massage center, the space has been designed to allow the guests to enjoy privacy in *dolce farniente*...



JARDIM SECRETO

O cartão de visitas do Unique Garden Hotel & Spa Resort com suas plantas aromáticas e coloridas, os canteiros de lavanda, as árvores de frutas silvestres e o ar puro da serra são capazes de produzir novas sensações de encantamento pela vida.

SECRET GARDEN

Colorful and fragrant herbs, lavender beds and wild fruit trees make up the Unique Garden Hotel & Spa Resort, transforming its captivating beauty into a new feeling of enchantment.

ÁGUA DA FONTE

Para purificar o corpo e o espírito, toda a água consumida no hotel flui das fontes naturais que emanam no terreno, avaliada como uma das melhores águas do mundo pela Organização Mundial da Saúde - OMS. Rica em silício e zinco, com baixo teor de sódio, as fontes remetem ao propósito original do termo SPA - "Sanus Per Aquam".

MINERAL WATER

In order to purify the body and spirit, all the water consumed in the hotel comes from the natural sources that are located in the area, which is considered to be one of the best water sources in the world by the World Health Organization (WHO). Rich in silicon and zinc, and presenting low concentration of sodium, the sources refer to the original meaning of the term SPA - "Sanus Per Aquam".



ARQUITETURA DO CONFORTO

A Vila Contemporânea desenhada especialmente pelo arquiteto Ruy Ohtake reflete o espírito do local com banheira ofurô e vista para a colina. Os exclusivos Chalé das Flores e o Chalé Presidencial, ideais para desfrutar de inesquecíveis momentos ou ainda a Vila Mediterrânea, situada em uma praça de flores.

ARCHITECTURE OF COMFORT

The Contemporary vila specially designed by architect Ruy Ohtake, reflects the spirit of the place with a hot tub bath overlooking the hill.

The exclusive "Chalé das Flores" and the "Chalé Presidencial", are ideal for enjoying unforgettable moments as well as the Mediterranean Vila, situated in a flowered garden.

DELÍCIAS GASTRONÔMICAS

Para que o hóspede possa desfrutar de dias repletos de bem-estar e saúde, o Unique Garden Hotel & Spa Resort propõe opções variadas de cardápios totalmente orgânicos em seus três restaurantes, com selo Green Kitchen.

GASTRONOMIC DELIGHTS

For the guest to enjoy days filled with well-being and health, the Unique Garden Hotel & Spa Resort offers various options on menus, totally organic in its three restaurants with the Green Kitchen brand.



PET FRIENDLY

No Unique Garden Hotel & Spa Resort o pet dos hóspedes é tratado com o mesmo cuidado e respeito que sua família, porque a direção do hotel acredita que os hóspedes de quatro patas recriam a experiência dos clientes apaixonados por seu animal de estimação.

PET FRIENDLY

At Unique Garden Hotel & Spa Resort both the guest and his or her pet receives the same treatment and respect, because the hotel believes that the state of mind of the four legged guests is just as important to the pet lovers as their own experience.

VIAGEM INTERIOR

Para redescobrir a alegria e o prazer de viver, o Unique Garden Hotel & Spa Resort tem uma filosofia de bem-estar e valorização do ócio sempre presente. Em todos os detalhes, desde a decoração bem elaborada ao silêncio absoluto de suas dependências, tudo remete à re-energização da mente e do espírito.

INNER JOURNEY

In order to promote the rediscovery of joy and pleasure of living, Unique Garden Hotel & Spa Resort has a permanent philosophy of well-being and promotion of peace of mind. Every detail, from the elaborate decoration to the absolute silence in its rooms, is designed to re-energize the mind and spirit.

TERAPIAS EXCLUSIVAS

Exercitar o corpo ao ar livre faz parte de uma aventura espiritual, que, associado às inúmeras sugestões de tratamentos e terapias, podem ser feitos a dois ou individualmente. Para as gestantes há um menu de massagens especiais.



UNIQUE THERAPIES

Exercising the body outdoors is part of a spiritual adventure, which, coupled with several suggestions of treatments and therapies, can be made for two or individually. For pregnant women, there is a special menu of massages.



CUIDADOS ESPECIAIS

O Unique Garden Hotel & Spa Resort tem uma proposta culinária dirigida para cada hóspede através de dietas balanceadas mas sem privações. O principal objetivo é oferecer equilíbrio ao corpo através da reeducação alimentar, onde o hóspede conta com o acompanhamento de *personal diet*.

SPECIAL CARE

Unique Garden Hotel & Spa Resort also offers personalized culinary packages for each guest. Through a balanced diet, the main purpose is to provide balance to the body through food education, providing the guest with the assistance of a personal diet without the feeling of deprivation.

EXERCITANDO A ALMA

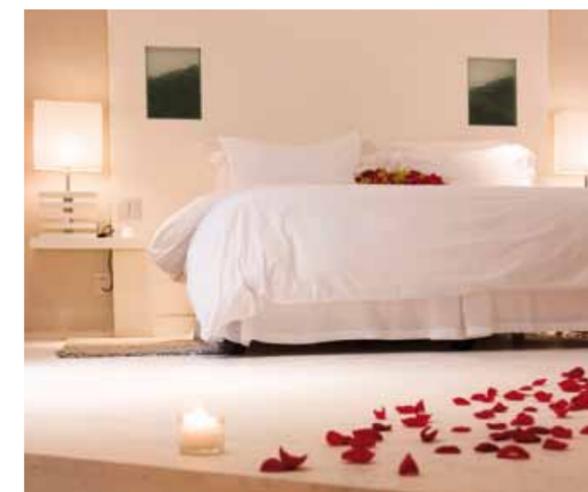
Através de atividades que educam o espírito, como yoga, meditação, alimentação balanceada e caminhadas ou ainda massagens corporais energizantes, aliada à terapias estéticas e relaxamento intenso, o hóspede encontra as melhores condições para recarregar suas energias e retornar mais leve para enfrentar os desafios do dia-a-dia.

EXERCISING THE SOUL

Through activities that nurture the spirit, such as yoga, meditation, balanced diet and walks, or even energizing body massages combined with aesthetic therapies and intense relaxation, the guest is offered the best conditions to recharge his or her energies and return to the daily life challenges feeling more relaxed.

FESTEJANDO O AMOR

Para os apaixonados, o Unique Garden Hotel & Spa Resort conta com o "Couples Exclusive Pandora", inspirado nas mitológicas histórias de amor. Para festejar datas especiais os chalés são decorados com primor e jantares exclusivos podem ser servidos à luz de velas para criar uma atmosfera de intimidade e romantismo.



CELEBRATING LOVE

For those who are in love, Unique Garden Hotel & Spa offers the "Couples Exclusive Pandora", which is inspired by the mythological love stories. To celebrate special dates, the chalets are beautifully decorated, and exclusive dinners can be served by candlelight in order to create an intimate and romantic atmosphere.

Unique Garden Hotel & Spa Resort
Localização: Estrada Laramara, 3500
 (acesso pela Rodovia Fernão Dias Km 53)
Cidade: Corumbá – Mairiporã – São Paulo
Telefones: (+ 55 11) 4486-8700
 ou (+ 55 11) 4486-8708
E-mail: uniquegarden@uniquegarden.com.br
Site: www.uniquegarden.com.br



A beleza dos grandes hotéis
são vistas da janela para fora
e da janela para dentro.

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★
TROUSSEAU
— HOTEL COLLECTION —

VIP UNIQUE *Special guests*

PEOPLE & EVENTS AT UNIQUE

Além de receber importantes celebridades do mundo da moda, música, arte e política, o Hotel Unique abriga os mais exclusivos eventos que acontecem no Brasil, como o Hair Fashion Show e o Baile da Vogue, uma festa anual cheia de glamour. O **Hair Fashion Show** é o evento-referência na área de *beauty fashion* e vitrine de tendências para cabelos, reunindo os principais *beauty artists* do Brasil e um time de celebridades da TV para apresentar novidades e criações em cortes, penteados e colorações.

A regular venue frequented by famous celebrities of the fashion, music and political worlds, Unique Hotel is also home to some of the most exclusive events, such as the **Hair Fashion Show** and **The Vogue Party**. The Hair Fashion Show is the premier event in beauty fashion. Gathering the most influential beauty artists from Brazil and a team of fashion, music and TV celebrities, it features hair trends and creations, introducing the current innovations in haircuts, hairstyles and hair color.



1. Lauryn Hill 2. Fernando Henrique Cardoso & Melissa Oliveira 3. Tony Blair & Sara Noronha, Sales Manager no Hotel Unique 4. Rai & Melissa Oliveira 5. Kevin Costner & Melissa Oliveira

HAIR SHOW *Special Event*



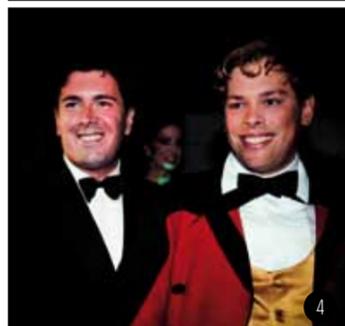
1. Ana Furtado 2. Maitê Proença 3. Daniel Oliveira 4. Mayana Moura 5. Dira Paes 6. O final do desfile foi marcado pela presença de todos os atores globais na passarela - *The show ended with all the actors coming onstage* 7. Gabriela Duarte

VOGUE

Unique event

O **Baile da Vogue** já é um evento tradicional de São Paulo e acontece todos os anos, uma semana antes do Carnaval, abrindo o calendário oficial de festas na cidade. Na edição deste ano o tema foi Circo Imaginário, onde toda a magia do mundo circense, estilizado pela direção cenográfica de Carlos Pazetto e decoração de Sig Bergamin enriqueceu os salões do Hotel Unique. A top Adriana Lima foi escolhida para ser a rainha do baile e a lista de convidados contou com a presença da modelo internacional Fernanda Motta, a ícone fashion Julia Petit, Luiza Brunet, o estilista Fause Hatem e o *crème de la crème* da sociedade brasileira.

Becoming a traditional event in São Paulo, the **Vogue Party** opens the official calendar of festivals in the city and takes place every year a week before the carnival. This year, the theme was the Imaginary Circus, and all the magic of the circus world came alive, styled by stage director Carlos Pazetto and decor by Sig Bergamin, further enriched the scene. Supermodel Adriana Lima was chosen to be the prom queen, and the guest list also included international top model Fernanda Motta, Luiza Brunet, fashion icon Julia Petit, and stylist Fause Hatem.



1. Adriana Lima 2. Fernanda Motta & Sabrina Sato 3. Simone Abdelnur & Bruno Garfinkel
4. André Ramos & Bruno Chateaubriand 5. Fabiola Carezzato & Melissa Oliveira

BEBA COM MODERAÇÃO.

A SEGUNDA MELHOR COISA
DA VIDA QUE DURA 30 DIAS.
A PRIMEIRA SÃO AS FÉRIAS.



O BARRIL DE 5L
DA HEINEKEN

O ÚNICO BARRIL DE 5L DE QUE A CERVEJA SAI COMO SE FOSSE CHOPE. Só o barril da Heineken tem um sistema de pressão interno de CO₂, que garante a experiência de tirar um chope, onde você estiver, com aquela espuma cremosa. E a cerveja ainda mantém seu sabor e qualidade por até 30 dias depois de aberta. Difícil mesmo é fazer a cerveja durar tanto sem alguém beber.

VOGUE

Unique event



1. Luiza Brunet 2. Mariana Nadjar & Helena Linhares 3. Fause Hatem & Grace Winck 4. Julia Petit
5. Donata Meireles 6. Adriana Cuitait & Jair Ribeiro 7. Daniel Boaventura 8. Ugo & Vera di Pace

bzz.com.br

NOSSAS OBRAS DE ARTE

TRAZEM A MÃO DO ARTISTA.

PRODUTO: NITERÓI, 29X29CM. DISPONÍVEL NAS VERSÕES LEGNO, CREMA E FIGUÊS.



MOSARTE
HANDMADE DESIGN

MOSARTE.COM.BR

SHOWROOM - AL. GABRIEL MONTEIRO DA SILVA, 1.931 - JARDINS-SP - (11) 3081 2826

FÁBRICA - BR 101 - KM 162 - TIJUCAS - SC - (48) 3345 3000



LARAMARA

A DESCOBERTA DE UM MUNDO NOVO ATRAVÉS DOS OLHOS DO CORAÇÃO *The discovery of a new world through the eyes of the heart*

“O essencial é invisível aos olhos”, escreveu Antoine de Saint-Exupéry no livro “O Pequeno Príncipe”. Mara Olímpia de Campos Siaulys, que dirige a organização Laramara, Associação Brasileira de Assistência ao Deficiente Visual, comprova isso diariamente através do seu trabalho de atendimento e assistência às pessoas com deficiência visual.

Tudo começou quando sua filhinha, Lara Siaulys, nasceu cega em julho de 1978. “Foi um longo caminho que exigiu muito trabalho e uma incansável força de vontade de ambas. Como mãe, eu não tinha conhecimento sobre como educar uma criança com cegueira; por outro lado, minha filha precisava de mim para tudo”, conta a diretora Mara Siaulys. Sem saber o que fazer, nem para onde recorrer para auxiliá-la no crescimento de sua filha e sua integração em sociedade, Mara foi atrás de informações especializadas para ajudá-la nessa experiência singular. “Aprender junto com ela a escrita Braille e compreender cada vez mais o seu mundo foi algo enriquecedor”, descreve Mara.

“What is essential is invisible to the eye”, wrote Antoine de Saint-Exupéry in the book entitled “The Little Prince”. Mara Olímpia de Campos Siaulys, who is the director of the Laramara, the Brazilian Association for the Visually Impaired, attests to this statement on a daily basis, through her work assisting the visually impaired.

Everything started when her little daughter, Lara Siaulys, was born blind in July 1978. “It was a long journey, which required a lot of effort and relentless willpower from both of us. As a mother, I did not have any previous knowledge about raising a blind child, yet my daughter needed me for everything,” states Siaulys. Without knowing what to do, who to turn to for her daughter to be integrated into society, Mara started searching for specialized information to help her in this unique experience. “Learning Braille with her and understanding her world more and more, was a very enriching experience,” describes Mara, who already had teaching experience as a geography teacher, and decided to pursue her adventure further to accomplish her unique mission.

A professora de Geografia, que já tinha a didática como parte do seu mundo, se lançou em busca de uma aventura ainda maior para realizar a missão que lhe foi confiada. Decidiu fazer um curso sobre deficiência visual na área de Pedagogia, ministrado na Universidade de São Paulo. Incansável em busca de soluções ela e seu esposo, Victor Siaulys, vislumbraram a possibilidade de criar um centro de ajuda para aqueles que não tinham opções para interagir e se desenvolver como seres humanos especiais, assim como sua filha. Desse esforço familiar, surgiu a sementinha do projeto Laramara que veio ao mundo com o intuito de iluminar o caminho de jovens carentes com deficiências visuais. Atualmente a associação atende mais de 9.000 mil famílias que são beneficiadas direta e indiretamente através de cursos, orientação especializada e apoio para inclusão no mercado de trabalho.

Unique Magazine - Em que momento você percebeu que a associação Laramara seria um grande benefício para a sociedade?

Mara Siaulys: Logo que minha filha nasceu e percebi que ela era cega, pensei em buscar recursos para ajudá-la a ter uma vida normal. Essa lembrança sempre permeou a ideia de criar um espaço onde a família de crianças que nascem cegas pudessem obter informações para criá-las de maneira saudável visando sua inclusão social.

Unique Magazine – Como a Laramara se mantém?

Mara Siaulys: Recebemos contribuições de empresas e pessoas físicas que colaboram com nossos projetos.

Unique Magazine – Quais os recursos que a Laramara dispõe para auxiliar tantas famílias?

Mara Siaulys: Criamos uma unidade de negócios, que compreende a fábrica de bengalas e máquinas de escrever em Braille, um centro de adaptação de alta tecnologia, uma oficina de cadeiras e outros artefatos adaptados para crianças que, além da deficiência visual, apresentam outros transtornos motores. Além da publicação de livros didáticos e manuais, temos um estúdio de gravação de vídeos e DVD's educativos. Todos esses materiais são doados às famílias e instituições brasileiras que deles necessitam, graças aos doativos que recebemos de nossos parceiros.

Unique Magazine – Quantos e quais profissionais compõem a Laramara atualmente?

Mara Siaulys: Temos um quadro de mais de 290 efetivos com especialistas, muitos com título de mestrado e doutorado, que trabalham no Centro Técnico. São Oftalmologistas, Ortopistas, Assistentes Sociais, Pedagogos, Psicólogos, Fisioterapeutas, Fonoaudiólogas, Terapeutas ocupacionais, profissionais de Educação Física, especialistas em Orientação e Mobilidade, entre outros, que atuam diretamente com jovens e crianças.

Unique Magazine – Qual o seu grande sonho como diretora da Laramara?

Mara Siaulys: Continuar construindo um mundo melhor para as pessoas que nasceram com múltiplas deficiências e realizar o maior número de inserção dos jovens que atendemos no mercado de trabalho para que eles conduzam suas próprias vidas com auto-estima elevada.

She decided to take a course on visual impairment in the pedagogy area, at the University of São Paulo. In a constant search for solutions, Mara and her husband, Victor Siaulys, thought about the possibility of creating a center to help those who did not have options to interact and develop as special human beings, like their daughter. From this family effort, a little seed was planted and the Laramara project started to blossom with the objective to guide a lightened path for the visually impaired children in need. Today, the association serves over 9000 families who are provided grants directly and in other ways, such as courses, specialized guidance and support for their inclusion in the job market.

Unique Magazine - When did you realize that the Laramara Association would be of great benefit to society?

Mara Siaulys: As soon as my daughter was born and I knew she was blind, I thought about searching for resources to help her lead a normal life. This memory has always permeated the idea of creating a center where families of blind children could obtain information to raise them healthily aiming at their social inclusion.

Unique Magazine - How does Laramara self-support?

Mara Siaulys: We receive contributions from companies and people who help with our projects.

Unique Magazine – What are the resources that Laramara has in order to help so many families?

Mara Siaulys: We have created a business unit which encompasses the factory manufacturing walking canes and Braille typewriters, a high-tech adaptation center, a workshop producing chairs and other devices adapted for visually impaired children and those who have other motor handicaps. In addition to publishing didactic books and manuals, we also have a recording studio for educational videos and DVDs. All of these materials are donated to the families and Brazilian institutions that need them with great appreciation from our donors and partners.

Unique Magazine – How many professionals does Laramara have today and who are they?

Mara Siaulys: We have more than 290 employees, among them there are specialists, many of whom hold Master's and PhD titles, working at the technical center. They are Ophthalmologists, Orthoptists, Social Assistants, Pedagogues, Psychologists, Physiotherapists, Phonoaudiologists, Occupational Therapists, Physical Educational professional workers, orientation and mobility specialists, among other workers who interact directly with the children and young teenagers.

Unique Magazine – What is your greatest dream as the Director of Laramara?

Mara Siaulys: To carry on creating a better world for the ones who were born with multiple deficiencies and to include the greatest number of young people whom we assist, in the workforce so that they can lead independent lives with high self-esteem.



COMITE EDITORIAL
DIRETOR EDITORIAL
EDITORA CHEFE
COLABORADORES

FOTOS
IZABEL GOULART
(MEGA MODELS)
MARCIO UTSCH E RUY OHTAKE
EMANUEL BASSOLEIL
MELISSA OLIVEIRA
UNIQUE GARDEN

RELAÇÕES PUBLICAS

DIRETOR COMERCIAL
COLABORADORES
PUBLICIDADE

DIRETOR DE ARTE
DESIGNER

TRATAMENTO DE IMAGEM
CTP, IMPRESSÃO E ACABAMENTO

TIRAGEM

DISTRIBUIÇÃO

ADVERTISING SALES
REPRESENTATIVE

Melissa Oliveira
Philippe Brunet
Marilane Borges
Melissa Lenz, Fábio Garcia

André Schiliró (Capa)
e Yu Tsai (Editorial)
Roberto Seba
Tadeu Brunelli
Tainá Azeredo
Marcelo Navarro

Cynthia Camargo

Mardem Lima
Adriana Neme, Catharine Aires
publicidade@comfw.com.br
+55 21 3005 4030

Alain Etcheverry (Ynfluence Paris)
Benjamin Cerffond (Ynfluence Paris)

www.ynfluence.com ynfluence
www.ipsis.com.br ipsis
grafica e editora

10.000 exemplares

Quartos, Restaurantes, Bares, Lobbies
e para mailing exclusivo dos Hotéis
Unique e Unique Garden.

Brazil: +55 21 8116 4838
France: +33 6 6236 3628
publicidade@comfw.com.br

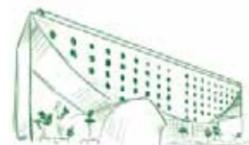
PUBLISHER

Com Forward Marketing Ltda.
CNPJ: 12.336.694/0001-11
Rua Visconde de Pirajá, n 580, Sala 403
22410-902 - Rio de Janeiro - RJ - Brasil
www.comforward.com.br
info@comfw.com.br
+55 21 3005 4030



A Com Forward é pioneira ao trazer para o Brasil a publicação de revistas customizadas para hotéis. Com equipes em Paris, Rio de Janeiro e São Paulo, conta com designers especializados em materiais voltados a hotéis nobres, além de experts em hotelaria, comunicação e jornalismo.

HOTEL



Hotel Unique
Av. Brigadeiro Luis Antonio, 4700
01402-002 - São Paulo - SP - Brasil
www.hotelunique.com
+55 11 3055 4710



Este selo representa a garantia de manejo florestal responsável e mostra o comprometimento do Hotel Unique e da Com Forward com as questões ambientais.

A Com Forward não garante que promessas divulgadas como publicidade serão cumpridas. Está proibida a venda parcial ou integral desta revista ou do seu conteúdo.

UNIQUE
MAGAZINE

é uma publicação semestral do Hotel Unique



Beba com estilo, não com excesso.



Veuve Clicquot

www.veuve-clicquot.com



NICOLAS RIEUSSEC TIMEWRITER.

Um tributo ao inventor do primeiro cronógrafo. Cronógrafo monopulsador, com movimento MB R200 de corda automática. Contadores de 30 min. e 60 seg. em discos rotativos fixados na ponte dos contadores, 72 horas de reserva de marcha. Cuidadosamente manufaturado no atelier de Relógios Montblanc em Le Locle, Suíça.



MONTBLANC. A STORY TO TELL.

**MONT
BLANC** 

BOUTIQUES MONTBLANC