



«SUPLEMENTO IN»
Moite inspira o Festival
das Artes em Coimbra

GRIFE

O PÂNICO TAMBÉM
É CONTAGIOSO

TENIS

PORTUGUÊS QUE ARBITROU
UMA FINAL DE WIMBLEDON
É OPERÁRIO EMIGRANTE

CHINA

POR QUE SE REVOLTAM
OS UIGURES

HENRIQUE GRANADEIRO

«NÃO SOU CABO DE ORDENS DE NINGUÉM»

De menino pobre
a presidente do conselho
de administração
de uma das empresas
mais poderosas de Portugal

Criticas a Sócrates,
Ferreira Leite e Cavaco Silva

Os projectos para o futuro

ZON

Campanha cinéfila de Verão



Num mês marcado pelo alargamento do serviço ZON Videoclube a clientes da rede Cabo de Coimbra e Mergem Sul, a ZON oferece a cada cliente os primeiros três títulos alugados em julho, numa campanha promocional de Verão que pretende agradecer aos actuais utilizadores do serviço e estimular o maior número de pessoas a experimentar o vídeo-on-demand. O ZON Videoclube está melhor do que nunca e são muitas as razões para ocupar as suas noites a (re)ver grandes filmes como *007: Quantum of Solace*, *Batman - O Cavaleiro das Trevas*, *Quem Quer Ser Bilionário?*, *Dúvida*, *Boh* ou *Vicky Cristina Barcelona*, entre outros. Em www.zon.pt/videoclube pode ser consultado o catálogo de vídeo-on-demand, à excepção dos conteúdos para adultos.

MOYO

Irreverência original



A Moyo Concept (empresa especializada em design de interiores) acaba de celebrar um acordo com a empresa Tom Rossau (empresa nórdica especializada em iluminação) e quem mais sai a ganhar desta junção é o mercado, que beneficia assim de uma nova alternativa na oferta de produtos originais, de design inovador e superior qualidade. O elemento base é a madeira natural, o conceito de iluminação pretende ambientes quentes e tranquilos através da luz e os produtos são fabricados manualmente. As casas ganham finalmente um toque de contemporaneidade amesçada que as torna únicas. Ninguém vai querer perder uma luz assim...

GIVENCHY

Laços que perduram

Poucas são as marcas que mantêm de forma tão fiel uma imagem feminina e também existem poucas estrelas que encarnam tão bem a identidade de uma marca. Mas no caso da Givenchy e da actriz Liv Tyler, a história começou em 2003 e perdura até à data, com Liv a dar o rosto a uma nova publicidade criada por Jean-Baptiste Mondino. À medida que a saga avança, a actriz transformou-se em musa e fonte de inspiração para o perfume *Very Irresistible Givenchy Eau de Toilette* e para as duas interpretações da fragrância que se seguiram: *Very Irresistible Givenchy Sensual Eau de Parfum* (2005) e a *Eau de Parfum Absolutely Irresistible Givenchy* (2008). O novo anúncio de 2009 celebra agora o êxito cada vez maior da fragrância e o seu vínculo a Liv. Absolutamente irresistível.



TALIKA



Sorrisos perfeitos

Depois do sucesso de Bust Serum, a Talika lança mais uma novidade sensual para aquecer o seu Verão: *Smile & Kiss*, o primeiro produto 2-em-1 que garante um sorriso perfeito com os seus dois aplicadores para lábios mais volumosos e dentes mais brancos. O tratamento prodigioso que dá volume e um efeito *pulp* aos lábios de modo não invasivo resulta de activos extraídos do gengibre, da canela, do colagénio marinho e de péptidos biomiméticos. Os resultados, com mais vinte por cento de volume nos lábios e cinco níveis extra de branqueamento dental, falam depois por si. Aproveite o sol para sorrir muito e beijar ainda mais.

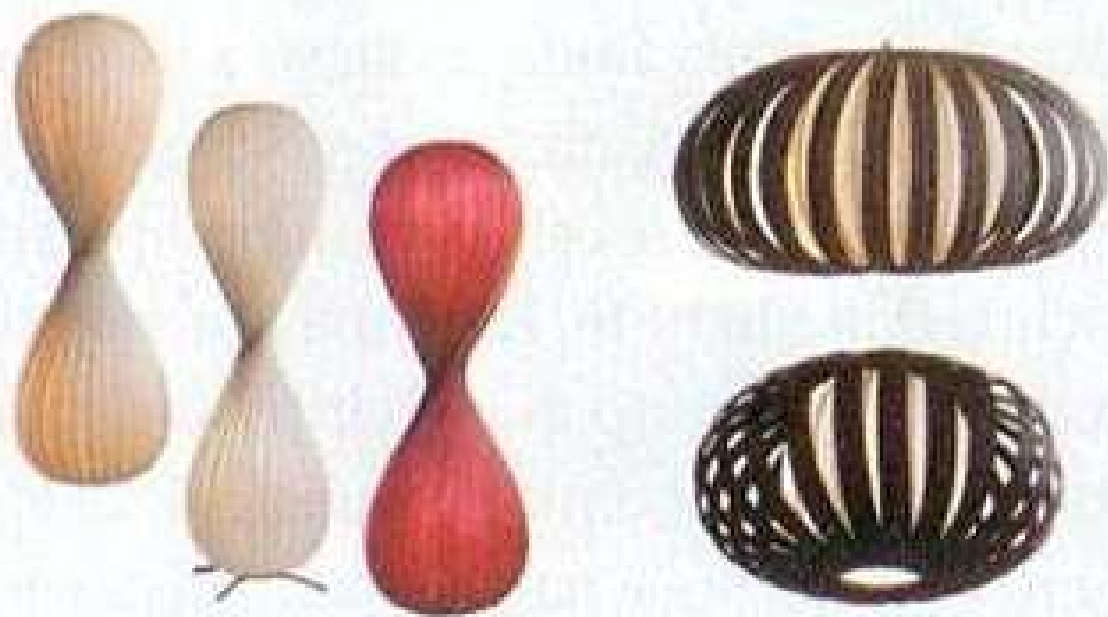
ARA



Calçado a toda a prova

Os pés transportam as pessoas ao longo de toda a sua vida e, perante tão grande esforço, o calçado que assenta mal não só prejudica os pés como agrava o estado de saúde de todo o corpo. Conscientes deste facto, os designers e técnicos da ARA desenham e produzem sapatos com formas apropriadas para cada tipo de pé (existem quatro larguras diferentes, em tamanhos inteiros ou meios tamanhos), confortáveis, duráveis, de solas antiderrapantes e materiais que garantem o máximo alívio durante o caminhar. Uma produção eficiente adaptada ao estilo de cada um.

Irreverência original



A Moyo Concept (empresa especializada em *design* de interiores) acaba de celebrar um acordo com a empresa Tom Rossau (empresa nórdica especializada em iluminação) e quem mais sai a ganhar desta junção é o mercado, que beneficia assim de uma nova alternativa na oferta de produtos originais, de *design* inovador e superior qualidade. O elemento-base é a madeira natural, o conceito de iluminação pretende ambientes quentes e tranquilos através da luz e os produtos são fabricados manualmente. As casas ganham finalmente um toque de contemporaneidade arrevesada que as torna únicas. Ninguém vai querer perder uma luz assim...