

finger

DESIGN / ARQUITETURA / MODA / DECORAÇÃO / VIAGENS / TENDÊNCIAS
LANÇAMENTOS / CULTURA / ESPORTE / ESTILO / PESSOAS / MODO DE VIDA

ENTREVISTA
A INFLUÊNCIA
ALEMÃ NOS
SABORES DE
VICO CROCCO

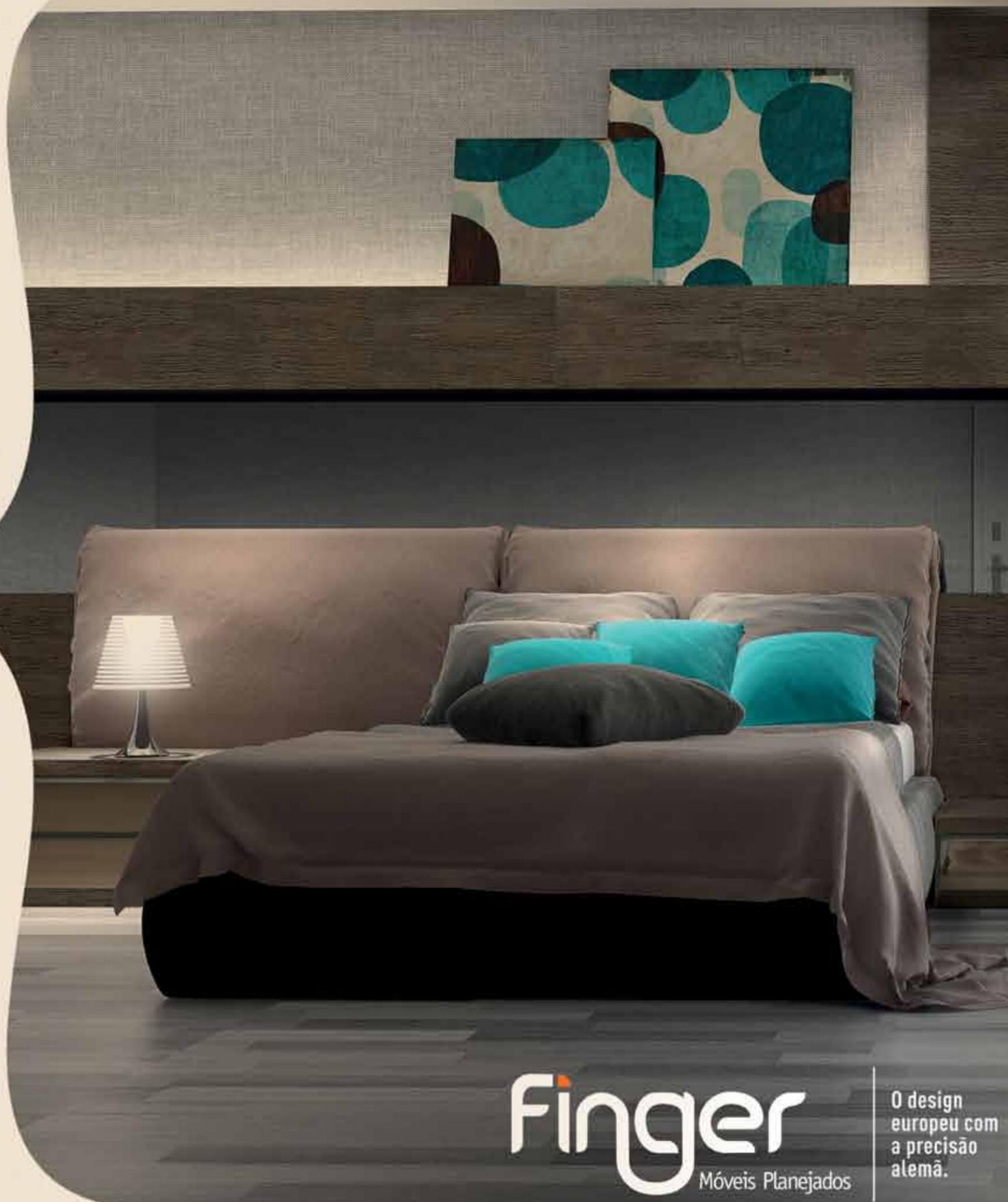
Deutschland-Brasilien
2013

O ANO
DE DOIS
GIGANTES

DESIGN
OS NOVOS
LANÇAMENTOS
DA **FINGER**

// VOCÊ ACORDA
MAS CONTINUA
VIVENDO NUM
SONHO.

designprecisão



finger
Móveis Planejados

O design
europeu com
a precisão
alemã.

O QUE NOS FAZ MELHOR A CADA DIA

// MISSÃO

TRANSFORMAR AMBIENTES PARA O BEM-ESTAR DAS PESSOAS

// VISÃO DE FUTURO

SER REFERÊNCIA DO MELHOR DESIGN EUROPEU COM A PRECISÃO ALEMÃ

VALORES

SERVIÇOS QUALIFICADOS
 INOVAÇÃO
 PRECISÃO
 CREDIBILIDADE
 RESPEITO
 INICIATIVA
 SUSTENTABILIDADE

35 ANOS DE PRECISÃO

Credibilidade. Confiança. Respeito ao consumidor. Essa tem sido a tônica desses 35 anos da Finger Móveis planejados. Não medimos esforços para entregar tudo àquilo que prometemos, com a agilidade, qualidade e o acabamento desejado pelo cliente.

Para garantir essas promessas iniciamos pela escolha do melhor lojista em cada região de atuação.

Eles passam por rigorosos critérios de avaliação, que iniciam na sua capacidade de realizar adequadamente a gestão até a experiência no corpo técnico que formará a equipe das lojas. Paralelo a isso, realizamos investimentos constantes em treinamento e capacitação dos colaboradores da fábrica, representantes, projetistas, montadores e gestores de cada unidade comercial. Isso tem sido um esforço contínuo de tempo e recursos. Acreditamos na importância disso e apostamos mais a

REALIZAMOS INVESTIMENTOS CONSTANTES EM TREINAMENTO E CAPACITAÇÃO DOS COLABORADORES DA FÁBRICA, REPRESENTANTES, PROJETISTAS, MONTADORES E GESTORES DE CADA UNIDADE COMERCIAL.

cada dia. Entretanto sabemos que estamos a caminho de uma operação ideal. Muito já percorremos, mas ainda há uma jornada pela frente. Também estamos preparados para eventuais problemas que ocorrem no dia a dia. Desenvolvemos toda uma logística de assistência técnica com foco em gerar

soluções no menor espaço de tempo possível. Isso, em nosso entendimento é valor para o cliente. É valor para o consumidor.

Todo esse esforço tem gerado um

resultado extremamente positivo junto aos mercados em que atuamos. Tudo isso tem gerado uma legião de consumidores satisfeitos que acreditam e ampliam sua confiança em nossa marca. Isso nos gratifica e aumenta nossa preocupação, pois sabemos quanto é difícil conquistar e manter a credibilidade junto ao consumidor. E não mediremos esforços para melhorar a cada dia. Obrigado pela sua confiança. Conte sempre conosco.



SOLUÇÕES EM ACABAMENTOS REHAU VALORIZAÇÃO DO SEU AMBIENTE

A REHAU desenvolve soluções ilimitadas em polímeros: os acabamentos diferenciados vão desde o alto brilho até a tecnologia a laser, são diversas as opções para você obter um móvel de alto valor agregado. Além de estar presente nas principais feiras mundiais de design, a REHAU possui uma equipe de Produtos e Desenvolvidos pronta para oferecer o que há de novo no mercado.



RAUKANTEX fitas de borda
 Compatível com os substratos.



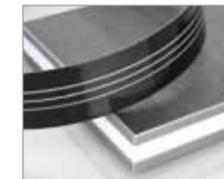
Visions
 O vidro em um rolo.



Laser Edge
 Fita fundida a laser, sem linha de junção.



Inspiration
 Desenhos inovadores.



Lite
 Iluminação indireta feita com LED.



Magic
 Efeito tridimensional.

www.rehau.com.br

Construção
 Automotiva
 Indústria



Vico Crocco

**COZINHA
BRASILEIRA
COM EXCELENCIA
ALEMA**

Vico Crocco, filho da designer Heloísa Crocco, viveu 12 anos na Europa, estudou em uma das melhores escolas de gastronomia alemãs, a JRE Akademie, na região onde se produz o melhor vinho riesling do mundo, no rio Mosel. Antes, foi garçom e ajudante de cozinha nos finais de semana, enquanto estudava engenharia em Munique. Na transição de engenheiro para cozinheiro, teve a oportunidade de descobrir sua paixão pelas panelas e sabores cozinhando com Ulf Dörge no restaurante/vinoteca Walter & Benjamin.



Fotos: Letícia Remião

Em Naurath Wald, no restaurante-hotel do chef Harald Rüssel, Vico aprendeu como se dá sabor a um prato regional e a apresentá-lo de forma contemporânea. Conheceu ingredientes e suas propriedades naturais e mergulhou no universo dos sabores e aromas. Aprendeu que na origem e na tradição regional é que se encontra a raiz de tudo. No último ano antes de retornar ao Brasil, em Gent, no restaurante Hof van Cleve, trabalhou com Peter Goossens, considerado o melhor chef da Bélgica e um dos melhores do mundo, com três estrelas no badalado Guia Michelin.

Confira a entrevista exclusiva para a Revista Finger:

Revista Finger – Você foi à Alemanha para estudar engenharia mecânica. Doze anos depois, retornou ao Brasil como chef de cozinha. Como se deu essa mudança? Você já cozinhava antes de ir para a Europa?

Vico Crocco – Sempre gostei muito de agito, eventos, do contato direto com as pessoas. Quando pequeno era

gordinho, sempre comendo, beliscando coisas e a procura de sabores novos. Na Alemanha, enquanto estudava engenharia mecânica, trabalhava como garçom, ajudante de cozinha, lavador de pratos. Fui pegando o gosto pela coisa! Depois de um estágio na BMW, descobri que o meu negócio mesmo era trabalhar direto com o cliente. Gosto de ver uma resposta imediata, um sorriso no rosto quando se recebe um prato bonito na mesa e, depois, a satisfação ao saborear uma comida boa! Lembro de que um dia telefonei para meus pais e simplesmente comuniquei que não estudaria mais engenharia e iria cair na cozinha. Tive um grande apoio dos dois e do meu irmão, Tom, que na época morava na França e é um grande apreciador de gastronomia. Por ele estar morando no sul da França, tive a oportunidade de conhecer a cultura daquele país e também, através de seus amigos, conhecer de forma aprofundada lugares e costumes que só se conhece vivendo no local.

Quem ajudou e se tornou uma grande amiga e uma pessoa

que respeito e aprecio muito foi a Neka Menna Barreto. Ela me apresentou para o Ulf, um grande chef, que começou a me mostrar o que é cozinha mesmo. Ulf era o chef da vinoteca Walter & Benjamin, em Munique. Lá, ele cozinhava para o vinho escolhido para o cliente. Era uma minicozinha, com produtos do dia, não tínhamos como armazenar nada, então era tudo muito fresco e com muita criatividade. Eles me inspiraram muito a mudar de rumo. Uma pessoa a quem tenho muito a agradecer é a minha vó Irma, que fazia uma comida caseira maravilhosa. Como era muito ligado a ela, cozinheiro, hoje em dia, várias coisas com lembranças do que ela fazia.



“ÀS VEZES ÉRAMOS 22 NA COZINHA PARA ATENDER A SOMENTE 11 MESAS”.

RF – Você fez curso de chef na Alemanha e na Bélgica. Em quais cidades?

Vico – Trabalhando com Ulf, que me preparou para começar o curso já com uma base melhor, fui parar na cozinha do chef Harald Rüssel, na cidade de Trier, mais especificamente em Naurath Wald, uma cidade de 250 habitantes perto do rio Mosel, região incrível do vinho riesling. Com o Rüssel fiz meu curso técnico de três anos. Sendo aprendiz dele trabalhava na cozinha como funcionário. Éramos 10 em sua cozinha, que é considerada a melhor em comidas regionais alemãs e tem uma estrela no Guia Michelin. Quatro vezes ao ano, por um mês, ia até Koblenz para ter as aulas teóricas e específicas com um grupo de aprendizes de restaurantes diferentes da

Alemanha. Na escola aprendíamos a teoria pela manhã. À tarde e à noite, tínhamos aulas práticas específicas, aprendendo sobre ervas, azeites, óleos, pimentas, peixes, crustáceos, animais silvestres. Muito puxado e bacana. Também tínhamos aulas complementares de sommelier. O interessante é que éramos somente aprendizes de chefs estrelados alemães.

RF – Quais são suas melhores memórias desses lugares?

Vico – Fiz muitos amigos, e até hoje temos contato. Aprendi muita coisa com eles, as aulas práticas eram maravilhosas, a infraestrutura da escola JRE-Akademie Jeunes Restaurateurs D’Europe era incrível. Tive a oportunidade como aluno de jantar nos melhores restaurantes da região. Foi uma experiência muito rica. Na Bélgica trabalhei no Hof van Cleve, restaurante do chef Peter Goossens, considerado o melhor do país e também o 15º melhor do mundo. Lá passei por uma experiência incrível, pois o nível de loucura e paixão do chef era de outro mundo. Às vezes éramos 22 na cozinha para atender a somente 11 mesas.

RF – Você é descendente de alemães, aprendeu a língua, parece que te integrou bem. Houve alguma dificuldade, alguma barreira cultural a superar?

Vico – Cheguei a Munique com 19 anos, era muito guri, falava somente inglês e queria logo começar a trabalhar e entrar na escola para poder me comunicar melhor e conhecer a cultura de forma mais aprofundada. Como podia trabalhar, foi fácil achar um trabalho. Comecei trabalhando num coffee shop, foi muito bom, só gente jovem. Fiz amigos que tenho até hoje. Foram eles que me incentivaram a ficar tanto tempo no país. Tive um pouco de dificuldade no começo, até entender como os alemães são, um pouco mais reservados. Mas, depois de um certo grau de amizade, eles se mostram pessoas acolhedoras e muito especiais.

RF – Do que você sente mais falta do período em que viveu na Alemanha?

Vico – Sinto falta dos pães, maravilhosos, saborosos. Morei muitos anos em cima de uma padaria em Naurath Wald, lá eram feitos somente três tipos de pães de campanha em fornos à lenha do séc 19. O moinho movido à água ainda era usado para moer os grãos e fazer a farinha. Coisa de outro mundo. A organização, a disciplina, a segurança e a limpeza dos alemães, isso só existe lá! Está no sangue, na cultura, eles crescem com outra educação. E eu adoro o frio, a neve, adorava as montanhas da Bavária, o snowboard, correr no English Garten, em Munique, com 15 graus negativos, respirando o ar frio e seco com tudo branco, mas um sol rachando. Essas memórias são muito fortes. Fora a alegria dos alemães, todos a rigor na Oktoberfest, curtindo aquela cerveja. Sinto muita saudade.



ALEMANHA POR VICO CROCCO:

Um lugar para visitar: a região do Rio Mosel e suas vinícolas e feiras tradicionais

Uma cidade para morar: Munique

Um prato típico para provar: Käse Spätzle, schnitzel mit bratkartoffeln und Weisswurst (Spätzle-massa alemã com queijo, bife de vitela bem fina à milanesa com batatas douradas, salsicha branca com mostarda doce)

Um restaurante inesquecível: Landhaus St. Urban, em Naurath Wald, do chef Harald Rüssel

Uma bebida que ficou na memória: vinho Trocken Riesling, espumante rosé Plno Sekt von Kirsten e a cerveja Dunkels Fraziskaner

Um ingrediente indispensável: batata!

“A ALEMANHA É COISA DE OUTRO MUNDO. A ORGANIZAÇÃO, A DISCIPLINA, A SEGURANÇA É IMPRESSIONANTE”.

RF – Qual a maior diferença entre alemães e brasileiros? Essas diferenças te ajudaram como chef?

Vico – Disciplina, educação e preocupação com o outro. Os alemães não são espontâneos como os brasileiros, nem tão abertos em um primeiro momento. Mas são aconchegantes e carinhos assim como os brasileiros. Eles só precisam conhecer melhor a pessoa. A pontualidade é algo incrível, até por que o sistema te oferece isso: os ônibus, os trens, os bondes, nunca se atrasam. Tento passar para o pessoal que trabalha comigo essa preocupação com o produto, com a qualidade, com o modo de preparo. É muito legal observar a dedicação e o requinte natural da cultura alemã.



iSALONI

TENDÊNCIAS MUNDIAIS

De 9 a 14 de abril, Milão recebeu a 52ª edição do iSaloni, Salão Internacional do Móvel de Milão. Neste ano, 289 expositores italianos e 196 estrangeiros mostraram as tendências da indústria moveleira e os rumos do design de interiores a mais de 300 mil visitantes. Cerca de 160 países representaram 68% do total de presenças, tornando o salão não só internacional, mas global.

COMO TEM OCORRIDO NO MUNDO DA MODA, EXISTE UMA NECESSIDADE DE ENCONTRAR UMA DIFERENTE MANEIRA DE SE COMUNICAR “DIFERENÇA” A GRANDE QUALIDADE DISTINTIVA DE UM PRODUTO ESPECÍFICO.



Interiores de Amanhã foi o mote da mostra, focada em inovação, com grande destaque para a instalação Projeto: Office para Viver, do arquiteto francês Jean Nouvel, que apresentou cinco cenários de trabalho únicos e singulares. O objetivo era mostrar que um ambiente de trabalho tem de ser capaz de transmitir criatividade, inspiração e prazer. A presença de móveis projetados foi impactante. Preocupada com o futuro do design e com as diretrizes evolutivas do mesmo, a iSaloni centrou-se em examinar o binário forma e função – o qual, claramente, não é mais suficiente para seduzir o comprador. Isso significa que, como tem ocorrido no mundo da moda, existe uma necessidade de encontrar uma diferente maneira de se comunicar “diferença”, a grande qualidade distintiva de um produto específico. Excelência que a Finger tem buscado em seus lançamentos e em suas pesquisas, a cada ano. O diferencial, impulsionado pela inovação.



A MOSTRA **RE-MADE**, ENVOLVENDO UM GRUPO DE JOVENS DESIGNERS ITALIANOS, PERMITIU QUE CADA PROFISSIONAL DESSE VIDA NOVA ÀS SOBRAS DE MÓVEIS CONSIDERADOS BEST-SELLERS NO MERCADO.

A palavra “raridade” tomou o lugar da palavra “luxo”, um tanto desgastada por seu uso indiscriminado. Há duas claras leituras: por um lado, há referências ao mundo da arte, em criações mais extravagantes, mas também muitas menções aos pequenos detalhes de percepção sofisticada.

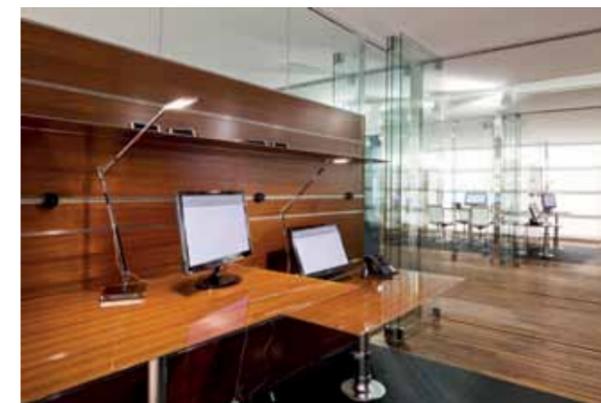
// TECNOLOGIA

A complexidade da execução também é uma grande vertente no campo da “raridade”. Não apenas no que diz respeito à técnica complexa e tecnológica, mas também em termos do número de diferentes processos de fabricação envolvidos. Quando uma peça envolve tecnologia e desenvolvimento quase artesanal, ela chega o mais próximo possível de ser única.

Por outro lado, a preocupação com a sustentabilidade segue em alta – necessariamente. A mostra Re-Made, organizada pela Fiam, envolvendo um grupo de jovens designers italianos, permitiu que cada profissional desse vida nova às sobras de móveis considerados best-sellers no mercado. O resultado foram objetos com identidades completamente novas.

// A IMPORTÂNCIA DA COR

Sem dúvida, 2013 marca o retorno de uma paleta natural, especialmente uma gama impressionante de verdes que variam de nuances tingidas com amarelo até um



tom de gasolina que faz fronteira com o azul. Depois, há dezenas de tons que variam de corda, aroeira e lama, animados com toques de vermelho sujo e mostarda amarela. São as vertentes mais naturais que remetem ao aconchego e à natureza. Há, ainda, a predominância de todos os tons de cinza, misturados ao azul. Em muitos casos, as cores são fornecidas pela própria matéria-prima, em que as fibras naturais são entrelaçadas. Outros projetos abusam do uso da reconstituição da madeira e seus veios naturais, tendências que estão contempladas nas novas coleções da Finger 2013.



Depois do **Luxo**

EXPERIÊNCIAS RARAS,
OBJETOS ÚNICOS,
LEMBRANÇAS AFETIVAS:

O PÓS-LUXO VAI ALÉM

DO CONSUMO.

Autor de livros como *O Império do Efêmero*, *A Era do Vazio* e *Os Tempos Hipermodernos*, o filósofo francês Gilles Lipovetsky especializou-se no assunto luxo. Há anos ele analisa, em publicações e palestras pelo mundo, os rumos que esse mercado cobiçado vem tomando, com a recente democratização do luxo. Diz ele: – O luxo agora é múltiplo. O que nos convida a pensar: Ralph Lauren é luxo? Discutível. Hugo Boss definitivamente não é mais. São marcas para a classe média. Ou seja, esqueça o luxo apenas enquanto poder de compra. Luxo, hoje, é experiência emocional, aquela que é proveitosa, particular e deixa memórias. Na opinião do filósofo e de outros estudiosos, os consumidores estão em busca de experiências. E Lipovetsky não se refere a uma viagem em um transatlântico para 5 mil pessoas, mas sim ao privilégio de conhecer lugares privados e raros. Ele está falando do pós-luxo.



Laucala Island Resort, nas Ilhas Fiji

Esse conceito sinaliza, entre outros caminhos, poder conviver com a natureza, apreciá-la e aproveitar tudo o que está em torno dela, atento à sustentabilidade. Hotéis, restaurantes e outros serviços passam a oferecer experiências como plantar os próprios ingredientes e valorizar o contato com o silêncio. Criador de revistas que se tornaram bússolas da classe AAA no mundo, como Wallpaper e Monocle, o editor canadense Tyler Brûlé acredita que o verdadeiro luxo tem relação hoje com o que é artesanal, que não pode ser replicado em uma linha de montagem chinesa. Outro especialista, o francês Jean Castarède, é categórico:

“– O que faz o luxo é a raridade.”

O pós-luxo fala daquele consumidor que tem sede de autoexpressão e busca experiências autênticas e marcantes, produtos e serviços que lhe proporcionem maior envolvimento emocional. Desde que o luxo se tornou acessível para a classe média, ele perdeu a aura de exclusividade. Logo, precisou se reinventar, chegando ao conceito de pós-luxo, que se rende às origens, à arte e à cultura, flertando com

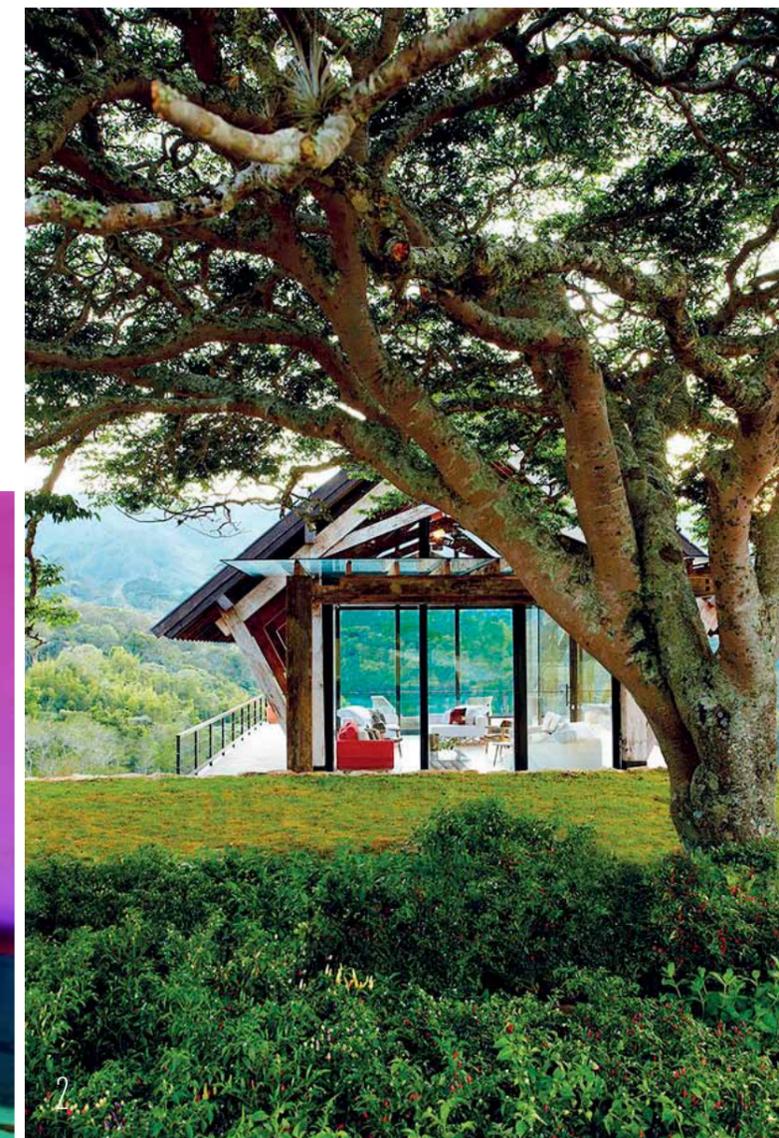
a pureza da natureza, com as matérias-primas raras e recicladas e com as inovações criativas. O pós-luxo é contemporâneo, mas recupera o processo artesanal de criadores e artesãos, designers e artistas. Veja, a seguir, alguns exemplos de produtos e serviços que seguem a tendência do pós-luxo:

Botanique Hotel & Spa: no hotel mais caro do país, localizado no interior de São Paulo, o silêncio reina absoluto, e as referências brasileiras aparecem no design e na gastronomia. Dentro de 7.000 m² de área exclusiva aos hóspedes, não há veículos motorizados, apenas carrinhos de golfe para locomoção. São apenas 17 apartamentos. O hotel ainda conta com uma biblioteca, onde só há livros de autores nacionais, e um SPA onde são oferecidas terapias com técnicas indígenas e afro-brasileiras. O restaurante é todo emoldurado em janelas envidraçadas com uma visão de 180° das montanhas. Os vinhos são trazidos

A ESSE DIÁLOGO CRIATIVO, SEGUE-SE UMA INTERVENÇÃO ARTESANAL E SENSÍVEL QUE DÁ ORIGEM A PEÇAS ÚNICAS E EXCLUSIVAS



1. Uxua Casa Hotel, Trancoso, Bahia
2. Botanique Hotel & Spa, em Campos do Jordão
3. Uma mostra do Mobiliário de Hugo França





Uxua Casa Hotel, em Trancoso, Bahia.

de pequenos vinicultores da região do sul do Brasil, e muitos ingredientes do cardápio vêm da horta do próprio estabelecimento. Toda a água do hotel, incluindo a do chuveiro, é mineral.

Uxua Casa Hotel – Apenas 10 casas exclusivas se integram perfeitamente à vila de pescadores onde se localiza, no Centro Histórico de Trancoso, na Bahia. Materiais reciclados, antiguidades, obras de arte brasileiras e elementos rústicos proporcionam a integração com o estilo baiano, que aparece também na gastronomia do hotel. Uma piscina de cristais com propriedades de cura e um lounge à beira-mar são outros elementos do Uxua que transmitem conforto, elegância e privacidade para o hóspede.

Laucala Island Resort: Situado nas Ilhas Fiji, é o mais novo membro da The Leading Hotels of the World, selo que representa os melhores e mais exclusivos hotéis, resorts e spas do mundo. Além da natureza exuberante, o empreendimento conta com 24 vilas espaçosas, construídas com pedra natural e madeira. Cada unidade tem estilo rústico sofisticado e muita privacidade. A filosofia do resort é a auto-suficiência. A região montanhosa permite aos visitantes uma experiência com a natureza que vai até os cuidados com a beleza e o relaxamento. O SPA utiliza produtos naturais da região como frutas, vegetais e óleos especiais.

Joia de luz em edição limitada: o encontro da criatividade do designer de joias **Antonio Bernardo** com o apuro técnico da Lumini, empresa de iluminação de origem brasileira que já tem filial na Alemanha, resultou na luminária 360°. A empresa desenvolveu a peça a partir do desenho do brinco de mesmo nome criado por Bernardo. Apenas sete unidades da peça banhada a ouro foram produzidas.

Mobiliário de Hugo França: há anos o designer desenvolve peças a partir da madeira descartada. Sua produção não esboça uma linha reta onde há um objetivo final. O conceito do seu trabalho é acreditar na transformação criativa de usos dos objetos. As peças são a consequência da sua preocupação com as possibilidades oferecidas pela matéria-prima: árvores centenárias mortas pela ação irresponsável do homem. A natureza apresenta suas formas e o designer as interpreta.

BOTANIQUE HOTEL & SPA: NO HOTEL MAIS CARO DO PAÍS, AS REFERÊNCIAS BRASILEIRAS APARECEM NO DESIGN E NA GASTRONOMIA



Detalhe do Botanique Hotel & Spa, em Campos do Jordão.



BOAS IDEIAS. *Bem executadas.*

JEAN RODRIGO E CARLA VIVIANE FEISTLER JÁ TINHAM EM MENTE O APARTAMENTO DOS SONHOS QUANDO BUSCARAM A FINGER MÓVEIS PLANEJADOS PARA CONCRETIZAR SUAS IDEIAS.

“Resolvemos mobiliar nosso apartamento e partimos para o mercado já com uma ideia do que iríamos colocar em cada ambiente. Criamos o “desenho”, ou melhor, um rascunho do que tínhamos imaginado. Em conjunto com nossa arquiteta, Andressa Barreto, transferimos tudo para o papel. Mas não tínhamos ideia do que fazer no quarto do nosso futuro bebê, pois não sabíamos quando viria e qual seria o sexo. A varanda também era uma dúvida, para os demais ambientes já tínhamos ideias”, contam.

Com os sonhos, os rascunhos e os desenhos, o casal visitou diversas empresas para fazer projetos e orçamentos. “A Finger foi a empresa que desde o início conseguiu captar nossas ideias e transferi-las para os projetos, com muita qualidade no que tínhamos imaginado, sempre nos

orientando sobre o que realmente ficaria bom e o que não funcionaria. Tínhamos muita preocupação com o que seria funcional”, relembram.

Jean Rodrigo e Carla Viviane contam que a qualidade observada no showroom da loja, no projeto e no atendimento começaram a fazer a diferença na escolha a favor da empresa: “Quando fomos para fase de negociação, a flexibilidade e a facilidade na forma de pagamento foram decisivas pra optarmos pela Finger”.

Desde o início, o casal relata que o atendimento da Finger foi diferenciado. Os proprietários da loja apoiaram o arquiteto que estava os atendendo e trazendo ideias para o projeto. “Todo o time estava envolvido, ajudando, era de fato uma equipe com sinergia”, afirmam. Além disso, ambos sempre se sentiram muito à vontade na loja, “ao contrário de alguns concorrentes da Finger, que queriam nos agradecer com mimos e esqueciam que nosso foco era o projeto”.

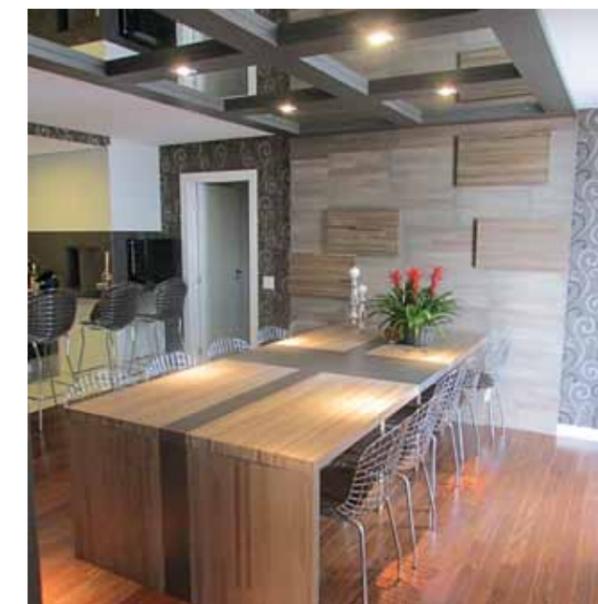
Na visão dos clientes, a prioridade de quem mora em apartamento é o aproveitamento dos espaços – sem ter que abrir mão da qualidade e do design moderno. “Quando o arquiteto mostrou a primeira versão do projeto, lançamos o seguinte desafio: gostaríamos da sensação de movimento em alguns móveis nos ambientes, e ele trouxe para o projeto uma das novidades que a Finger estava lançando na época, a linha curve”, contam. Por isso, na opinião de Jean Rodrigo e Carla Viviane, os grandes diferenciais da Finger são o atendimento e a qualidade, além da flexibilidade na negociação e no preço.

No final da experiência, o casal ficou satisfeito: “os projetos nos atenderam muito bem, trouxeram um ar moderno para o apartamento, harmonia entre os ambientes e muita funcionalidade. Não adianta ser bonito, se não for funcional e usual”.



INOVACÃO E QUALIDADE MARCAM PROJETO DE APARTAMENTO EM CURITIBA

BOM GOSTO E ESCOLHAS ACERTADAS FORAM PASSADOS DE MÃE PARA FILHA NO PLANEJAMENTO DA EXECUÇÃO DESTES APARTAMENTO EM CURITIBA, NO PARANÁ.



Minha mãe já havia feito um projeto com a Finger e me indicou a empresa – revela Gabrielle Menegaz de Andreazza, que gostou muito de todo o atendimento prestado pela loja. Banheiro, quarto, closet e sala ganharam elementos neutros e sofisticados, que conferiram ao resultado final um toque de contemporaneidade. Gabrielle revela que o projeto foi muito bem elaborado, o que contribuiu para a finalidade esperada: – O resultado final ficou ótimo.

Linhas retas, painéis em cores escuras e espelhos, além de revestimentos de paredes e móvel multiuso na sala de estar conectam-se no estilo e nas cores, permitindo a composição com qualquer cor ou textura que complete a decoração.

– Para mim, o grande diferencial da Finger é a qualidade. Além disso, o material utilizado é único, e o projeto, inovador.

A integração dos ambientes de convivência – especialmente entre cozinha e salas – é o grande destaque no apartamento, que ganhou um closet bem dividido e arrojado, aproveitando os últimos lançamentos da empresa. Além disso, o projeto arquitetônico contemplou a composição final dos ambientes, dialogando com os detalhes da decoração.

– O projeto ficou exatamente do jeito que eu queria: desde o papel de parede até a organização dos móveis. O trabalho final ficou excelente. Estou satisfeita com o resultado – resume Gabrielle.

**“PARA MIM,
O GRANDE
DIFERENCIAL
DA FINGER É A
QUALIDADE”**



O DESAFIO DA PAIXÃO MUNDIAL

O AMBIENTE PROJETADO PELAS ARQUITETAS **ACLAENE DE MELLO E CLARICE MANCUSO** FOI IDEALIZADO PARA QUEM GOSTA DE DEGUSTAR UMA BOA CERVEJA. FOI-SE O TEMPO EM QUE CERVEJA ERA APENAS UMA BEBIDA CUJA MARCA NÃO IMPORTAVA MUITO E QUE ERA CARACTERÍSTICA DO VERÃO. O GOSTO PELA BEBIDA É UNIVERSAL: É A TERCEIRA MAIS POPULAR DO MUNDO.



Foi pensando nessa paixão, que tomou proporções de bebida gourmet e ganhou inúmeras versões, que nasceu o Espaço do Cervejeiro Baden Baden, de uma alquimia única, na combinação de carreiras renomadas unindo o respeito às leis da arquitetura ao prazer que a espuma branca gera.

A união das especificidades das arquitetas Aclaene e Clarice fez com que o ambiente tenha nascido para uma trajetória de sucesso e de resultado glorioso: em tons de marrom, amarelo e branco, criaram as leis de visita no Espaço do Cervejeiro Baden Baden: olhe, sinta, admire, prove e volte! O ambiente tem vários locais para o visitante se acomodar e provar a melhor cerveja. Na entrada, um estar com confortáveis sofás Germânia e todo um trabalho em madeira que cobre parte das paredes e insinua as curvas femininas, elaborado a partir de produtos da Finger Móveis Planejados.

A BELÍSSIMA MESA CRIADA E CONFECCIONADA ESPECIALMENTE PARA O EVENTO PELA FINGER DIVIDE ESPAÇO COM UM MÓVEL ESPECIAL NO QUAL FOI INSTALADA UMA CHOPEIRA – TAMBÉM PLANEJADA PELA FINGER.

Dividindo esse ambiente do seguinte, uma parede vazada em cobogós da Solarium sugere continuidade – e uma certa curiosidade.

Na área de degustação, a belíssima mesa criada e confeccionada especialmente para o evento pela Finger divide espaço com um móvel especial no qual foi instalada uma chopeira – também planejado pela Finger. Bancos e cadeiras alternados dão movimento ao espaço.

Os lustres sobre a mesa são um detalhe à parte, com inspiração na tendência 2013 lançada em Milão: o ferro rústico pintado em amarelo (Laboratório da Luz) recebeu cristais e roubou a cena.

Degustar uma bebida que tem personalidade comum e nobreza no sabor é um ato de alegria e contentamento – tarefa que, nesse ambiente, inclui a possibilidade da companhia de amigos contando com o privilégio de ter o espaço bem planejado com tudo o que um bom cervejeiro almeja.

METABOX



TANDEMBOX



Móveis que proporcionem um movimento leve e silencioso são exigências cada vez mais comuns entre os clientes. Pensando nisso a **METABOX** possibilita armazenagem e organização aliados ao alto conforto de movimento.



A BUSCA CONSTANTE DA PRÓXIMA **TENDÊNCIA**

A FINGER ESTUDA E PESQUISA CONSTANTEMENTE AS **TENDÊNCIAS DO DESIGN E DA ARQUITETURA**, NO BRASIL E NO MUNDO, PARA PRODUZIR NOVAS SOLUÇÕES DE PROJETO DE AMBIENTES. INOVAR É UMA NECESSIDADE E UM DOS PILARES DA EMPRESA.

A sensação do novo é fundamental no mundo de hoje, e isso é reflexo do enorme fluxo de informações que é gerado diariamente. A Finger entende que é preciso saber filtrar essas informações e surgir com o que há de melhor e mais fresco. Que reflita o estilo de vida das pessoas – que também se transforma de forma acelerada. As novas composições possíveis, com a coleção 2013, criam oportunidades de projetos inéditos que permitem fazer uma conexão direta e harmoniosa entre cores e desenhos. As inspirações vieram de tudo o que faz parte do dia a dia: tecnologia, mídias sociais,



Qualidade

Inovação

O seu perfil
ideal

Conde de Porto Alegre, 1200
Vila Flores - RS - (54) 3447-4040
www.alumiconte.com.br


ALUMICONTE
marca para toda vida





moda, arquitetura, design e, principalmente, do próprio comportamento das pessoas. Isso faz da coleção deste ano uma coletânea de visões extremamente atualizadas.

FLECK: a noqueira redesenhada

A estrutura madeirada do padrão Fleck reproduz, com qualidade 3D, os desenhos madeirados das noqueiras, reeditados em cores neutras e atuais. As tonalidades combinam com toda a gama de produtos Finger, mantendo o alinhamento com as tendências do mobiliário mundial. Já o desenho dos veios madeirados é um capítulo à parte. Linhas ultradefinidas e reais fazem do Fleck um padrão que representa com fidelidade a origem do mobiliário mundial: a madeira.

KAFFEE: aconchego com estilo de madeira antiga

Você já pensou em ter um mobiliário que reproduza as antigas madeiras utilizadas nos móveis artesanais, mas

produzidos com tecnologia alemã? O Kaffee faz isso. O mix de cores entre marrom, cinza e vermelho trazem as lembranças de "ontem" para o cotidiano. As cores também transmitem aconchego e naturalidade, proporcionando novos contrastes com os demais padrões da Finger.

MANDEL: linhas e cores

O Mandel foi pensado para conectar todos os padrões já existentes nas linhas Finger. Ele faz a ligação entre dois ou mais desenhos ou cores com qualidade e harmonia. As cores sólidas estão em alta no mobiliário mundial. Pensando nisso, a Finger buscou aplicar uma textura expressiva em sua superfície. Ao tocar neste novo padrão a pessoa poderá sentir uma trama de linhas que lembram tecidos.

LAND: pretinho nada básico

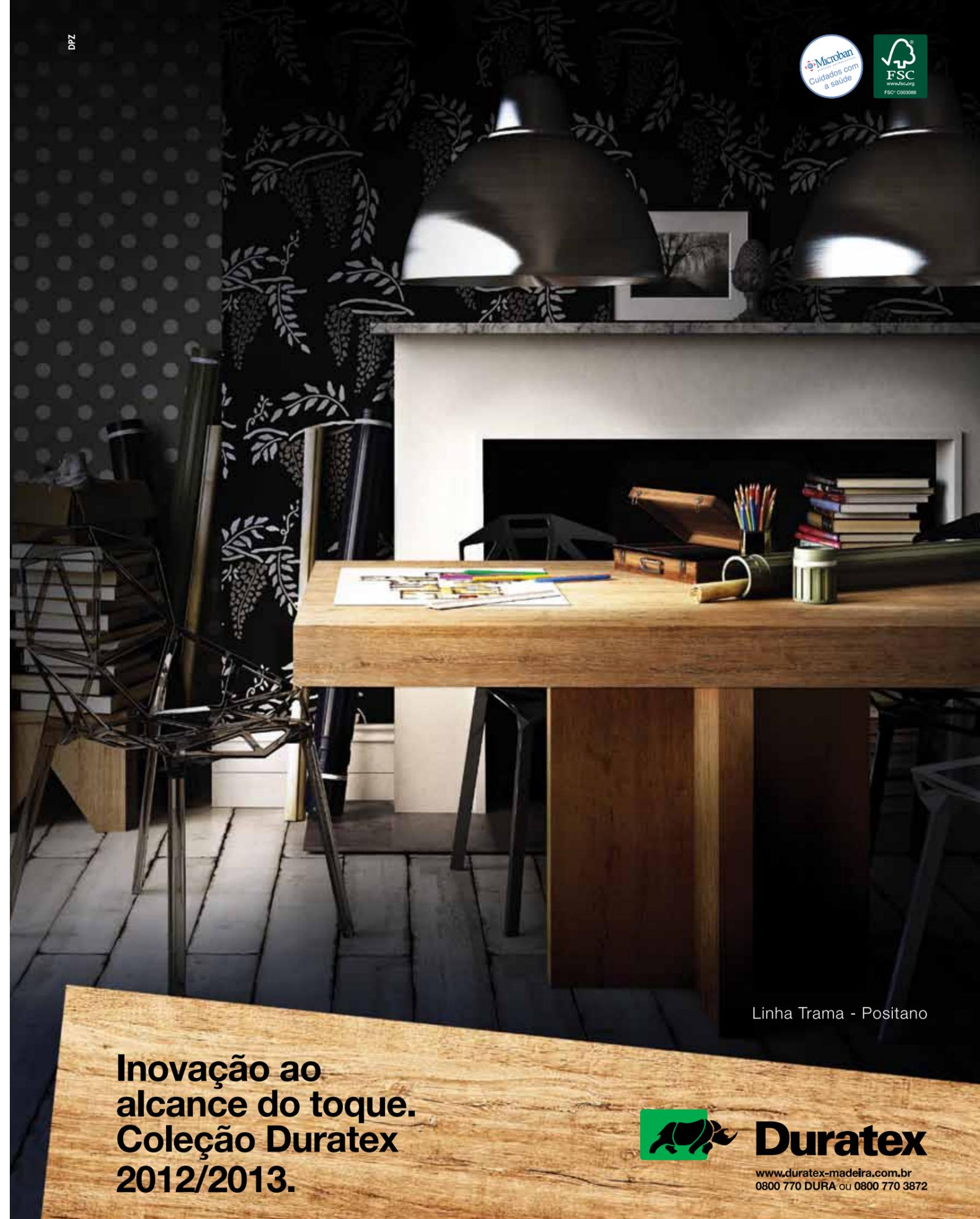
O Land é um novo padrão de cor cheia, praticamente obrigatório em qualquer coleção de móveis planejados, mas com um toque especial: a textura tipo trama de linhas. É uma releitura da Finger para o "pretinho básico" que permite elaborar combinações com outras cores e padrões – como os novos Mandel e Kaffee.

VIDRO: absolutamente branco

Além dos lançamentos nas coleções de padronagens, a Finger apresenta, este ano, um vidro absolutamente branco. Ele representa o "branco mais branco" para gerar impacto visual nos projetos. Com o Branco extraclear é possível criar projetos com a sensação de reflexo bastante expressivo, além de um visual limpo e arejado. As combinações são inúmeras.

PORTAS: cores surpreendentes

As novas cores para portas planas com muito brilho mudam a forma de criar ambientes, tornando possível ter muito brilho – e resistente – em cores que fecham com toda a coleção Finger. O Vanille e o Graphit seguem a linha de tons neutros. O Olive, o Danúbio e o Citrus trazem um toque de excentricidade para as criações. A Finger tornou possível ter cores que sejam marcantes e, ao mesmo tempo, agradáveis.



Linha Trama - Positano

**Inovação ao
alcance do toque.
Coleção Duratex
2012/2013.**



www.duratex-madeira.com.br
0800 770 DURA ou 0800 770 3872

PARA DO PADRÃO



EXERCÍCIOS SUSPENSOS
GANHAM ADEPTOS DO
TREINAMENTO FUNCIONAL

Duas atividades físicas têm ganhado adeptos por poderem ser praticadas na academia ou fora dela. E ainda geram resultados tão expressivos como a musculação tradicional. Aliás, uma está ligada à outra, porque ambas trabalham com as funcionalidades do próprio corpo.

O treinamento funcional procura utilizar os movimentos naturais do corpo humano para aumentar a força, o equilíbrio e a resistência. Além desses movimentos, também pode usar vários equipamentos, como bolas medicinais e discos de equilíbrio. Muitos exercícios propostos pelos instrutores unem princípios da ioga e do pilates, como no caso dos abdominais sobre bolas terapêuticas, além de práticas comuns a esportes como o atletismo (no caso de uso de obstáculos).

Uma das novidades no treinamento funcional é o TRX Suspension Training, que proporciona alto gasto calórico, resistência, equilíbrio e uma definição muscular longilínea. O TRX é um aparelho engenhoso e que teve sua origem entre os marines, soldados de elite da marinha americana. Tiras de nylon são acopladas a manoplas e permitem que centenas de exercícios sejam realizados em qualquer lugar, pois o TRX é leve e fácil de ser usado.

O treinamento funcional suspenso apresenta uma série de exercícios para melhorar a força, tonificar os músculos e alinhar a postura. O TRX é um aparelho projetado para este tipo de treino e utiliza o próprio peso do corpo como carga no exercício. O aparelho é indicado para qualquer pessoa, já que a intensidade do exercício é controlada pelo ângulo de inclinação do corpo. Em todos os exercícios é preciso trabalhar o corpo todo para manter o equilíbrio.

Mas as tiras e as manoplas são tão simples de serem manuseadas. Antes de comprar um kit de TRX e tentar treinar sozinho, procure uma academia ou um personal trainer para conhecer o método.



UMA DAS NOVIDADES NO TREINAMENTO
FUNCIONAL É O **TRX SUSPENSION
TRAINING**, QUE PROPORCIONA ALTO GASTO
CALÓRICO, RESISTÊNCIA, EQUILÍBRIO E
UMA DEFINIÇÃO MUSCULAR LONGILÍNEA

The image shows the Christ the Redeemer statue in Rio de Janeiro, Brazil, illuminated at dusk. The statue's arms are outstretched, and its body is lit with a warm glow. The sky is a deep blue, and the city lights are visible in the background.

Deutschland-Brasilien
2013

An abstract graphic consisting of several thick, wavy ribbons in red, yellow, black, blue, and green, arranged in a dynamic, overlapping pattern.

O ANO DE DOIS GIGANTES

“QUANDO IDEIAS SE ENCONTRAM” É O LEMA DO ANO ALEMANHA + BRASIL 2013-2014. COM O OBJETIVO DE AMPLIAR E APROFUNDAR AS RELAÇÕES ENTRE OS DOIS PAÍSES, O OBJETIVO DAS AÇÕES É DAR MAIOR VISIBILIDADE À COOPERAÇÃO E INCENTIVAR NOVAS PARCERIAS. O MARCO INICIAL FOI O DIA 13 DE MAIO DE 2013, EM CERIMÔNIA QUE CONTOU COM A PRESENÇA DO PRESIDENTE ALEMÃO, JOACHIM GAUCK, E DA PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF, EM SÃO PAULO.



2013-2014
DEUTSCHLAND + BRASILIEN
 Wo Ideen sich verbinden



Há apenas poucos países no mundo com os quais a Alemanha mantém relações tão amplas e multifacetadas quanto com o Brasil, o quinto maior país do planeta. Por isso, o país europeu entendeu que já estava mais do que na hora de realizar um ano no Brasil que tornasse essa relação visível para o mundo todo, revelando os potenciais em todos os níveis e indicando novas perspectivas para o futuro.

A temporada Alemanha + Brasil 2013-2014 deve reconhecer, apresentar e aprofundar as relações entre os dois países em todos os níveis. A iniciativa comum do Ministério Alemão das Relações Exteriores, do Ministério Alemão de Educação e Pesquisa, do Ministério Alemão de Cooperação Econômica e Desenvolvimento, do BDI Brazil Board e do Instituto Goethe conta com mais de 400 projetos e eventos.

O Brasil e a Alemanha são as mais importantes locomotivas em suas regiões: o Brasil na América Latina, a Alemanha na Europa. O Brasil é o mais importante parceiro comercial da Alemanha na América Latina. Empresas alemãs investiram mais de US\$ 30 bilhões, principalmente na indústria brasileira, as quais geram entre 17% e 19% por cento (dependendo da estatística) do produto interno bruto (PIB) setorial. São Paulo, o núcleo do engajamento econômico alemão, costuma ser caracterizado como o maior centro econômico alemão fora da Alemanha. O comércio Brasil-Alemanha quase dobrou nos últimos dez anos.

De maneira geral, os alemães e os produtos alemães têm grande popularidade no Brasil. Muitas instituições alemãs estão presentes no Brasil e mantêm relações estreitas com parceiros no país. E ainda: quase 10 milhões dos 200 milhões de brasileiros têm raízes alemãs.

O ano Alemanha + Brasil 2013-2014 deverá representar o que os dois países compartilham para moldar o futuro. Num mundo em rápida transformação, os governos pretendem oferecer respostas e ideias sustentáveis para a vida futura: como serão moradia, trabalho, transporte, alimentação? E como se poderá preservar o meio ambiente? A Alemanha se configura como um país rico em ideias e parceiro criativo para o Brasil. Economia, cultura, tecnologia, inovação, educação, ciência, desenvolvimento sustentável e esporte serão alguns dos temas abordados na programação.

Descentralização sobre rodas: caminhão da cultura, durante um ano inteiro, até maio de 2014, a República Federal da Alemanha se apresentará em toda a sua variedade sob o lema "Quando ideias se encontram", sendo um pool criativo, assim como um parceiro de negócios digno de confiança.

QUASE 10
 MILHÕES DE
 BRASILEIROS
 TÊM RAÍZES
 ALEMÃS.



As ações programadas não se limitam apenas às grandes cidades: vão percorrer as regiões mais afastadas do Brasil. No Tour de Brasil, está previsto o projeto A Alemanha Sobre Rodas. Em 12 meses, 16 cidades serão visitadas pelo caminhão da cultura do Instituto Goethe, para que, depois de ter percorrido 20 mil km, o maior número possível de brasileiros possa ficar com impressões duradouras sobre música, filmes, literatura, teatro e arte alemães. Para isso, os artistas Jim Avignon e Carlos Dias transformaram um caminhão de 15m de comprimento em uma obra de arte rolante que convidará, de Florianópolis a Belém, crianças, adolescentes e adultos para conhecerem a cultura e a língua alemãs.

Os visitantes poderão assistir a filmes, participar de workshops de vídeo e teatro, descobrir livros e histórias em quadrinhos, assim como trabalhar em conjunto em um jornal ou escutar rap alemão. Isso é só um exemplo de tudo o que está programado.

VEJA ALGUNS DESTAQUES DA PROGRAMAÇÃO:

Alemanha para iniciantes

O que outras nações sempre quiseram saber sobre a Alemanha, mas nunca tiveram coragem de perguntar? Alemanha

A QUALIDADE DOS PRODUTOS ALEMÃES TÊM GRANDE POPULARIDADE NO BRASIL

para iniciantes vai aproximar o país e sua gente, através de objetos cotidianos e de lembranças pessoais. A estrutura fundamental dessa exposição interativa é formada pelas 26 letras do alfabeto alemão – de “A” como “Arbeit” (trabalho) até “Z” de “Zukunft” (futuro).

Quantas salsichas um alemão come por dia? Você sabia que o conceito de “jardim de infância” teve origem na Alemanha? Essas e outras perguntas serão respondidas, valorizando tanto uma apresentação realista da cultura e da sociedade alemã, como também observações humorísticas e subjetivas. Alemanha para iniciantes já se apresentou na China, na África e em alguns países da Europa e já pôde ser vista no Recife e em Salvador. Passará por Rio de Janeiro (29 de agosto), Blumenau (20 de setembro) Porto Alegre (4 de novembro), Curitiba (13 de dezembro) e São Paulo (17 de fevereiro de 2014).

Navio científico

No final de junho, o navio científico Meteor entrará no porto de Fortaleza e abrirá suas portas para mostrar um estudo sobre o papel do Atlântico tropical em casos de oscilações climáticas, assim como os seus efeitos sobre a vida bioquímica da região.

O futuro

Um dos projetos mais importantes do ano alemão será a exposição de cinco dias de Future Visions, no parque do Ibirapuera, em São Paulo, promovida pela Câmara do Comércio Brasil-Alemanha. Em fevereiro de 2014, serão respondidas muitas perguntas, como, por exemplo, “como viveremos amanhã?”. Também são planejados concertos e shows ao ar livre e um mundo de experiências interativas.

Concurso de fotografias:

Faça uma releitura de cinco fotos-base de cenários germânicos, divididas nas categorias Cultura, Economia, Esporte, Sociedade e Turismo. A proposta é interpretar de maneira livre e criativa, com fotos tiradas no Brasil, cada uma dessas fotos. As 50 mais votadas de cada categoria passarão à segunda fase (avaliação de uma banca julgadora). Os autores das fotos vencedoras ganharão uma viagem à Alemanha, passando pelos locais das fotos-base. Para participar basta enviar suas fotos e engajar os amigos para ter mais votos. Saiba como funciona e se inscreva:

<http://www.alemanhanobrasil.com.br/>

Na web:

Fique por dentro de fatos curiosos sobre a Alemanha e sobre o ano comemorativo.

Siga:

No twitter: @Alemanha_Brasil e alemanha_BR2013

No Facebook: www.facebook.com/alemanha.e.brasil



ALEMÃES ACELERANDO

DOIS MODELOS CHEGAM AO MERCADO PROMETENDO TECNOLOGIA DE PONTA E SUSTENTABILIDADE.

BMW ACTIVEHYBRID 3: COM IDENTIDADE VERDE

Em termos práticos, falamos de um Série 3, servida por motor 3.0, 6 cilindros, gasolina, com 306 cv, que tem por aliado um motor elétrico com mais 55 cv de potência. No total, os 1.420 quilos do ActiveHybrid são movidos por potência combinada de 340 cv e gerida por caixa automática de oito velocidades, aliança que permite utilizações bem distintas.

As baterias de íões de lítio são carregadas pelo motor térmico e pela energia recuperada nas travagens e acelerações. O sistema fica bem em um automóvel como este, com inclusão de extras e outras tecnologias como sensores de estacionamento e câmaras laterais e de marcha ré.

Uma vez ao volante, e num ambiente requintado sobressai a identidade BMW. Fácil de guiar, mesmo com 4,6m de comprimento, o ActiveHybrid 3 pode servir a tipos diferentes de condução. Os consumos, mesmo com a utilização esporádica do modo Eco Pro, onde o acelerador responde mais suavemente, são menos poluidores. O que não é pouco para um automóvel com 340 cv de potência.

O AMBIENTE INTERNO REQUINTADO SOBRESSAI A IDENTIDADE ALEMÃ DA BMW

AUDI A3 SPORTBACK: TECNOLOGIA E CONEXÃO

A versão cinco portas do Audi A3, que a marca alemã designa por Sportback, entrou na terceira geração e chegou ao mercado brasileiro com trunfos bem definidos. Não apenas nas motorizações, mas também nos conteúdos tecnológicos, alguns deles apenas disponíveis em segmentos superiores.

A questão da nova carroçaria aumenta a versatilidade sem mexer no tamanho do automóvel, que é idêntico ao "irmão" de três portas – e sublinha identidade que o aproxima de elegante station wagon. A Audi sublinha o trabalho de refinamento dos motores, que reduziram em 10% o consumo. O lançamento chega com quatro opções (duas diesel e duas gasolina), sendo que a versão 1.6 TDi de 105 cv pode ser uma das preferidas.

No capítulo da tecnologia, o destaque vai inteirinho para o sistema Audi Connect, que reúne um grande conjunto de funcionalidades. É uma opção que pode custar um pouco mais caro, mas coloca o A3 Sportback num patamar raro. É o único automóvel do segmento a oferecer sistema de navegação (MMI), serviços de internet, informações de trânsito, Google Earth, hipótese de utilização do Facebook e do Twitter, além de informações locais como eventos na cidade, relação de voos, estações de serviço e outros aplicativos. Há, ainda, ponto de acesso sem fios WLAN até oito terminais portáteis, tornando o A3 Sportback um verdadeiro hot spot.



A AUDI SUBLINHA O TRABALHO DE REFINAMENTO DOS MOTORES, QUE REDUZIRAM EM 10% O CONSUMO

ANOS DE EXPANSÃO CONSTANTE

OS ÚLTIMOS ANOS TROUXERAM IMENSOS DESAFIOS PARA OS PROFISSIONAIS DA ÁREA DE VENDAS DAS LOJAS FINGER ESPALHADAS PELO PAÍS – TODOS EMPENHADOS NA TAREFA DE SATISFAZER UM CONSUMIDOR CADA VEZ MAIS EXIGENTE E DIFERENCIADO.

ALEXANDRE MORAES FILHO, DA FINGER MACEIÓ, CONTA QUE PARTICIPA PESSOALMENTE DE VÁRIAS ETAPAS DAS VENDAS E DA MONTAGEM E ESTÁ SEMPRE À DISPOSIÇÃO DE CLIENTES E FUNCIONÁRIOS.



Alexandre Moraes Filho - Maceió

Paulo Sá, gestor da área de vendas da Finger para o Nordeste, garante que ele e sua equipe de lojistas descobriram a solução para o desafio: além de encantar o cliente oferecendo produto e atendimento personalizados, o lojista deve encarar sua atividade com a dedicação de quem cuida de um negócio próprio. O empresário afirma que a fórmula vem sendo aplicada há mais de cinco anos em sua área, que compreende os estados de Pernambuco, Alagoas, Rio Grande do Norte e Paraíba, com resultados de vendas muito positivos.

Para reforçar seu ponto de vista, lembra a reportagem publicada em 2008 na Revista Finger, em que eram apresentados sete novos lojistas da empresa para a região Nordeste.

Todos traziam bagagens diferentes, mas estavam convencidos de que nosso diferencial residia nas vantagens do móvel planejado sobre o modulado. Agora, estamos recebendo um contingente de novos lojistas com o mesmo perfil vencedor.

Nos últimos cinco anos, eles se qualificaram e aprenderam a atuar em qualquer setor relacionado a móveis planejados. As lojas Finger do Nordeste já equiparam hotéis, clínicas médicas, salões de beleza, hospitais e, é claro, muitas residências. O grande desafio, que acompanha e impulsiona o crescimento das lojas na região, é sempre buscar a qualificação do próprio lojista e de sua equipe.

Desde o momento em que optamos pela Finger, tivemos certeza de que o sucesso seria total, pois se trata de uma empresa gerida por jovens de espírito inovador – avalia Paulo Sá, destacando que, nos últimos cinco anos, surgiram cinco novas operações no Nordeste, e a receita dessas lojas teve aumento de 100%.



Renata Sá,
Finger Pina



Romildo Fraga Maciel,
Finger Arco Verde



Zelândio Silva Marques Filho,
Finger Casa Forte

*O ATENDIMENTO
TEM QUE SER
PERSONALIZADO,
POIS PRECISAMOS
ENTENDER O PERFIL
DO CLIENTE PARA
DEIXAR ESTÉTICA E
FUNCIONALIDADE DE
ACORDO COM CADA UM.*

*Ianara Barros Bezerra Martins
Finger Caruaru*



QUALIDADE SUPERIOR E ESPÍRITO DE EQUIPE

Alexandre Moraes Filho, da Finger Maceió, conta que participa pessoalmente de várias etapas das vendas e da montagem e está sempre à disposição de clientes e funcionários:

“O atendimento tem que ser personalizado, pois precisamos entender o perfil do cliente para deixar estética e funcionalidade de acordo com cada um. Faço questão de acompanhar principalmente o atendimento, para que o cliente saiba que estou disponível para recebê-lo da melhor forma.”

A opinião é compartilhada por Renata Oliveira Sá, lojista de Recife: “O lojista deve ter envolvimento, interagir com todos os setores da empresa para encontrar soluções para o crescimento. Com o mercado cada vez mais competitivo e exigente, a excelência faz toda a diferença no segmento de móveis planejados.” É o que atesta a lojista Ianara Martins, da Finger de Caruaru e Santa Cruz do Capibaribe: “É preciso oferecer ao cliente aquilo que ele necessita, respeitando seu



Chiara e Gutemberg Melo
Finger Campina Grande

estilo e sua região. Acima dos resultados, o lojista precisa ter paixão pelo trabalho e compromisso. Não basta vestir a camisa da empresa, temos que “tatuá-lo” em nossas lojas a seriedade com que cada consumidor merece ser tratado.”

**“NOSSOS LOJISTAS TROCAM
INFORMAÇÕES, DISCUTEM ESTRATÉGIAS,
PERMUTAM MONTADORES. SEM ESPÍRITO
DE COLETIVIDADE, NINGUÉM VENCE”.**

Paulo Sá

Paulo Sá concorda e acrescenta que a superioridade técnica dos móveis planejados é apenas parte da fórmula, sendo indispensável que o lojista saiba exercer uma gestão empresarial e que assuma a tarefa de vender os produtos Finger como se fosse o “negócio da sua vida”. Sá evoca sua convivência de mais de 30 anos com os costumes gaúchos para definir qual deve ser a atitude do vendedor:

Há um dito que enuncia “É preciso ter sangue nos olhos e faca nos dentes”. É isso mesmo. Nosso lojista tem de abrir e fechar a loja, lutar pela Finger como se fosse por ele. No comando da Finger de Olinda há cinco anos, Hélder Queiróz conclui.



Lóris e Beatriz Giacomelli – Finger Boa Viagem



Carlos Frederico Batista Souza e Carlo Alessandro Jaques Guglielmi - Finger Natal

que o crescimento se torna possível quando é feito um planejamento de todo o corpo da loja para antecipar os futuros desafios: o mais relevante é satisfazer o cliente, não se limitar ao tradicional, mas atender às suas expectativas. Isso é o nosso diferencial no mercado.

Murilo Gomes, lojista de Pernambuco no bairro de Piedade, em Jaboatão dos Guararapes, afirma que, nos últimos três anos, registrou uma média de crescimento de 23% ao ano. O segredo? Melhorar constantemente os métodos de trabalho e a equipe para seguir crescendo: A personalização da Finger é essencial: hoje, os produtos são muito similares, então procuramos nos destacar no atendimento e na personalização, o que nos diferencia da concorrência.

Para Paulo Sá, os resultados obtidos nos últimos anos também são decorrentes de um último ingrediente na fórmula, tão importante como os outros: o sentido de equipe.

Nossos lojistas trocam informações, discutem estratégias, permutam montadores. Sem espírito de coletividade, ninguém vence.



“OS ÚLTIMOS TRÊS ANOS REGISTRAM UMA MÉDIA DE CRESCIMENTO DE 23% AO ANO”.

*Murilo Gomes
Finger Piedade*

COLEÇÃO
ARCOBALENO



PUXADORES PARA MÓVEIS



www.obispadesign.com.br





ACOMPANHE CINCO DAS GRANDES
TENDÊNCIAS DA GASTRONOMIA
QUE SURGIRAM EM 2012 E ESTÃO
CADA VEZ MAIS PRESENTES.
QUEM SABE ADOPTAR ALGUMAS NA
SUA COZINHA?



A gastronomia acompanha as grandes tendências de comportamento – e de vida. Nem poderia ser diferente. Apesar de as prateleiras dos mercados estarem lotadas de produtos industrializados e na linha do fast food, chefs, consultores e pessoas preocupadas com uma vida mais equilibrada estão cada vez mais voltados a grandes tendências que apontam para uma culinária orgânica, feita com produtos frescos da sua região e com total aproveitamento das matérias-primas.

Feito à mão: não é que você precise se tornar um chef ou viver às voltas com livros de receitas. Basta fazer você mesmo – de uma cesta de pães enfeitada com carinho a uma salada de frutas com um toque diferente. Dedicar-se pessoalmente ao preparo das refeições – ou parte delas – transmite amor e conforto à mesa.

Pães artesanais: o alimento mais básico está ganhando novo status. Não apenas pela diversidade de sabores que casas especializadas oferecem, mas especialmente pelo uso de ingredientes naturais. Pão de aipim, de abóbora, com sementes, enfim, o que realmente interessa no promissor mercado de novas padarias é o preparo artesanal com ingredientes saudáveis.



HÁ ALGUNS ANOS O BRASIL COMEÇOU A VIRAR ESTRELA NO EXTERIOR. EXPORTA ESTILO DE VIDA, PRODUTOS E CULTURA. A GASTRONOMIA DAQUI TEM PERCORRIDO PALCOS DE TODO O MUNDO



Ingredientes-gourmet: nunca antes se viu tantos produtos seguidos do adjetivo gourmet. No ano passado, os chocolates e os brigadeiros gourmet invadiram festas e ganharam lojas especializadas. Em 2013, as pipocas gourmet (com diferentes sabores) e os cafés gourmet (com grãos super selecionados) vieram para ficar.

Comida brasileira: há alguns anos o Brasil começou a virar estrela no Exterior. Exporta estilo de vida, produtos e cultura. A gastronomia daqui tem percorrido palcos de todo o mundo, em congressos e encontros de chefs. A grande tendência que se consolida em 2013 é aliar a nossa culinária à alta



gastronomia. Receitas típicas como baião-de-dois, carreteiro, pratos com costela e queijos variados estão ganhando releituras que cairiam bem em qualquer restaurante 3 estrelas no Guia Michelin. É o que fazem chefs renomados como Alex Atala, Felipe Bronze, Ana Luiza Trajano e Carla Pernambuco.

Comfort food: casando com outras tendências citadas acima, é aquela comida que remete a boas lembranças, à casa de vó. Nela, o método de preparo e a apresentação estão ligados às raízes e às tradições de cada região. Dificilmente você vai encontrar comfort food essencial em restaurantes, mas há aqueles que se definem como antirrestaurantes – pouquíssimas mesas, menu do dia, alimentos frescos e receitas com charme caseiro. Vale experimentar.

RECEITAS TÍPICAS COMO BAIÃO-DE-DOIS, CARRETEIRO, PRATOS COM COSTELA E QUEIJOS VARIADOS ESTÃO GANHANDO RELEITURAS QUE CAIRIAM BEM EM QUALQUER RESTAURANTE 3 ESTRELAS NO GUIA MICHELIN



» ROTEIROS ELEITOS PARA QUEM BUSCA ALIAR LAZER E ESPORTES NA EUROPA

Segundo pesquisa recente, nos últimos cinco anos houve um aumento significativo no número de turistas europeus que viajaram para praticar esportes, ultrapassando o número de viagens em cruzeiros marítimos, que costumavam ser o destino preferido dos europeus em férias. Os alemães são os maiores entusiastas do turismo esportivo, respondendo por 42% dos nove milhões de viagens do tipo feitas por europeus fora de seus países.

As atividades esportivas mais populares entre esses turistas são trilhas (38%) e tours de bicicleta (23%). Em seguida, vêm esportes com veículos motorizados, como motocicletas e corridas de barco (14%) e partidas de golfe (10%). Entre os viajantes que escolhem esse tipo de turismo,

a Áustria é o destino mais popular, atraindo 24% do mercado. Em seguida aparecem Itália e Alemanha, com 11% de preferência cada.

Conheça, a seguir, alguns dos destinos para quem curte praticar esportes nas férias:

ÁUSTRIA: INNSBRUCK

Localizada no vale do Inn, na Áustria, a cidade está no meio de altas montanhas, como o Nordkette, ao norte, e o Patscherkofel e o Nockspitze ao sul. Innsbruck é um conhecido centro de esportes de inverno – foi sede das olimpíadas de inverno em 1964 e 1976.

A temperatura média anual é de 9 °C, com invernos mais frios do que a maioria das cidades europeias. Devido a sua localização, Innsbruck é ideal para a prática do esqui no inverno e montanhismo no verão. Existem várias estações de esqui ao redor da cidade sobre o Nordkette.

No Vale do Stubai é possível esquiar no verão, devido à glaciação do terreno. O povoado de Igls conta com uma pista artificial refrigerada que foi sede de campeonatos mundiais de bobsleigh e luge.

Bobsleigh: esporte de inverno em que equipes de duas ou quatro pessoas realizam, por meio de um trenó, descidas cronometradas em uma pista de gelo sinuosa e estreita.

Luge: esporte olímpico de inverno que, junto com o bobsleigh e o skeleton, representa uma das distintas modalidades de descida em trenó. Luge significa trenó rápido.

Confira: www.innsbruck.at

ALEMANHA: TURÍNGIA

O Centro de Turismo Alemão (DZT) e empresas e associações alemãs parceiras divulgam as principais novidades do destino Alemanha em seminários que aconteceram ao longo dos três dias da WTM Latin America (23, 24 e 25 de abril), no Transamérica Expo Center, em São Paulo.

ESPORTES RADICAIS ESTÃO ENTRE AS DIVERSAS ATRAÇÕES DE **INNSBRUCK**, NA ÁUSTRIA (PÁGINA AO LADO) E DAS MONTANHAS DA **TURÍNGIA**, NA ALEMANHA (À DIREITA).



UM TOTAL DE 5,7 MILHÕES DE VIAGENS FEITAS POR BRASILEIROS EM 2012, 2,4 MILHÕES FORAM AO CONTINENTE EUROPEU.

De acordo com informações do DZT, a Europa é a região mais procurada por brasileiros que viajam ao exterior: de um total de 5,7 milhões de viagens feitas por brasileiros em 2012, 2,4 milhões foram ao continente europeu. A Alemanha, com uma fatia de 300 mil viagens, é o quarto destino no continente, logo atrás de Portugal, Espanha e Itália.

Quem gosta de ciclismo, mountain bike e esportes aquáticos, existe uma oferta variada na região central chamada Turíngia, que também é centro de esportes de inverno. O ar límpido de inverno, florestas e montanhas cobertas de neve, caminhos e circuitos para esquiar e locais para esqui de descida fazem do estado um pequeno paraíso de esportes de inverno. E mais: depois de um dia cheio de emoções e uma caminhada no parque nacional Hainich, nada melhor que cuidar do bem-estar, beleza e forma física na Turíngia. Com 19 estâncias de tratamento e spas, a Turíngia está equipada para férias de bem-estar, graças à grande diversidade de recursos terapêuticos naturais como fontes de salmoura e enxofre, argila, minerais e naturalmente o bom clima.



Innsbruck é muito procurada por quem gosta de esportes de neve.



Cinque terre, patrimônio da humanidade, na Itália

ITÁLIA: CINQUE TERRE

É o nome dado a um acidentado trecho de terra, na Itália, na costa da Riviera Ligure, situado entre Punta Mesco, próximo a Levante e o Cabo de Montenero. Compreende as comunas de Monterosso, Vernazza e Riomaggiore, com os distritos de Corniglia e Manarola. Constituem uma das principais atrações turísticas da Riviera Ligure. Não tão populares entre os destinos mais comuns

dos viajantes, essas localidades, junto com Porto Venere, Ilhas de Palmaria, Ilha de Tino e Tinetto, foram declaradas Patrimônio da Humanidade pela Unesco em 1997. A região é caracterizada pelo relevo montanhoso próximo ao mar e, dada à localização pouco dotada de infraestrutura de estradas, o acesso mais fácil é por ferrovia. O melhor modo de visitar Cinque Terre é a pé. Perfeito para quem gosta de trilhas. Guia para entender a região: www.5terre.com

OS CINCO VILAREJOS ITALIANOS FORAM DECLARADOS PATRIMÔNIO DA HUMANIDADE PELA UNESCO EM 1997



Fachada da nova loja Finger Chapecó. Ao lado, Gelsi Finger, André Tavares e Joana. Abaixo, Marcos Rosin, Érika Waiss, André Menin, Francieli Kern, Edson Finger, André Tavares e Rovani Lorenzson.

A PRECISÃO ALEMÃ CHEGOU TAMBÉM A CHAPECÓ

A cidade de Chapecó, em Santa Catarina, ganha uma nova unidade em ótima localização, na Av. Getúlio Vargas, 1617.

A loja que possui cerca de 200m², apresenta um belo showroom, que foi desenvolvido pelo arquiteto André Menin, utilizando as novas linhas da Finger Kurve 450 e o Venen, além de contar com as novidades em vidros da Alumiglass.

O proprietário da loja, Sr. Marcos Rosin recepcionou amigos, clientes, parceiros, arquitetos, designers e convidados como Edson Finger, diretor da indústria e André Menin, arquiteto e designer da marca.



puxador ponto underground

DESIGN ORIGINALMENTE BATIDO.

acessórios para banho, puxadores e alças para portas
www.zendesign.com.br

O ALEMÃO QUE INFLUENCIOU O MUNDO MODERNO

RICHARD WAGNER INFLUENCIOU DIRETAMENTE A MÚSICA, A LITERATURA E A FILOSOFIA MODERNAS. NASCIDO EM 1813 NA CIDADE ALEMÃ DE LEIPZIG, FOI COMPOSITOR, POETA, DRAMATURGO E ENSAÍSTA: 2013 MARCA O BICENTENÁRIO DE SEU NASCIMENTO

Wagner criou um novo estilo de ópera, promoveu uma revolução musical em seu tempo, criou uma identidade coletiva e influenciou músicos de todos os períodos. Desde criança apreciava música, teatro e literatura, que o acompanharam por toda a vida. Autodidata, começou a estudar piano aos 11 anos. Sabia de cor obras de Weber e Beethoven e gostava de ler Shakespeare.

Em 1848, iniciou o processo de composição do ciclo O Anel dos Nibelungos, obra com 18 horas de música e constituída por quatro óperas interligadas: O Ouro do Reno, A Valquíria, Siegfried e O Crepúsculo dos Deuses. Em Bayreuth, região da Baviera, o compositor construiu um teatro exclusivamente para apresentar suas obras. A estrutura, que seguiu o modelo grego, fez muito sucesso. Polêmico e considerado antisemita, em 1850 publicou o ensaio O Judaísmo na



O Anel dos Nibelungos, na San Francisco Opera.

Música, que criticava a influência judia na cultura e na arte alemãs. Não à toa o nazismo, que viria a dominar a Alemanha no século 20, elegeu o compositor como um exemplo da superioridade da música e do intelecto alemão.

Wagner morreu no auge da fama, devido a problemas de coração, em fevereiro de 1883.

Como se diz, parece mesmo que só a dor pode engendrar as grandes obras-primas. Wagner, como escrevem os críticos, criou uma obra-prima para cada amargura experimentada. Seus sonhos infantis renderam As Fadas. Os sentimentos revolucionários e turbulentos deram origem a Rienzi. Sua breve e conturbada vida em Paris aparece em Tannhäuser, e a trágica paixão por Matilde Wesendonck está no drama pungente de Tristão e Isolde. A contribuição de Wagner para a música que viria depois foi imensa.

Royal Opera House,
na peça Tannhäuser



Amigo íntimo de Friedrich Nietzsche durante pelo menos uma década, foi considerado pelo filósofo como a maior expressão da música europeia, a própria expressão da música da modernidade. A admiração de Nietzsche por Wagner nesta época era tamanha que o prefácio de sua primeira obra publicada, O Nascimento da Tragédia, de 1872, por exemplo, é dedicado especial e diretamente a Wagner. Para o jovem Nietzsche, a música wagneriana aparecia como o grande renascimento da concepção trágica da arte. O músico alemão aparecia para o jovem filólogo como o artista que revolucionaria a sociedade moderna através da arte, mais especificamente através da música trágica.

Para ouvir Wagner:
<http://www.wagneropera.net>

A ADMIRAÇÃO DE NIETZSCHE
POR WAGNER NESTA ÉPOCA
ERA TAMANHA QUE O PREFÁCIO
DE SUA PRIMEIRA OBRA É
DEDICADO A WAGNER



Piva
perfeição nos detalhes

Linha Flat Piva, detalhes que fazem a diferença. Confira.

O **estilo** da sua casa é
contemporâneo, rústico, clássico
ou igual a todos os outros?



falkk.com.br

Uma loja online de móveis e objetos de decoração
que combinam com o seu planejado.

