

54

MARCAS alfacunhas

Algumas ainda estão a dar os primeiros passos, outras já têm mais de 160 anos. Todas têm em comum o facto de terem nascido em Lisboa e juntas dão para rechear uma casa. **Mauro Gonçalves, Ana Dias Ferreira e Mariana Correia de Barros** fizeram isso mesmo, **Tiago Pais** arrumou os frescos e os artigos de despensa nos respectivos armários.



CEAGAGÊ

Não há ninguém que tenha aproveitado tão bem a moda dos colares aparatosos como Cristina Homem de Gouveia. Depois do curso de design de moda, em 2011, os desenhos e esboços começaram a escorrer-lhe para o lado dos acessórios e a designer deu por si a pensar em tirá-los do papel e criar uma pequena marca de peças exclusivas. Juntou as primeiras letras dos seus nomes, criou uma palavra que todos hesitam antes de pronunciar em voz alta, Ceagagê, e deitou mão a todo o tipo de materiais para compor colares extragrandes, com franjas que vão até ao umbigo, correntes, penas e pedraria, a preços que vão dos 30 aos 60 euros. A própria é a primeira a assumir a dificuldade que tem em fazer peças discretas e pequeninas, ou melhor, era, já que a Ceagagê se prepara para encolher ligeiramente as escamas. Com um novo ateliê no Poço dos Negros, Cristina está agora mais virada para a joalharia – peças mais pequenas e um manuseamento dos metais mais minucioso para a artesã. Quanto aos colares exuberantes, nem pensar em descontinuá-los, até porque há decotes para tudo. À venda na Arte Assinada, Largo Trindade Coelho, 13 (Chiado).

OFFICINA LISBOA

Lisboeta de gema, esta marca criada por duas designers de moda deu-se a conhecer ao mundo em Julho de 2012, com uma coleção de sapatos de Inverno que oscilavam entre os saltos vertiginosos e os rasos, sempre em pele e camurça. Um ano e picos depois, muita coisa mudou. A marca tem agora apenas uma designer, Isabel Henriques da Silva, que divide a sociedade com o namorado, José Maria Reffoios; tem uma nova linha de homem que já está à venda no El Corte Inglés; lançou uma coleção de Verão que foi um sucesso; e agora prepara-se para apresentar a nova linha de senhora. Mas descanso que não perdeu o fio condutor. Continuam apostar em boas peles, a produzir sapatos altíssimos e sapatos rasos – "mas agora temos também intermédios, porque muita gente nos pediu" – e a confeccioná-los em solo português. Em suma: material de qualidade e confortável. Já os preços subiram ligeiramente: os de senhora custam entre 155 e 210€ e os de homem estão entre os 355 e os 465€. Mas é tudo material de luxo. À venda no showroom da Rua Fidalgo de Almeida, 24C, por marcação. 91 686 5066.

CARDUME

O anzol já não engana. Com mais de dois anos de existência, a Cardume é uma velha conhecida de todos os apreciadores de street wear. O produto é nacional e à frente da marca estão quatro marujos de primeira onda – Tiago, João, Luís e Hélio (autor da deixa "sai da frente, Guedes") –, que resolveram juntar talentos para se dedicarem ao pronto-a-vestir. Na rede apanham-se bonecas, t-shirts, sweatshirts e póllos, tanto para eles como para elas, tudo confeccionado pelas mãos do colectivo. No último Verão, o público feminino teve especial atenção, com tank tops e até fatos de banho, sempre fiéis ao estilo da marca e sem preços disparatados (a partir de 20€). Depois do sucesso das últimas peças, a próxima estação há-de ser bem mais tranquila, com alguns lançamentos mais espaçados. A Cardume pode abrandar, mas mesmo assim não há quem a apanhe.

À venda em www.cardumeapparel.com.

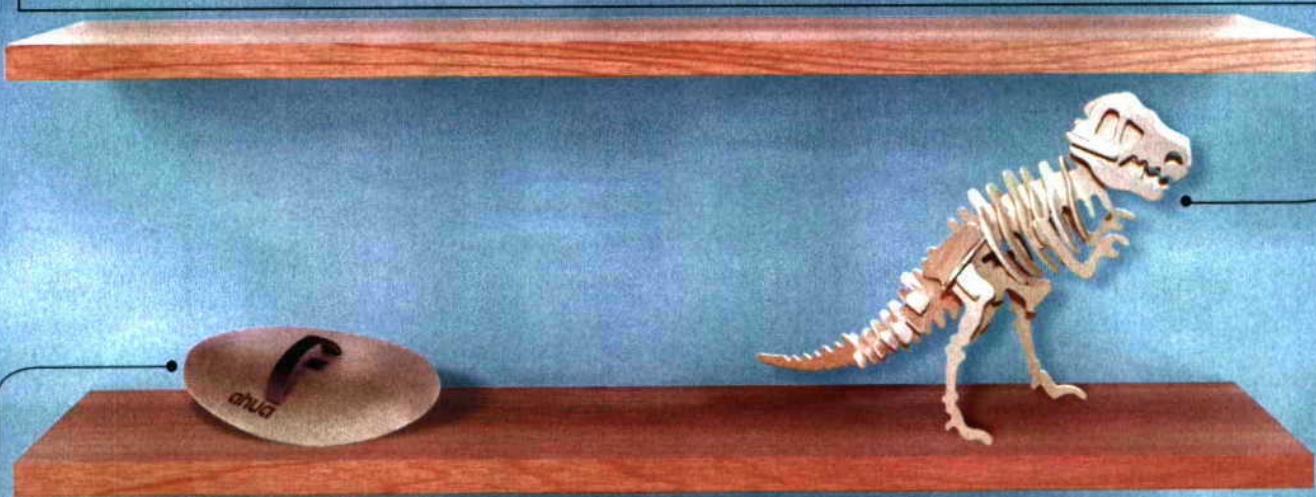




SCIENCE4YOU

Se há dez anos lhe dissessem que aquele trabalho de final de curso seria o pontapé de saída para uma empresa de sucesso, talvez Miguel Pina Martins não acreditasse. O trabalho fez-se, o curso de Finanças do ISCTE acabou-se mas não foi de imediato que surgiu a Science4You, empresa especializada em brinquedos e kits científicos para os mais novos. Foi só depois de uma breve passagem pela banca de investimento que Miguel, hoje com 28 anos, decidiu ir à procura de potenciais investidores para a sua empresa. A Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa continua a ser a grande parceira do projecto, de tal forma que a sede da

Science4You funciona nas suas instalações, assim como as festas de aniversário e os campos de férias que a empresa organiza para miúdos com queda para a ciência. Os números impressionam: a Science4You tem um objectivo de negócio para este ano de três milhões de euros, emprega perto de 80 pessoas e, para além da presença em várias lojas multimarca, conta com sete corners próprios nos principais centros comerciais de Lisboa. O catálogo da marca tem mais de duas dezenas de artigos (a maioria nas áreas da Química, Física, Energias Renováveis e Meteorologia) e novos produtos estão na calha, alguns deles com a chancela da prestigiada Universidade de Oxford. **Catarina Figueira**
Catálogo e loja online em www.science4you.pt



AHUA SURF

Não é a profissão mais antiga do mundo, mas garantimos que fazer carreirinhas nas ondas do mar é, possivelmente, um das brincadeiras mais antigas de sempre. Nuno Mesquita, arquitecto e surfista, elevou-a a desporto quando criou a Ahua, uma marca de surf que faz pranchas de mão para aperfeiçoar o body surf. Esta espécie de extensão das mãos oferece maior flutuação e direcção, o que garante um maior domínio da onda (com preços que vão dos 29€ aos 79€). Além de ser uma marca 100 por cento portuguesa, a Ahua Surf também usa um material nacional, a cortiça, na construção de muitas das suas pranchas. Mas esta não é uma marca monoproduto. As alaias – pranchas de surf feitas com uma madeira muito leve, flexível e resistente à água, a partir de 385€ –, que muito se assemelham a tábuas de engomar, são o outro produto-estrela da Ahua. Apesar de a marca estar sedeadas numa incubadora de empresas na Caparica, tanto os handplanes como as alaias estão à venda no site da marca, <http://ahuasurf.com>. **Catarina Mendonça Ferreira**

TOYNO

Não admira que um dos produtos mais famosos da Toyno seja um crocodilo chamado Nilo. Para quem não sabe, estes répteis são dos animais mais antigos da Terra, uns resistentes cujos antepassados até terão convivido com dinossauros. E a Toyno, embora não seja nada pré-histórica – nasceu no final de 2011 – é mais do que uma resistente: surgiu como uma brincadeira de Natal pela mão de dois amigos, Rui Quinta e Joana Brígido, e hoje já passou de uma equipa de dois elementos para cinco, para além de ter mudado de um pequeno espaço junto à Sé para um atelier de design em Belém que esteve sete meses a desenhar o novo espaço do Pavilhão do Conhecimento, Dóing – Oficina Aumentada. Para o cliente normal, a imagem de marca da Toyno são os animais de cartão branco que servem para arrumar coisas em casa. Há o Donko, que carrega livros, revistas e canetas, há o Nilo (ambos a 39,90€) que gosta de vinis, CDs e headphones, e daqui a uma semana chega o Elio, um elefante dispensador de cápsulas que as guarda no lombo e as deita pela tromba. À venda na Travessa das Zebras, 23 (Belém) ou em www.toyno.com



BESOURO

A Besouro é de tal forma um projecto pessoal de Pedro Marecos, de 36 anos, que até o nome da marca corresponde à alcunha do seu fundador. Formado em design gráfico e arte-finalista numa empresa de publicidade, o ribatejano deu por si a tentar "materializar alguns desenhos que fazia num suporte mais físico" e a cortar letras com relevo em pedaços de madeira. As letras deram frases, as experiências deram quadros, e o entusiasmo fez com que o designer juntasse tanta coisa que as peças passaram de casa para uma banca no Lx Market, em 2012. Foi aí, na Lx Factory, que se fez luz e o Besouro voou pela primeira vez: as pessoas gostaram tanto dos quadros com mensagens positivas que Pedro percebeu que tinha uma marca em mãos e podia fazer várias coisas com ela. Hoje, ainda é o designer que assegura tudo, mas para além das peças em madeira ou acrílico também há cabeças de veado feitas em contraplacado e uma linha de acessórios com pins e colares, dos 4€ aos 70€. E se quiser personalizar uma peça com uma frase especial, Pedro vai ficar feliz da vida e responder com uma das suas obras: "Yes Yes Yes". À venda no Mercado do CCB, encomendas pelo Facebook ou em www.besouro.com.pt

...and then i met **you**

PURA CAL

Com a Pura Cal, as paletes de transporte de mercadorias podem ser transformadas em mesas de apoio e os azulejos hidráulicos que revestem paredes podem virar tecido e forrar almofadas. São essas duas das imagens de marca do projecto criado em 2011 por João Vilela e Tiago Rodrigues, embora sejam apenas uma parte do universo Pura Cal, que em Fevereiro invadiu a loja dos Storytailors e tem aí as suas principais peças para venda. O lado tradicional associado ao nome é dado pelo mobiliário vintage, que ganha uma nova vida com cores garridas ou acessórios novos, 100 por cento nacionais, mas também há réplicas de designers famosos do século XX a preços mais competitivos, como as célebres cadeiras do casal Eames. Tudo surgiu quando João e Tiago andavam à procura de artigos para as suas respectivas casas, e tudo continua com o objectivo de proporcionar objectos diferentes a preços acessíveis. As mesas-palete começam nos 130€ e uma das novidades, a Hot legs, permite personalizar uma mesa desde a escolha do tampo aos oito tipos de pés disponíveis. À venda na Storytailors Store (Cç. Do Ferragial, 8, Chiado). www.puracal.pt



VICARA

Por muito lisboeta que esta marca seja, é preciso começar pelo budismo para apresentá-la. Vicara é nada mais, nada menos do que uma forma de meditação em que a mente se concentra totalmente num único objecto, ao ponto de se fundir com ele. Paulo Sellmayer e Fábio Afonso não serão os mais versados em ritos budistas, mas pareceu-lhes que o nome era o ideal para uma marca atenta aos detalhes. Concluído o curso de design industrial, a ideia ganhou forma no início de 2011 com um projecto de final de curso – os candeeiros cartonados. Hoje, continuam a ser um bestseller, com um preço que ronda os 100€, embora nem todas as etiquetas da Vicara tenham três dígitos. Cristo Purificador é o típico ambientador com aroma a pinho para pendurar no espelho retrovisor do carro, mas em forma de crucifixo e com um preço de 3,50€. O último lançamento foi o chapéu-de-chuva Chpada onde, lá está, a graça está no pormenor do cabo, em forma de punho de espada. À venda em portugal.designmarketshop.com/ www.vicara.org.

ORIGAMA

Quando arrancou, no ano passado, pelas mãos de três amigos, a Origama trouxe a ideia peregrina de transformar uma toalha de praia numa *chaise longue* que se pode enrolar e levar ao ombro. A invenção pegou e no último Verão fomos vendo cada vez mais pauzinhos cruzados a espetarem-se na areia. Como se já não fosse novidade o suficiente, ainda pode combinar cores e padrões a gosto e ficar com uma toalha personalizada (por 38,90€). De três, a equipa passou a sete membros, e se há coisa que nenhum quer é manter a marca associada a um único produto. Para isso, nada melhor do que diversificar. Para breve há novos lançamentos marcados, todos pensados para fazer cumprir os desígnios da Origama: proporcionar bons momentos ao ar livre, seja na praia ou num jardim. A partir de Lisboa, a marca ainda não chegou aos quatro cantos do mundo, mas quase. Além de Angola e África do Sul, a Origama vai chegar à Austrália até ao final do ano.

À venda no showroom da Origama, Av. Álvaro Pais, 10A (Entrecampos). www.origama-inc.com.



LISBON LOVERS

Uma marca que se diz apaixonada por Lisboa tem, à partida, o carinho da Time Out. E quando essa mesma marca apresenta *souvenirs* lisboetas giros, daqueles que nenhum alfacinha se envergonharia de ter em casa... bom, afi merece a nossa vénia. E é preciso ter gosto para lançar ímanes, canecas, sacos, blocos, porta-chaves, com símbolos, personalidades e frases da cidade, todos com muita pinta. A ideia saiu da cabeça de dois publicitários, João Coelho (copywriter) e Luís Beato (designer), que trabalhavam juntos e já andavam com vontade de fazer alguma coisa diferente. Até que o filho de um deles se lembrou de fazer, como trabalho de mestrado, umas t-shirts com esse mesmo nome. Assim nasceu a Lisbon Lovers. Começou por ser vendida para lojas seleccionadas, depois abriu uma loja própria no Príncipe Real, mais tarde veio uma loja móvel numa carrinha, uma loja em parceria com a Nata Lisboa e agora outra no Terreiro do Paço. Estão também na calha novas ideias de produtos, sempre com o mesmo esquema: desenhados pelos sócios e produzidos em fornecedores especializados. À venda na Praça do Príncipe Real, 28A; Rua da Prata, 78; Praça do Comércio.



BUENOS AIRES

Há um ano, andavam os quatro sócios da Buenos Aires a acarrar as mantas tradicionais da vila de Monsaraz, no Alentejo, para uma fábrica em Santa Maria da Feira. Tempos depois, saiu de lá a primeira colecção da marca: botas com um toque rústico, confortáveis e com canos feitos com as mantas, resultado do que o dedo de uma designer consegue fazer no meio de quatro homens fundadores. Os padrões da santa terrinha fizeram furor entre as meninas da cidade grande, em parte por trazerem um quê de charme do campo. No Verão, a Buenos Aires não fechou para balanço, mas quase. Enquanto o tempo esteve demasiado quente para usar botas até aos joelhos, desenhou-se a colecção que chega agora às lojas. Os preços continuam a andar entre os 130€ e os 180€, mas agora com acessórios em lã, polainas com franjas e um modelo para homem inspirado nos típicos sapatos de futebol, novidades que estão a chegar às lojas. À venda na Vintage Bazaar, Largo da Academia Nacional de Belas Arte, 5 (Chiado). www.buenosairesworld.com.

VARAS VERDES

Já ouviu falar das paletes que dão em bancos que dão óptimas peças de design? A equação é simples e começou a ser estudada no ano passado por um colectivo de trintões para lá de habilidoso: uma designer, uma arquitecta, um fotógrafo, um perito em restauro e conservação e dois profissionais da comunicação e gestão de marcas. Com tantas cabeças a pensar, só podia dar bom resultado. Os bancos da Mercado Collection (a partir de 46€), feitos a partir de paletes de madeira, têm sido um sucesso e até já rumaram a outros países europeus. Da ecologia da coisa nem se fala. A Varas Verdes é de tal forma contra o desperdício que está agora a lançar a Mini Mercado Collection, com bancos e mesas para os mais pequenos, em que a paleta de cores segue os mesmos códigos criativos dos bancos seniores – pintainho, groselha e menta. Entretanto, também se aceitam encomendas e isto porque a febre da palete já faz com que haja clientes a querer mesas e camas feitas desta matéria-prima. À venda na Temporary Brand, Embaixada (Pç. do Príncipe Real, 26). www.varasverdes.com.



HARDCORE FOFO

Depois da Hardcore Fofo ter aparecido, em 2010, nunca mais ninguém olhou para os bordados da mesma forma. Contrariando a imagem mimosa e tradicional que normalmente lhes associamos, a marca juntou-lhes uma dose de arrojo linguístico, fazendo jus ao seu próprio nome. Assim surgiram quadros em ponto cruz com passarinhos e flores a contrastar com a frase "Fuck me hard" (65€), conjuntos de toalhas de bidé devidamente identificadas com "pípi" e "pilinha" (20€), ou mesmo o "Pó caralho", o pano do pó mais temperamental de sempre (10€). Tudo resultado da tensão acumulada de Ana Saramago, a fundadora da marca. Depois disso, Rute Novais juntou-se ao negócio e com ela veio o seu condão de designer para criar novos produtos – sacos, t-shirts e cadernos –, agora com os dizeres impressos. Mas os clássicos são os clássicos e hão-de ser sempre o prato forte da Hardcore Fofo, quer pendam mais para o fofo, quer sejam indecorosamente hardcore. À venda na RE.USE, Rua da Esperança, 24 (Santos). www.hardcorefofo.pt.



POISE

O ano de 2010 há-de ficar marcado nos anais da história das marcas portuguesas de malas em pele artesanais. Foi nesse ano que o ateliê da Poise chegou ao Chiado, mas sem artesãos sexagenários a coser pele de olhos fechados. A mão-de-obra, ou melhor, as quatro mãos de obra, são as de Sara Padrão e João Vieira, que estão bem longe dos sessentas. A extravagância da juventude, essa, ficou guardada a sete chaves. As malas da Poise seguem os traços de uma mala clássica, com toda a atenção dada à perfeição dos acabamentos e à truta dourada que se encontra em alguns modelos, uma espécie de logótipo da marca. O nível de exigência não deixa os preços descerem dos 150€, mas há que pagar pelo trabalho artesanal. Em Abril deste ano, Sara e João mudaram-se para o Bairro Alto, com um novo ateliê e a primeira loja própria, onde as apreciadoras da marca podem ver as novas malas ainda quentinhos. A escalar está a nova linha de malas para homem, uma estreia da Poise, para juntar à reedição dos modelos clássicos em cores de Outono. À venda na Rua da Rosa, 197 (Bairro Alto).

FORA SUNGASSES

Que os óculos vintage estão na moda ninguém duvida. João Veiga, 23 anos, e Miguel Barral, 24, sabem isso melhor do que ninguém. É que a FORA Sunglasses nasceu depois de terem vendido nos últimos dois anos um stock de óculos dos anos 60, 70 e 80 que começava a escassear. Foi então que se lembraram de desenhar alguns modelos (com a ajuda de um designer), de procurar um outro sócio, João Bravo, 28 anos, e se lançaram numa viagem aos Alpes para apresentar uma série de protótipos de óculos vintage a uma pequena fábrica que os podia produzir de forma artesanal. O negócio foi fechado e, no dia 10 de Julho, lançaram a coleção. Com linhas bonitas, armações em acetato com cores diferentes, lentes italianas variadas, algumas espelhadas (como manda a moda) e preços amigos da carteira (de 86€ a 110€). Em Novembro, chega uma reposição do stock – dos 500 pares venderem-se quase todos – e para o ano há dois novos modelos a juntarem-se aos cinco disponíveis. À venda na Barbour, R.D. Pedro V, 99.



URSOTIGRE

Pode não agradar a todos os gostos e, nalguns casos, pode mesmo deixar algumas mentes mais confusas a perguntar "mas como é que aquilo se veste?", mas o certo é que a Ursotigre chegou com pezinhos de lã no ano passado e já está à conquista da Europa. Atrás das malhas e dos feitiços desafiantes está Sónia Pessoa, uma incurável apaixonada por tricot. Sónia começou a tricotar desde nova, não só porque lhe ocupava os tempos livres, mas porque ficava com o guarda-roupa cheio de camisolas quentinhos. As lãs usadas na marca vêm todas da histórica tinturaria Rosários 4, em Mira de Aire, mas os camisolões são bem lisboetas. No Verão, a Ursotigre surpreendeu com bodies de malha, mas agora é a coleção Carroussel Desire que está a chegar às lojas, com camisolas bem fofinhas, a partir de 150€. Além de Lisboa, a marca já conta com pontos de venda em Barcelona e está a caminho de Londres. À venda na Arte Assinada, Largo Trindade Coelho, 13 (Chiado). www.ursotigre.com.



STUFA

O conceito de crowdfunding diz muito aos americanos, mas pouco aos portugueses. E é pena. Se não fosse esta plataforma de financiamento colectivo online onde, em 60 dias, os irmãos Rita e Miguel Guedes Ramos conseguiram reunir o dinheiro suficiente para a Stufa passar do conceito à vida real, o mercado não teria conhecido este interessante kit que permite a qualquer pessoa, com ou sem queda para a jardinagem, plantar ervas aromáticas em casa. Com esse investimento – quem pagou recebeu um kit em primeira mão – a engenheira do ambiente e o designer produziram as caixas que trazem sementes (salsa, coentros e manjericão); um livro com informações sobre os vasos, a rega, a história da semente, os cuidados, as vitaminas e por aí fora; uma série de receitas para cada uma, feitas pelo The Decadente, o Pedro e o Lobo e a Liquid Merendinha; e ainda, última novidade, substrato para pôr as sementes. Recentemente a Stufa lançou mais uma caixa, com sementes de microgreens de rúcula e mostarda, isto é, vegetais colhidos assim que aparecem as primeiras folhas. Cada um dos kits a valer 16,90€.

À venda nas Fnacs ou em www.stufaconcept.com





SERROTE

Nuno Neves e Susana Vilela conheceram-se na Faculdade de Belas Artes e, para além de se apaixonarem um pelo outro, deram por si a viver num triângulo amoroso. Felizmente, o terceiro lado da relação era uma paixão de ambos: cadernos impressos com tipos móveis, isto é, caracteres antigos em chumbo, à moda antiga. No final de 2005, o casal correu tudo o que era oficina tipográfica em Lisboa para produzir um caderno à maneira de Gutenberg. "Muitas gráficas já tinham fechado ou estavam a fechar, outras que estavam abertas não queriam voltar a pegar no chumbo", conta Nuno. Até que no Bairro Alto lhes abriram portas e nasceu a Serrote, na forma de um caderno liso e de miolo azul. Dessa altura para cá, a marca já editou livros ilustrados sobre o Minho e os finlandeses, prepara-se para lançar um caixote de madeira cheio de produtos novos, mas a parte mais visível da sua produção continua a ser os cadernos de edição limitada criados com uma velha máquina Heidelberg de 1962 que pesa mais de uma tonelada e que o casal entretanto comprou. A lista já vai em 28 - 23 deles esgotados, todos a custarem 4,50€ - cadernos que se destacam não só pela capa bonita e o design retro mas pelas folhas que tanto reproduzem toalhas de mesa, bolachas ou, no caso de um exemplar recente e com mais folhas, um sabão azul e branco. À venda na Vida Portuguesa (lista completa de lojas em www.serrote.com)

BOHEMIAN SWIMWEAR

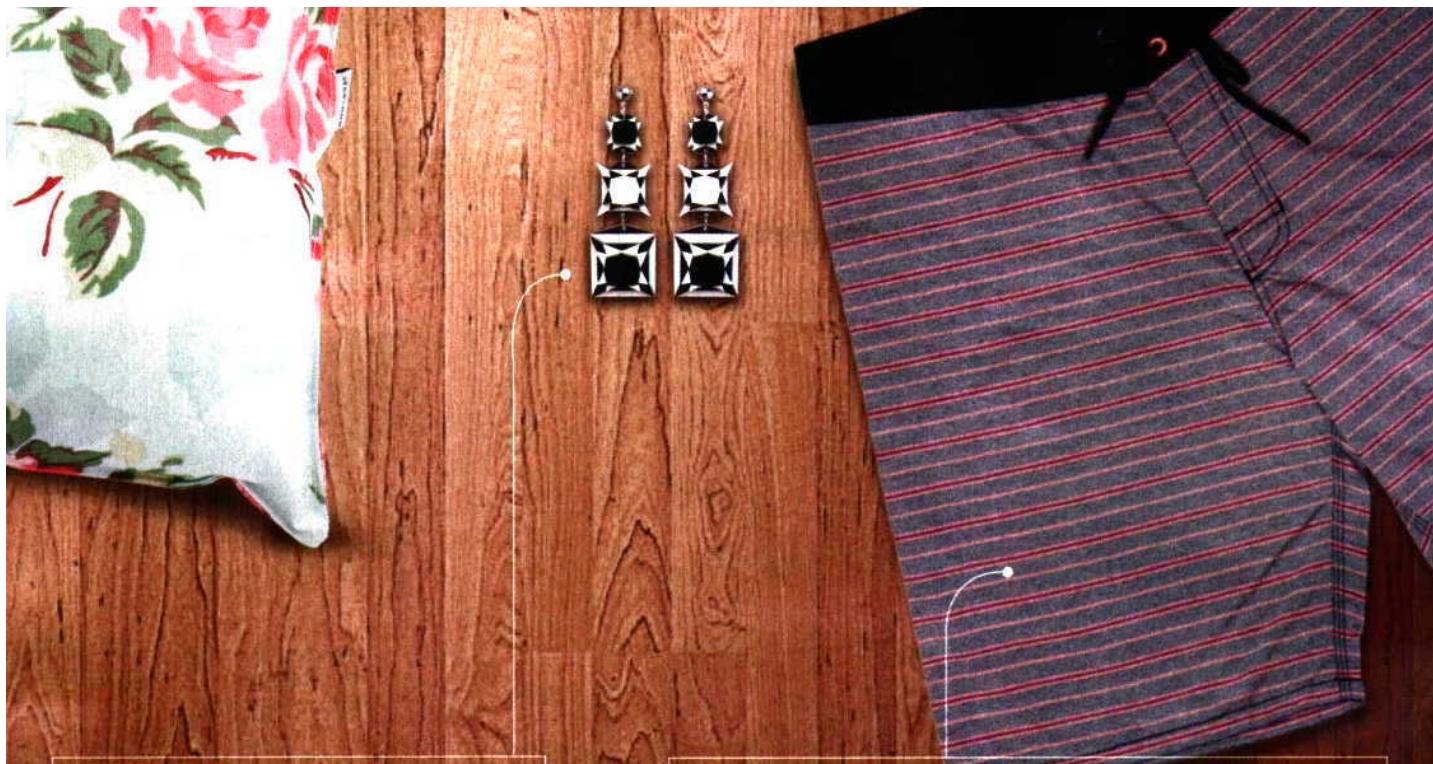
Que o biquíni nacional é bom e digno de recomendação, já sabemos, mas quando o boom de marcas nacionais ainda estava no início, Erica Bettencourt decidiu-se a marcar a diferença. Em 2012, a primeira coleção da Bohemian Swimwear apareceu tímida com cores esbatidas, sem padrões e apenas algumas combinações a dois tons. Era Erica a testar o produto e o mulherio. O último Verão foi um estouro, com preços a partir de 39€. Vieram os triquinis, os padrões vivos, uma mão cheia de cores num só biquíni e o Hanami, um biquíni em neoprene (material de que são feitos os fatos de surf) que seduziu muitas surfistinhas por aí. Assistente de bordo a tempo inteiro, Erica é fundadora, designer e trabalha em todas as frentes que uma marca de swimwear precisa, menos na confecção, claro. Os últimos meses foram em digressão por todo o país com uma espécie de showroom pop up. Resultado? Vários modelos esgotados e uma temporada que superou as expectativas. Para o ano há mais, não só em Portugal, mas também em Singapura e na Austrália.

À venda em www.bohemianswimwear.com.

CAIA

Comecemos por um número redondo: três mil. A quantidade de almofadas de praia da Caia vendida este Verão. Se o valor já impressiona por si, espere até saber que esta marca pertence a uma pessoa que tem 24 anos, que descobriu este negócio com muito olho e que, depois do sucesso do primeiro Verão (2012), no qual vendeu 700 almofadas, saiu da área de activação numa agência de publicidade, para se dedicar só à marca. De tal maneira que este Inverno - "sou o contrário do Ferrero Rocher, só saio no Verão", diz Inês Fortunato - além de planejar a nova coleção, vai estudar gestão, para poder administrar a empresa que criou. Inês teve a ideia no fim do Verão de 2011, depois de ter remendado várias vezes as almofadas insufláveis de praia e ter concluído que nenhuma era assim tão cômoda. Passou alguns meses a estudar fornecedores de tecidos - sempre de algodão plastificado e 100% impermeáveis - de enchimentos e de uma pessoa que os produzisse, e lançou a Caia. Com padrões diferentes, o mesmo tamanho (20 cm X 30 cm) e o mesmo preço: 17,95€. Ah, e é tudo material português. À venda em www.caia.pt





BAGUERA

A geometria tridimensional de Branca Cuvier já não deixa margem para dúvidas. Em 2011, as clutchs, brincos e anéis da Baguera galvanizaram meio mundo e tudo porque além de um design irrepreensível, cada peça é feita à mão e com a maior das atenções aos detalhes. Vectory foi a coleção que celebrizou a marca e no último Natal valeu-lhe presença no guia de compras da Vogue americana. O sucesso foi estrondoso, mas nem por isso a Baguera se ficou pelas primeiras peças. No último mês, assistiu-se ao lançamento de Vectory Extreme, a nova edição de acessórios que segue as pisadas da coleção mãe, mas com novas combinações de cor e estrutura. Vender além-fronteiras já não é novidade para Branca Cuvier que, nos tempos em que trabalhou fora do país, chegou a criar peças para Björk e Lady Gaga. Actualmente, encontram-se peças Baguera à venda em paragens distantes como Taiwan, Dubai, São Paulo e Sidney.

A venda na Arte Assinada, Largo Trindade Coelho, 13 (Chiado). www.baguera.eu.

DCK

Se os últimos anos foram fortes no aparecimento de marcas portuguesas de biquínis, o mesmo não se pode dizer de fatos de banho para homem. Está bem que os homens não têm o mesmo impulso consumista, mas na verdade não precisavam de ser ignorados. E foi com essa na manga que Duarte Costa, depois de ter estado três anos a vender um stock de calções de banho que encomendava de Bali com mais dois amigos, decidiu nacionalizar a marca. Como? Com tecidos de Barcelos, uma confecção feita no Norte do país, e venda feita tanto num showroom em Campo de Ourique, como em várias praias portuguesas. E apesar dos 1800 vendidos, reconhece que este ano já lançou o negócio tarde de mais (um mês antes do Verão) e como tal não teve tempo de pôr outras ideias em prática, que já está a estudar t-shirts, camisolas de capuz com malhas portuguesas e outras roupas associadas à praia e ao surf. A DCK "poderá ser uma espécie de Quicksilver portuguesa", diz Duarte. Mas numa versão mais low-cost, já que cada fato de banho custa 29,90€.

A venda em www.dck.pt

CHANGE

Toda a gente sabe que aqui na Time Out gostamos de gente que arrisca, que muda de vida, que manda um emprego garantido para trás das costas e se dedica ao que realmente gosta. E, em primeiro lugar, é por isso que gostamos da autora dos já famosos calções de ganga costumizados, Marta Leitão. Apaixonada por trapos, costuras e transformações desde pequena, numa carreira promissora em publicidade digital, foi depois de uma viagem de quatro semanas à Índia, quase a entrar nos 30, que pensou em fazer alguma coisa ligada à moda. Despediu-se sem grande justificação – "toda a gente achou que eu estava maluca" – mandou vir uma série de calções Levi's dos Estados Unidos e personalizou-os com tecidos, tachas e afins. E aqui entra a segunda razão pela qual gostamos da marca, up!, da Marta. Porque os calções têm, de facto, muita pinta. A juntar aos ditos, que são o core business da Change (custam entre 45€ e 85€), há blusões, camisas, casacos de pêlo, t-shirts, etc. Tudo personalizado em Lisboa.

A venda em www.change.pt





JOSÉ GOURMET Ninguém diria que esteve para se chamar Tuga. Mas esteve. É um fenômeno: uma marca criativa de produtos tradicionais, das conservas às compotas.

GRANJA DOS MOINHOS Do mesmo responsável pelo único chèvre artesanal português, vem também este pesto. Igualmente artesanal e muito, muito bom.

DIESE Quando surgiu, em 1955, as preocupações com nutrição e a comida saudável não eram muitas. João Santos, o seu criador, foi, por isso, um visionário. Até hoje.

PROVA RÉGIA Se a versão Premium é um dos brancos favoritos da nossa especialista Odete Cascais, a versão base serve para ilustrar que os vinhos de Bucelas não deixam os créditos da CVR Lisboa por mãos alheias.

SUMOL A história do refrigerante mais português de Portugal remonta aos anos 50, numa altura em que a casa-mãe, a Refriger, de Algés, passava por algumas dificuldades. Nasceu o Sumol e tudo melhorou.

SAGRES Como marca, surgiu em 1940 para a Exposição do Mundo Português. Um ano depois, a Sociedade Central de Cervejas lançava a Imperial, ainda hoje sinônimo de cerveja de pressão.

UCAL União das Cooperativas Abastecedoras de Leite de Lisboa: é esse o significado do acrônimo favorito de quem não dispensa leite com chocolate a saber a infância.

CAFÉ ALFAMA Se não há bairro mais lisboeta que Alfama, o mesmo se aplicará, por certo, à marca de café homónima, nascida há cerca de dois anos.

CAFÉ BRASILEIRA
O café onde os turistas se sentam à mesa com Fernando Pessoa começou por ser uma loja de venda de lotes de café para uso particular. Como este Chiado.

CAFÉ NICOLA Outra marca histórica, nascida de um não menos histórico café, a Nicola distingue-se também pelos pacotes de açúcar que dizem que um dia se vão fazer coisas bonitas.

ENCERITE Os chãos das casas lisboetas brilham mais desde 1927, ano em que foi criada a mais famosa marca de cera do país, em plena Avenida da República.

MARIA ORGANIC Depois da José Gourmet, a família Casal Ribeiro criou a Maria Organic, uma marca de conservas artesanais que é boa para os clientes e boa para o ambiente.

SICASAL A marca de carnes mafrense é conhecida não só pelo que dá de comer mas também pelo apoio ao desporto, em geral, e ao ciclismo, em particular.

BATATA FRITA DO OESTE Na tradição de outras boas batatas fritas do Oeste lisboeta, como a Titi ou a Saloinha, estas, de um pequeno produtor de Mafra, são ainda mais caseiras e gulosas.

NATA LISBOA Já que os pastéis voam directamente para o estômago, a Nata Lisboa está presente nos armários de muito boa gente desta forma.

MISS CAN A marca da família Soares Ribeiro casa na perfeição a qualidade das conservas feitas com o método artesanal com as incríveis ilustrações do artista André da Loba.

TRICANA Será, provavelmente, a marca mais famosa e reputada da Conserveira de Lisboa, muito graças à variedade: até conservas de lampreia vendem.

FARINHA 33 Se os portugueses de hoje são menos atraçados do que os de há um século atrás também o devem a farinhas como esta 33, nascida em Lisboa, na Praça da Figueira.

DR. BAYARD Atire a primeira pedra quem nunca pensou que os famosos rebuçados para a tosse eram de origem francesa ou suíça. Não são, vêm da Amadora.

GORILA Criação da Lusiteca, uma empresa de Mem Martins, as pastilhas Gorila ressurgiram nos últimos anos com um lifting na imagem e novos sabores disponíveis.

PREDILECTA Começou por se produzir em Campo de Ourique, onde hoje há um restaurante de cataplana.

ENCERITE CERA LIQUIDA

ALFAMA

SALOIO Primeiro azeite português a ser exportado, o Saloio é, apesar do nome, um produto bem lisboeta, da empresa Estº Manuel Silva Torrado.

ARMANDO

Rajá

PORTUGUESE OLIVE OIL SALOIO

Nicla

PRETENDA



GUROMSAN
Surpreenda-se: o melhor amigo da ressaca é uma marca não só portuguesa como lisboeta, dos laboratórios JABA (José António Baptista d'Almeida).

EMÍLIO BRAGA Os cadernos da mítica papelaria da Rua Nova do Almada já não só de uso contabilístico. São tão bonitos que podem servir de decoração ou para, quem sabe, anotar pensamentos surgidos em locais improváveis.

ANTIGA BARBEARIA DO BAIRRO Apesar do nome e da inspiração, é uma marca jovem, para homens de barba rija que a querem ver devidamente tratada. Os pincéis têm a qualidade Semogue.

FENO DE PORTUGAL Começou a ser produzido nos anos 30, na Fábrica de Santa Clara, na Avenida 24 de Julho. E não demorou a ficar famoso, não só pelo cheiro mas, sobretudo, pelos rótulos. Até hoje.

VIÚVA LAMEGO A antiga fábrica da Viúva Lamego, onde está a nova loja A Vida Portuguesa (veja na página 68), é um dos marcos da cidade. E os respectivos azulejos também. Desde 1849.

CREMES BENAMOR Diz-se que a rainha Dona Amélia foi a primeira grande cliente destes famosos cremes para limpar a pele, produzidos no Campo Grande, na fábrica Nally.

<div style="width: 4

