



## DEDIQUE-SE AO SEU BEM-ESTAR

Pedro Queiroz inaugurou uma Clínica de Nutrição em plena Av. da Liberdade, em Lisboa. Um espaço dedicado ao bem-estar e onde encontra bons produtos para cuidar do corpo, entre eles o drenantes Aquadrena, ideais para quem procura combater a retenção de líquidos, controlar o apetite e desintoxicar o organismo de uma forma natural. Preço sob consulta.



## ESTILO REVIVALISTA

As malhas entrançadas destacam-se como uma tendência cada vez mais forte no mundo masculino. Os atores americanos Marlon Brando e James Dean eram fãs incondicionais desta tendência, que ainda hoje é seguida por massas. A Anjewels apresenta peças que vão ao encontro deste movimento. As pulseiras e os colares transmitem uma ideia de rebeldia, enquanto afirmam um estilo poderoso. Pulseira, €39,90.



## TECNOLOGIA AVANÇADA

O Huawei Ascend G610 é um smartphone DUAL SIM, com sistema operativo Android 4.2. Apresenta um grande ecrã LCD tátil de cinco polegadas, que permite uma excelente visualização e um processador que garante uma utilização rápida. Em preto ou branco, tem uma câmara traseira de cinco megapixéis e uma frontal de 0.3 megapixéis. €189,90



## CORES SUAVES

A coleção primavera/verão da Molly Bracken surpreende com vestidos leves, saias florais e cores que criam uma atmosfera alegre e romântica. Na praia, vestidos leves trazem à memória o bom que é andar descalço sobre a areia quente. Para as férias de verão, a marca propõe cores suaves e padrões, já que este continua a ser um ano de tons néon, onde a extravagância tem lugar. Vestido, €45,34.



## DESPORTIVOS DA SUBCULTURA BRITÂNICA

A coleção Fred Perry Footwear primavera/verão 2014 baseia-se na herança desportiva da marca e na ligação com as subculturas britânicas. Combinando o design moderno com inspirações clássicas, o estilo é contemporâneo mas permanece fiel às raízes da marca. Os ténis apresentam uma coleção cápsula que se inspira no design das raquetes vintage – os revestimentos são de couro e os cordões acompanham a cor das sapatilhas. Cores vibrantes em camurça, listas inspiradas nas deckchairs e tecidos Oxford. €75



## DAS GRAVATAS PARA OS RELÓGIOS

Os estampados fugiram das tradicionais gravatas para as novas coleções da Swatch. Os padrões multicoloridos estão nos mostradores, nas braceletes e embalagens. Uma coleção que revela um apurado sentido de moda, temperado com uma elegância intemporal. Marque a tendência deste verão, como um verdadeiro aristocrata. PVP recomendado, €55.



## FAZER UM BOLO É FÁCIL

A Vaqueiro prepara-se para celebrar, pelo segundo ano consecutivo, o World Baking Day, este ano a 18 de maio. A campanha de 2014 tem como desafio "Faça mais um Bolo" para levar este incentivo ainda mais longe e quebrar a tradição de que tem de haver um motivo para fazer um bolo. E mais fácil é com a Vaqueiro Líquida, com óleos 100% vegetais e sem colesterol.



## CRIANÇAS NA MODA

A marca nacional de moda infantil Mim apresenta, no seu catálogo primavera/verão, a maior e mais completa coleção da sua história. Com peças práticas e tecidos suaves para bebé, e com peças com novos padrões e cores, tanto para menina como para menino, até aos 12 anos, a Mim surpreende com novidades incríveis. Desde golas a acessórios, passando por materiais inovadores, os novos modelos vão pôr os seus filhos no centro das atenções.



## TENDÊNCIA NÉON

O novo conceito de óculos Lacoste, numa edição especial verão 2014, apresenta o modelo icónico aviator, com um look renovado, fresco e original. Com um efeito néon que percorre toda a armação, através de um tubo de plástico que absorve tanto a luz solar como a artificial, brilha no escuro. Com lentes flash, está disponível em cinco cores. €99

## NOVO ESPAÇO PEDRA DURA

A Pedra Dura abriu recentemente um novo espaço no Chiado, um dos mais emblemáticos bairros lisboetas, alargando assim a distribuição das suas lojas. Já com 25 anos de existência, a marca Pedra Dura é uma referência no mercado dos acessórios de moda, com forte notoriedade entre as mulheres portuguesas, conquistando-as com uma variada oferta de qualidade que abrange todos os estilos e gostos, realçando a beleza natural da mulher.



## 30 DIAS PARA FICAR EM FORMA

Conseguir uma silhueta bonita, sem excesso de gordura e sem celulite, só é possível com tempo, dedicação, exercício físico e hábitos saudáveis. Nesta "operação biquíni" em contrarrelógio, a Ampliphar apresenta dois suplementos, que vão ajudar a ficar em forma em 30 dias. Um deles, o "30 Days Plus Celulite®", contribui para eliminar o efeito casca de laranja, impedindo a acumulação de gorduras. €41,60

## CONCEITO URBANO

A Seaside abriu mais uma loja em Vila Nova de Gaia, desta vez no GaiaShopping. A inauguração marca o início do novo conceito Seaside City, um conceito urbano, de espaços mais pequenos e clean, com atendimento personalizado. A marca aposta na aliança de qualidade, design e preço, sempre com muita variedade de sapatos, malas, carteiras e outros acessórios de moda.



## RELÓGIO ROCK IN RIO

O Watx & Colors é o relógio oficial do Rock In Rio-Lisboa 2014. Baseado nas coleções best seller da marca, a Watx & Colors apresenta uma gama inspirada nas cores e na assinatura Rock In Rio, com elementos como a icónica guitarra a marcarem vários detalhes dos modelos. Com três braceletes diferentes e presilhas a contrastar, crie o seu próprio modelo com os mostradores disponíveis. €59,90

## LISBOA PELO MUNDO

Lisboa será a cidade da moda para mais de uma dezena de países europeus pela mão do Lidl, através da campanha internacional See You in Lisbon. Totalmente filmada e fotografada na capital, em bairros típicos, esta campanha será o pano de fundo para a comunicação multimeios da coleção de verão da marca. Desde peças mais neutras até às mais estruturadas, a cadeia de hipermercados promete acompanhar as tendências da próxima estação. "See you in Lisbon"!

