

LIFESTYLE

Lisboa está na rota do mobiliário italiano de luxo

A abertura de uma loja Minotti em Lisboa reflete o 'ar do tempo', bem diferente das casas portuguesas popularizadas na discografia nacional, escreve Catarina Nunes na crónica 'Sem Preço'



O n.º15 do Largo de São Carlos, em Lisboa, é a nova morada da Minotti
Gui Morelli

a filha 16:27

calhar nem tem intere

29/06/2023

3dia. Passas m os reco

reservas / avião

VA LOJA MINOTTI. DI
ÃO PARA LISBOA, O!
GNERS INODA + SVE.

As são design full time, que acaba de inaugurar par
a em Lisboa, escolhe com gosto as suas colunas
e artigos que destacam as suas peças personal
rta. Tomos a 30 anos em revista a 30 dias de des
que faz brilhantes novas peças.

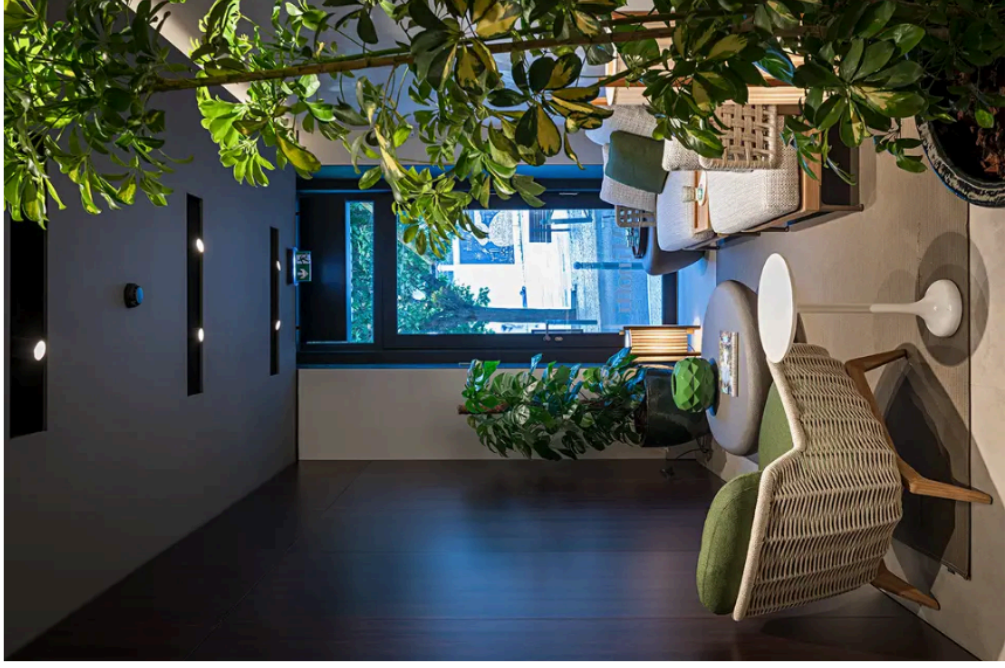
09



Catarina Nunes
Jornalista

A discografia portuguesa, historicamente, enaltece e normaliza as ‘virtudes’ das casas humildes, com pouco mais do que pão e vinho sobre a mesa. Ou situadas num primeiro andar tão modesto como o seu morador. O ‘ar do tempo’ hoje é outro, pelo menos para a crescente minoria que contribui para pôr Lisboa no mapa do mobiliário de luxo internacional.

É neste contexto de expansão nacional da arquitetura e do design de interiores que a Minotti abre, a 28 de junho, uma loja monomarca junto ao Largo de São Carlos Chiado, no Chiado, preferindo ‘colar-se’ às referências de arte e cultura deste bairro em detrimento do cariz mais comercial da avenida da Liberdade. A opção é deliberada e está alinhada com o posicionamento não só da Minotti como da QuartoSala, revendedor da marca italiana em Lisboa, desde 2019, e responsável pelo investimento de €1 milhão na nova loja.



O mobiliário de exterior tem mais procura e quer-se alinhado com a sofisticação dos interiores **Gui Morelli**

A aposta é arrojada, mas Clemente Rosado e Pedro D'Orey, sócios da QuartoSala, não duvidam do potencial do mercado nacional, onde a Minotti tem uma elevada notoriedade e procura. A pandemia e a dinâmica no imobiliário de luxo ajudam nisto, com os sucessivos confinamentos a chamar a atenção para a importância da qualidade e conforto nas casas. E sem viagens nem eventos, o dinheiro disponível acaba por ser canalizado para

nestes tempos, o mercado responde muito por ser considerado para

a casa, onde as áreas exteriores (jardins, terraços e varandas) ganham destaque e se querem alinhadas com a sofisticação dos interiores. Dessa época, Clemente Rosado recorda clientes de classe média (nada habituais na QuartoSala), com orçamento para melhorarem as casas, que desaparecem quando a pandemia acaba e outras despesas se impõem como prioritárias.

Pedro D'Orey argumenta que o fenómeno enquadra-se no crescimento generalizado do consumo de luxo, em Portugal e no mundo, do qual os interiores são parte. A pedra de toque é a evolução da sofisticação da classe alta e muito alta, muito viajada, com referências de arquitetos de interiores de topo e conhecedora do supprassumo do mobiliário. Além da aceleração dos estrangeiros residentes a fazerem casas com o que há de melhor, que acabam por estabelecer um padrão mais elevado, influenciando as expectativas de portugueses endinheirados, que querem receber em casa com o mesmo nível.

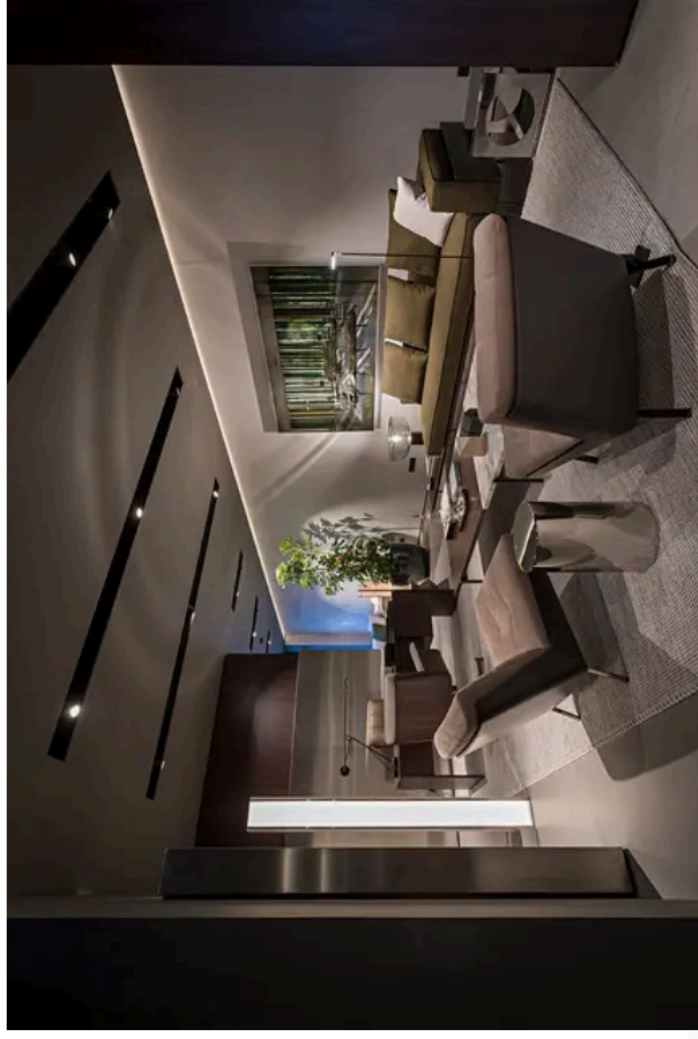


Clemente Rosado e Pedro d'Orey, sócios da QuartoSala, investiram €1 milhão na loja Minotti Ricardo Gomes

Nesta dinâmica, a Minotti reforça-se como marca de referência, conhecida e reconhecida pela qualidade e elegância intemporal, principalmente em matéria de sofás modulares. Mas de onde vem esta notoriedade, num país como Itália, onde existe uma infinidade de marcas de mobiliário? Os mais atentos à imprensa

de negócios e de estilo de vida recordam-se, provavelmente, dos anúncios de página inteira ou dupla no Financial Times e na Wallpaper, por exemplo, a partir dos anos 1980, ainda a Minotti estava a dar os primeiros passos na internacionalização.

O percurso começa muito antes, em 1948, quando Alberto Minotti começa a fazer sofás clássicos em madeira, passamanaria e damasco, como forma de tentar ganhar a vida no pós-guerra em Itália. Instalado em Meda, a cerca de hora e meia de Milão, onde ainda hoje se encontra a sede da Minotti, apanha boleia do legado da região, onde no passado se fixam muitos artesãos, aqui deslocados para fazerem o mobiliário do palácio Villa Real, em Monza. O negócio vai crescendo e nos anos 1960 dá-se a viragem para o estilo moderno, em resposta ao ‘ar do tempo’ na época, com a criação do sofá Tender, que hoje em dia já não se encontra nas coleções da Minotti.



Em Portugal, o mais procurado é o modelo Roger, desenhado por Rodolfo Dordoni, que, à semelhança de todos os outros sofás Minotti, contempla uma infinidade de módulos e configurações, à medida do espaço e necessidades dos clientes. O sofá normal pode ter qualquer tipo de comprimento e ser combinado com *chaise-longue* dupla e mesa de apoio, por exemplo, com preços que oscilam entre os €2.500 e os €28 mil. Em comum a Minotti tem a produção 80% manual, em que apenas o corte dos tecidos é mecanizado. Do total de 300 funcionários, 220 dedicam-se à produção na fábrica em Meda. Daqui saem cerca de 100 sofás diariamente, para serem entregues nos 64 países onde a Minotti tem presença através de revendedores autorizados (300) e lojas monomarca (50), aos quais se acrescenta agora a nova loja no Chiado, a 51a.

Não há mãos a medir com o aumento da procura, que fazem subir 18% as vendas da Minotti em 2022, em linha com 2021. Um resultado acima do crescimento médio de 5% do mercado global de mobiliário de luxo, avaliado em 21,67 mil milhões de dólares, em 2022, de acordo com o Fortune Business Inside. As causas? O aumento dos rendimentos disponíveis e uma maior exigência nos padrões de vida e expectativas dos clientes. Isto a par com a crescente procura de mobiliário assinado por designers, nomeadamente junto das novas gerações que dão mais valor à casa, em detrimento de carros, por exemplo. Amália Rodrigues e Xutos e Pontapés esqueçam: gerações mais velhas ou jovens, em podendo, não sonham com casas humildes.



Nos 180m² de área há uma Tapeçaria de Portalegre de Eduardo Nery (à esq.) Gui Morelli

É na lógica de mobiliário com design assinado que a Minotti contrata, em 1998, o designer italiano Rodolfo Dordoni, como diretor de arte e coordenador de coleções. Com a aposta na internacionalização, a Minotti alarga o leque a colaborações com perfis relevantes nos mercados onde se quer posicionar, como Christophe Delcourt (França), Oki Sato (Japão) e Marcio Kogan (Brasil), por exemplo. As criações de Rodolfo Dordoni são as que estão mais presentes na nova loja no Chiado, com 180 metros quadrados e seis ambientes diferentes, que albergam obras com selo nacional, como uma Tapeçaria de Portalegre de Eduardo Nery e duas pinturas de Gil Heitor Cortesão.

Apesar do histórico com lojas multimarca da QuartoSala (duas em Lisboa e uma em Paço de Arcos), Clemente Rosado e Pedro d'Orey tencionam expandir-se através da gestão de outras marcas de mobiliário de luxo em regime de exclusividade, como têm em Lisboa com a Minotti, com a abertura de lojas monomarca, que ainda não estão definidas. Um caminho inevitável, à medida que as marcas ganham notoriedade e dimensão e é possível ter autonomia e um espaço totalmente dedicado, em vez de *corners* nas lojas QuartoSala. O mercado nacional dá sinais que há clientela para isto. Numa direção oposta à modéstia de 'Uma casa portuguesa' e de 'A minha casinha'.



Tem dúvidas, sugestões ou críticas? Envie-me um e-mail:

CNunes@expresso.impresa.pt