



## Publituris

22-02-2013

Periodicidade: Semanal

Classe: Turismo/Viajens

Âmbito: Nacional

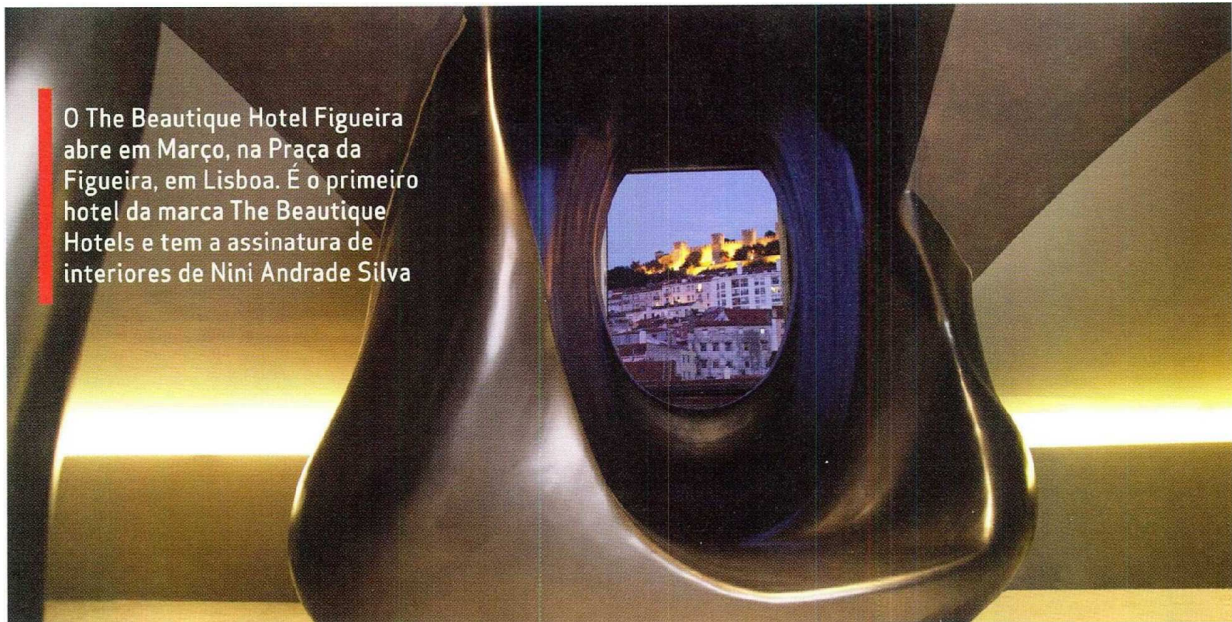
Tiragem: 8500

Temática: Turismo

Dimensão: 517

Imagem: S/Cor

Página (s): 74/75



O The Beautiful Hotel Figueira abre em Março, na Praça da Figueira, em Lisboa. É o primeiro hotel da marca The Beautiful Hotels e tem a assinatura de interiores de Nini Andrade Silva

# The Beautiful Hotels é nova marca de hotéis de charme

>> CARINA MONTEIRO



A The Beautiful Hotels (TBH) é a nova marca hoteleira de hotéis de charme. Na origem da marca está um grupo com 9 anos de experiência no mercado lisboeta, proprietário de um conjunto de residenciais. Já com intenções de desenvolver o seu negócio no segmento de hotéis de charme, o grupo concluiu, em Fevereiro de 2012, a compra de um hotel situado na Praça da Figueira.

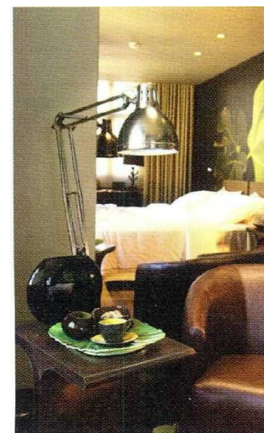
Os estudos da empresa revelaram que a localização única do hotel, numa das principais praças da cidade, aliada à transformação total do que já existia e um upgrade para quatro estrelas, seriam capazes de cumprir a visão da marca. É nessa altura que Nini Andrade Silva integra o projecto. "Seleccionámos o Atelier Nini Andrade Silva acreditando na sua capacidade e visão para criar um hotel único", revela a empresa. As obras de reformulação do hotel começaram em Maio de 2012. O grupo não revela o investimento, mas diz que está em linha com o posicionamento e o produto que conceberam. Como primeiro hotel da marca, o The Beautiful Hotel Figueira é, assim, uma espécie de cartão de visita da marca e do que esta pretende fazer. "O The

Beautiful Hotel Figueira é um bom exemplo das nossas ambições e do que pretendemos fazer em futuros investimentos".

A empresa tem planos para reformular duas das suas unidades na Avenida Almirante Reis e transformá-las em hotéis de charme. "O nosso objectivo é adicioná-las ao portefólio do TBH nos próximos três anos, esperamos apenas as aprovações finais dos projectos".

## NINI ANDRADE SILVA "CRIA" O THE BEAUTIFUL HOTEL FIGUEIRA

O The Beautiful Hotel Figueira, de categoria quatro estrelas superior, tem 50 quartos, restaurante, bar, spa e ginásio. O design de interiores, do Atelier de Nini Andrade Silva, que assina em Portugal hotéis como o Fontana Park Hotel e o Hotel Teatro, é inspirado numa Figueira recriada ao longo dos oito pisos que constituem o hotel. A Figueira "nasce" no piso-1 e "cresce" até ao topo do hotel e todo o espaço é envolvido por elementos da árvore, como se de uma grande escultura se tratasse. A designer criou muitas das peças que compõem a decoração, com destaque para um grande lavatório



## Publituris

22-02-2013

**Periodicidade:** Semanal**Classe:** Turismo/Viadens**Âmbito:** Nacional**Tiragem:** 8500**Temática:** Turismo**Dimensão:** 517**Imagem:** S/Cor**Página (s):** 74/75

em forma de um figo aberto “engenhosamente esculpido” e colocado nos sanitários do restaurante, no piso -1. Quartos e corredores recebem elementos decorativos alusivos à Figueira. Nos quartos foram colocadas grandes fotografias com folhas de figueiras, figos e troncos, e nos corredores há projecções multimédia e paredes que parecem troncos de árvore. O restaurante, por sua vez, tem a assinatura do chefe Oliver. Com o nome HONRA by Olivier, o espaço está localizado no rés-do-chão, tem capacidade para 80 pessoas e vai apostar nos sabores portugueses.

O spa encontra-se no último andar. “Projectado no topo da figueira, o spa foi idealizado como se de um ninho se tratasse, cujas formas curvilíneas e orgânicas apelam ao relaxamento do corpo e da mente, ao mesmo tempo que, uma imponente vista sobre Lisboa se ergue a nossos pés”, explica o atelier. O spa é composto por sauna, banho turco e duas salas de tratamentos.

**VALORES DA MARCA**

A TBH é “uma marca de lifestyle que pretende transmitir experiências únicas aos seus hóspedes. A personalização é um dos valores da marca, mas também a beleza e design”, descreve o director da unidade, Manuel Barbosa. O público-alvo são os viajantes que queiram “explorar” o destino Lisboa, nas suas variadas facetas, usando o hotel com ponto de partida. “O nosso público-alvo é um viajante distinto que quer experimentar as muitas facetas do nosso destino - aspectos culturais, gastronomia, utilizando o hotel como um hub para mergulhar no dia-a-dia da cidade, mas também como um espaço do qual podem usufruir de todo o conforto e relaxamento”. Quanto aos planos de expansão da marca, o responsável diz que este novo hotel, enquanto primeiro projecto da marca, será importante, na medida em que se poderá retirar dele alguma aprendizagem para as unidades futura. “Esperamos ser capazes de anunciar o próximo passo da marca durante 2013”. ¶

