

The

U\$ 31 | € 25 | R\$ 150

Innsbruck
editora

www.thewinners.com.br



WINNERS®

Prime Leaders Magazine



Raising the bar for the fitness market in Brazil, the businessman bets on high luxury, personalization and high technology, winning the award for best gym in the country

Elevando o nível do mercado fitness no Brasil, o empresário aposta no alto luxo, na personalização e alta tecnologia, faturando o prêmio de melhor academia do país

RODRIGO SANGION

Founder and CEO of Les Cinq Gym
Fundador e CEO da Les Cinq Gym

CONSTRUINDO PONTES PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL

O **GCSM – Global Council
for Sustainable Management**
apoia a realização da **COP30** e reforça
seu papel como agente de transformação
global, promovendo ao longo de todo
o ano uma cobertura editorial dedicada
aos desafios e soluções da agenda climática.



GCSM
Global Council for Sustainable Management



Chegou o Kia EV5.
A evolução dos elétricos.



Novo Kia EV5.
Um elétrico como você nunca viu.



Os elétricos estão mudando o mundo dos automóveis e, agora, a Kia está mudando o mundo dos elétricos. Chegou o novo Kia EV5, para redefinir o conceito de SUV elétrico no Brasil. Com tecnologia de ponta e design inovador, além da maior autonomia e o maior espaço interno da categoria, garantindo tranquilidade e conforto para sua família. Ele é a evolução que você esperava para uma experiência de direção sem igual. Entregue-se à atração irresistível do EV5.

Saiba mais em: kia.com.br/ev5

Paz no trânsito começa por você.



Mais do que um banco ou uma corretora, um ecossistema financeiro integrado e completo.

→ Investimentos

Plataforma de investimentos aberta e integrada com meios de pagamento, atendendo tanto pessoas físicas como investidores institucionais.

→ Banking

Banco de investimento dedicado a oferecer soluções financeiras personalizadas.

→ Genial as a Service

Plataforma de integração de empresas parceiras com os mercados de investimentos e pagamentos do Brasil.

→ R\$ 215 bi em ativos sob custódia

R\$ 65 bi em ativos e patrimônio sob gestão.

R\$ 190 bi em transações de IB.

Mais de 1,6 mi de contas abertas.

4º volume operado à vista.

4º volume de contratos futuros.



A RELATED E O GRUPO BUENO NETTO ENTREGAM AS PRIMEIRAS
RESIDÊNCIAS INTERNACIONAIS DO PARQUE GLOBAL, O MAIOR
EMPREENDIMENTO DE ALTO PADRÃO DA AMÉRICA LATINA.



PARQUE GLOBAL

- QUADRAS DE TÊNIS COBERTA E DESCOBERTA
- 3 QUADRAS DE BEACH TENNIS
- QUADRA DE PICKLEBALL
- QUADRA DE SQUASH
- PISCINA DE NATAÇÃO COM RAIA COBERTA
- PISCINA INFANTIL

- PISCINAS RECREATIVAS
- QUADRA POLIESPORTIVA
- 2 CAMPOS DE FUTEBOL SOCIETY
- PISTA DE COOPER
- SIMULADOR DE GOLF
- BOLICHE COM 3 PISTAS

- ACADEMIAS PRIVATIVAS
- ACADEMIA COMPLETA COM ASSISTÊNCIA DE PERSONAL
- SALA DE PILATES
- WINE BAR COM ADEGAS PRIVATIVAS
- PAISAGISMO EXUBERANTE
- VALET PARK



Foto das torres

VENHA SE ENCANTAR COM A MAIS NOVA GERAÇÃO DE ALTO LUXO,

EXCLUSIVIDADE E SOFISTICAÇÃO NA CIDADE DE SÃO PAULO.

RESIDÊNCIAS INTERNACIONAIS
PRONTAS E EM CONSTRUÇÃO

142 A 330 M²

UNIDADES DUPLEX
DE ATÉ **552** M²



PROSPECT



REGENT



SEMPIONE



BUENO
NETTO



REALIZAÇÃO:

WWW.PARQUEGLOBAL.COM.BR

☎ 11 5199 1919

CONHEÇA O COMPLEXO GLOBAL
Marginal do Rio Pinheiros, 14.500
Eixo Marginal Pinheiros Sul

Projeto de construção do empreendimento, conforme Alvará de Aprovação de Edificação Nova nº 2013/27407-00, expedido pela Municipalidade de São Paulo em 3/10/2013, promoveu o registro do Memorial de Incorporação no 15º Oficial de Registro de Imóveis de São Paulo, conforme R.03/M.220.869 de 23/10/2013, transportado conforme a Av. 01/M.225.471 de 27/1/2014, revalidada sob a Av. 7/M.225.471 de 27/4/2020; aprovou na Prefeitura Municipal o projeto modificativo de construção do empreendimento, conforme Projeto Modificativo de Alvará de Aprovação e Execução de Edificação Nova nº 2013-27407-02, publicado pela Municipalidade de São Paulo em 28/8/2020 e por meio de instrumento particular, que integra o Memorial de Incorporação acima referido. O empreendimento Shopping Center será objeto de aprovação de projeto legal perante a Prefeitura Municipal de São Paulo. Após incorporação no referido cartório de registro de imóveis, nos termos da Lei 4.591/64. O empreendimento Complexo de Inovação, Saúde e Educação será objeto de aprovação de projeto legal perante a Prefeitura Municipal de São Paulo. Após aprovação, a incorporadora promoverá o registro da incorporação imobiliária no 15º Cartório de Registro de Imóveis da Comarca de São Paulo-SP. O empreendimento somente será comercializado após o registro do Memorial de Incorporação no referido cartório de registro de imóveis, nos termos da Lei 4.591/64. Todas as imagens e perspectivas contidas neste material são meramente ilustrativas e poderão sofrer alterações, inclusive quanto que prevalecerão em caso de conflito com qualquer outro material ou informação relativa ao empreendimento.

Oficial de Registro de Imóveis de São Paulo, conforme R.03/M.220.869 de 23/10/2013, transportado conforme a Av. 01/M.225.471 de 27/1/2014, revalidada sob a Av. 7/M.225.471 de 27/4/2020; aprovou na Prefeitura Municipal o projeto modificativo de construção do empreendimento, conforme Projeto Modificativo de Alvará de Aprovação e Execução de Edificação Nova nº 2013-27407-02, publicado pela Municipalidade de São Paulo em 28/8/2020 e por meio de instrumento particular, que integra o Memorial de Incorporação acima referido. O empreendimento Shopping Center será objeto de aprovação de projeto legal perante a Prefeitura Municipal de São Paulo. Após incorporação, a incorporadora promoverá o registro da incorporação imobiliária no 15º Cartório de Registro de Imóveis da Comarca de São Paulo-SP. O empreendimento somente será comercializado após o registro do Memorial de Incorporação no referido cartório de registro de imóveis, nos termos da Lei 4.591/64. Todas as imagens e perspectivas contidas neste material são meramente ilustrativas e poderão sofrer alterações, inclusive quanto que prevalecerão em caso de conflito com qualquer outro material ou informação relativa ao empreendimento.

Um jeito inteligente de cuidar do seu dinheiro.


O Super App da sua vida financeira



Baixe o Super App.



Conta digital



Investimentos

Shopping



e mais.



esfera^{BR}

The **most relevant** think tank in Brazil.

esfera^{BR}

esfera^{BR}

We are a **non-partisan, multisectoral, and independent** organization that hosts events featuring representatives from the Brazilian State and the country's leading business people.

Our mission is to create **exclusive content and meetings that foster essential dialogues for public debate.**

Whether it's through an **exclusive interview** in Revista Esfera, an **article** in Esfera News, or an **EsferaCast episode recorded live**, we keep you informed and connected with everything that matters.

   **esferabr**   **esferabrasil**

ESFERABRASIL.COM.BR

2º FÓRUM INTERNACIONAL DE MULHERES

Curaçao 2025

Empoderamento e Liderança
Feminina em Foco
24 a 29 de julho de 2025

www.forummulher.com.br



**REGINA
NUNES**
Primeira Dama
da Cidade
de São Paulo



**GIOVANNA
ANTONELLI**
Atriz e Empresária
brasileira

PALESTRANTES



**CAROL
LAMAITA**
Ceramista de alta
temperatura, professora
e CEO da **Carol Lamaita
Cerâmica e Design**



**DAIANE
LIMA**
Diretora Executiva da
**Facilitydoc e Best
Ocupacional**. Head
de Sustentabilidade
da **LIESA RJ**



**DANIELA
LACERDA**
CEO e fundadora da
**Rede Corujão
Supermercados**,
Mentora e Palestrante



**DRA. ELAINE
MOREIRA**
Diretora do núcleo
de gastroenterologia
da **Human Clinic**



**LOUNA
DOUEK**
Professora do
Kabbalah Centre



**MARY ELBE
QUEIROZ**
Vice-Presidente do
GCSM MULHER e Sócia
Queiros Adv. Associados.
Pós-doutoranda em
Direito Tributário



**SIMONE
VIOTTO**
CEO - **JK Estética
Avançada**



**TATHIANA HARDT
SOUTO TURBIAN**
Presidente do
GCSM MULHER e
do **Grupo Innsbruck**



**TATIANA
NIGRO**
CEO do **Grupo
Wave Women**



**VIVIANNE
BRASIL**
CEO e Presidente
da **Metropax**

Iniciativa e Realização



Apoio



Agência Oficial



Media Partners



Fatto
Afetto



Da nossa ~~Cozinha~~ Família para a sua.

www.fattoafetto.com.br
@fatto.afetto



Acesse nosso site



Conheça nossa linha completa acessando nosso site ou Instagram.

Gastronomia afetiva
só é real se trazer
conforto, e conforto
mora em nosso lar

Pastas especiais
Molhos artesanais
Eventos
Cursos

Ganhe 15%OFF na
primeira compra no site.
CUPOM:
VINAREVISTA



INVESTMENT BUILT ON VALUES AND INTEGRITY

Known for its iconic beaches, diverse economy and as the Gateway to Latin America, Miami is a well-renowned city for your next investment. Combined with Jennifer's traditional values, integrity and reliability she devotes her time to ensure your next move, is the right move for you.

Jennifer Price is a leader in global real estate and ranked Top Half 1% of Berkshire Hathaway HomeServices Network Agents Nationwide.

TO LEARN MORE ABOUT NEW CONDO PROJECTS IN MIAMI
CALL ME AT +1-305-389-1977

Fluent in English, Spanish and Portuguese.



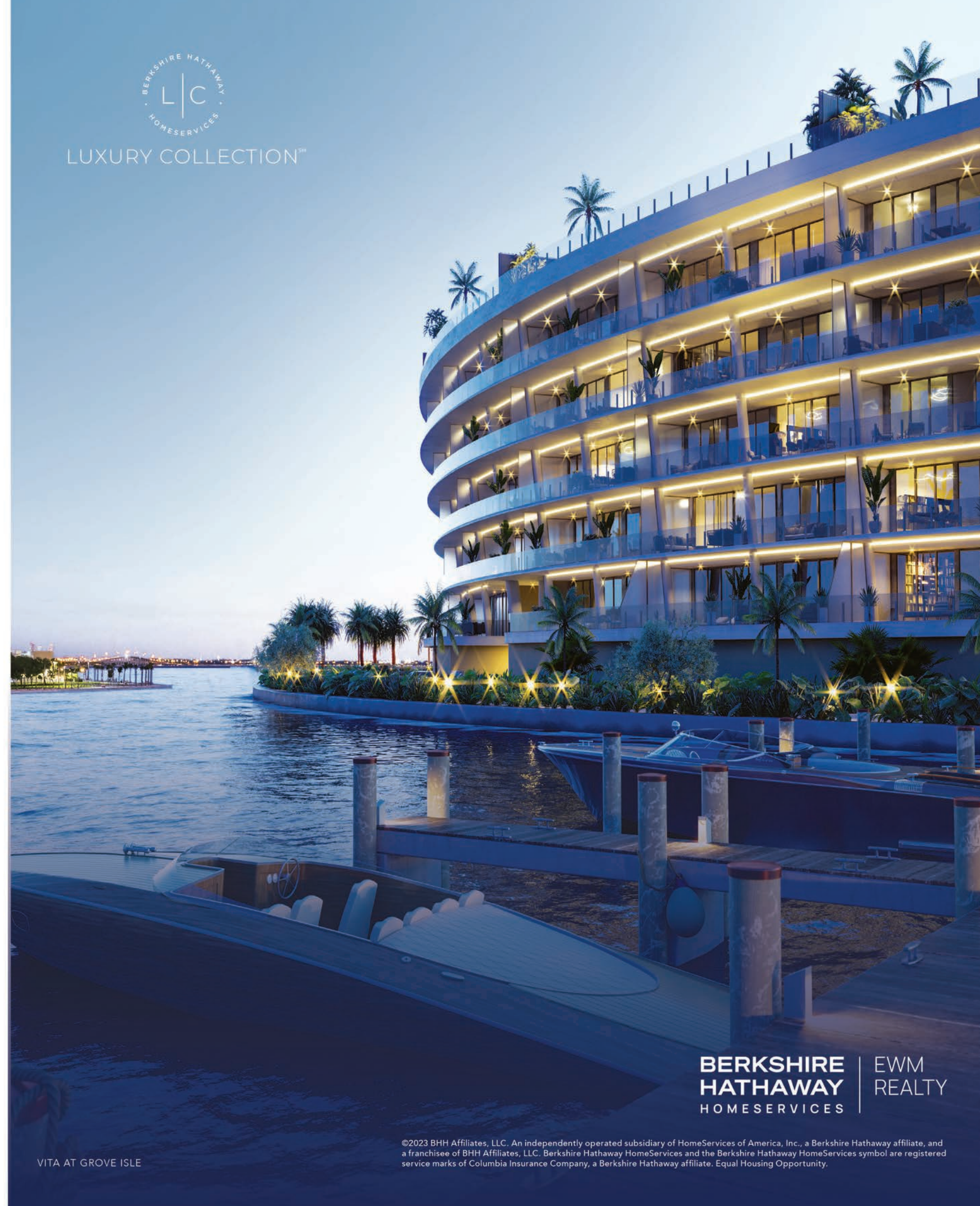
Jennifer *JP* Price
GROUP
Luxury Estate Specialist

jennifer@jenniferpricegroup.com | JenniferPriceGroup.com

+1.305.389.1977 | @jenniferpricegroup in @ f



LUXURY COLLECTION™



VITA AT GROVE ISLE

**BERKSHIRE
HATHAWAY**
HOMESERVICES | EWM
REALTY

©2023 BHH Affiliates, LLC. An independently operated subsidiary of HomeServices of America, Inc., a Berkshire Hathaway affiliate, and a franchisee of BHH Affiliates, LLC. Berkshire Hathaway HomeServices and the Berkshire Hathaway HomeServices symbol are registered service marks of Columbia Insurance Company, a Berkshire Hathaway affiliate. Equal Housing Opportunity.



CASA BELLA RESIDENCES



AREA RESERVE MIAMI



VITA AT GROVE ISLE



WOCA

WORLD COMPANY AWARD

2025

Château d'Augerville - França

11 a 15 de junho de 2025



200 anos de relações Brasil-França

www.woca2025.com

Iniciativa e Realização

GCSM
Global Council for Sustainable Management

FORUM das
AMÉRICAS

Participação Especial



Mídia Partners

WINNERS
Prêmio Nacional de Inovação

Economy & Law

vidi
conexão empresarial

CARAS

Especial Mídia Partner

BRAZILECONOMY
O PODER DA INFORMAÇÃO



President of the Editorial Board: João Roberto Benites | **Chairman:** Arnaldo Wald Filho | **CEO:** Tathiana Hardt Souto Turbian - tathiana@editorai.com.br
Advisors: Jorge Pinheiro Machado and Maurício Eugênio | **Commercial:** Thiago Turbian - thiago@editorai.com.br | Grupo Enzo Almeida - cristiane@editorai.com.br
Special Projects Editor: Mauricio Eugenio | **International Project Executive:** Andrej Vasle | +55 19 99940-3705 | vasle@editorai.com.br | **Editor:** Tathiana Hardt Souto Turbian
Editor-in-chief: Bruna Magatti Marques | **Collaboration:** Marcos J. Oliveira - MTB/R/ - 31571 | **Master Design & Arts:** Purim Comunicação Visual - arte@editorai.com.br

Commercial: Thiago Turbiano | +55 11 97118-0996 | thiago@editorai.com.br




General Director: Tathiana Hardt Souto Turbrian

President: Tathiana Hardt Souto Turbrian
Vice-President: Mary Elbe Queiroz
Board members: Alessandra Mendes, Viviane Mansi, Liane Butin, Daiane Lima, Gabriela Cardoso, Caroline Lamaita, Viviane Brasil e Daniela Lacerda
International Advisor: Mateja Kracun, Ambassador of Slovenia in Brazil



International Events

LASPA 2012: Miami, FL - USA | **LASPA 2014:** Cartagena, Colombia | **LASPA 2016:** Buenos Aires, Argentina | **LASPA 2018:** São Paulo, Brazil

LAMPA 2013: Curaçao, Caribbean | **LAMPA 2015:** Fort Lauderdale, FL - USA | **LAMPA 2017:** Lima, Peru

WOCA 2015: St. Moritz, Switzerland | **WOCA 2016:** Moscou, Russia | **WOCA 2017:** Lisbon, Portugal | **WOCA 2018:** Ljubljana, Slovenia

WOCA 2019: Cairo, Egypt | **WOCA 2020/22:** Principality of Monaco, Monte Carlo | **WOCA 2023:** Athens, Greece | **WOCA 2024:** Luxembourg, Grand Duchy of Luxembourg

Director International Events:
Adriana Salles

Cover Image: Junior Martins | @juniormartinsph

Photos: Adobe Stock, Premium FreePik and pictures release

The Winners Prime Leaders Magazine is published in Black Group. Copyright ALL RIGHTS RESERVED. REPRODUCTION WITHOUT permission is strictly prohibited. The Winners Prime Leaders Magazine is not responsible for the return or loss of unsolicited manuscripts or artwork. By submitting original art, photographs, transparencies, slides or digital images for editorial consideration in The Winners Prime Leaders Magazine (or website) and/or the magazine unlimited usage of these images in all editorial products, materials and website pages generated by The Winners Prime Leaders Magazine makes no guaranteed that submitted materials will be reproduced in the magazine or on the website. Any submission of manuscripts or art requires return must be accompanied by a written request and a SASE. GSCM added. **Circulation:** 10,000 copies



 www.facebook.com/globalgcsn
 [@gcsn.oficial](https://www.instagram.com/gcsn.oficial)
www.thewinners.com.br


Special alliance



We are associated and we recommend it



Por regimento interno, The Winners não produz tradução de artigos para idiomas estrangeiros, apenas dos que recebemos, em outros idiomas, para o português. As traduções do português para inglês e outros idiomas são de responsabilidade dos autores dos artigos

Os artigos apresentados são de produção exclusiva do autor e refletem o momento de sua concepção. Os cargos e atividades de cada um dos autores também está relacionado ao momento que o artigo foi entregue e publicado. Desta forma, se houver alteração em suas funções elas não estarão refletidas na publicação do material, sendo esta mudança de responsabilidade do autor.

The articles presented are exclusively produced by the author and reflect the moment of their conception. The positions and activities of each of the authors are also related to the time the article was delivered

and published. Thus, if there is a change in their functions, they will not be reflected in the publication of the material, this change being the responsibility of the author.

CARTAS E SUGESTÕES: Dê sua opinião sobre reportagens publicadas, temas da The Winners. Envie suas críticas e sugestões para conteudo@editorai.com.br

Endereço: Av. Angélica, 688, conj. 1001, Higienópolis, São Paulo-SP, Brasil. Cep: 01228-000 PARA ANUNCIAR: comercial@editorai.com.br - tathiana@editorai.com.br - 55 11 36632242

LETTERS AND SUGGESTIONS: Discuss the stories published and give us your opinion on the articles of "The Winners". Submit your thoughts and suggestions for conteudo@editoraj.com.br

Or PO Box: Av Angelica, 688, conj. 1001, Higienopolis, São Paulo-SP, Brazil. Cep: 01228-000. TO ADVERTISE: comercial@editorai.com.br - tathiana@editorai.com.br - 55 11 36632242

® Innsbruck Group trademark registrations are managed by Cabral Linhares

Seja único

**Registre sua marca e tenha
o direito de uso exclusivo.**



Procuradoria de Registro

Desde de 1960

Cabral 65 Linhares anos

Desde de 1960



Belo Horizonte
São Paulo

www.cabrallinhares.com.br

Acesse

11-38340001

31-974008271

11-984043782



PICTURE RELEASE



MARCELO SOUBHIA @AGFOTOSTE

26 Editorial
Agostinho Turbian

28 Letter to readers
Bruna Magatti

30 World Wide
Mario Garnero

32 The Winners Golden Page
Rodrigo Sangion, founder and CEO of Les Cinq Gym

44 Successful Case
Bvlgari Infinito: High Jewelry Goes Digital with Apple Vision Pro

48 Management
João Roberto Benites

50 Fashion
João Pimenta: the master of emotion at SPFW N°59

62 Lifestyle
Philipp Plein unveils a new dimension of luxury watches at Watches & Wonders 2025

68 World
Tunisia stands out as the main destination for authentic experiences and consolidates itself in the tourism market and as the choice of tourists in Latin America

80 Mining
Bernardo Bicalho

82 Events
Brazil and Ethiopia meet with authorities and businesspeople in São Paulo to discuss trade and investment possibilities

90 Travel
Religious Tourism: Jubilee 2025

102 Law
Fernando José da Costa

104 COP30
Amcham presents 13 proposals from the business sector for COP30

110 GCSM Happens

112 GCSM Woman Happens

114 Brazil Economy Happens

116 The Winners Gallery



ADOBESTOCK



From tariff to tariff, Brazil can seize an opportunity

De tarifa em tarifa, o Brasil pode agarrar uma oportunidade

The international scenario is undergoing profound reconfigurations. Geopolitical tensions, technological transitions, climate change and trade disputes are reshaping economic relations between countries and blocs. In this context, Brazil is in a privileged position: it is one of the largest agro-industrial powers in the world, with a predominantly clean energy matrix, a vast territory, abundant natural resources and a young and entrepreneurial society. Its geographical position favors multilateral trade with the Americas, Africa, Asia and Oceania. There are real opportunities for international protagonism — as long as the country is able to offer predictability, legal stability and strategic clarity. It is time to propose a new cycle, guided by fiscal responsibility, social solidarity and openness to the world. It is time to affirm that the country needs stability, legal certainty, structural reforms and an environment of institutional cooperation that allows for lasting investments and inclusive progress. Brazil needs unity more than ever. Unity among its leaders, its parties, its federative entities and, above all, among its citizens. A great nation cannot be built in a permanent climate of conflict. The opportunities of the present require serenity, planning and commitment to the future. May we, together, write a new chapter in our history — a chapter in which differences are not obstacles, but rather raw material for a greater understanding. Brazil has all the conditions to be an economic, social and environmental power. What is missing is a collective decision: to move forward, without fear, towards a time of greatness, balance and prosperity. ^{TW}

O cenário internacional passa por reconfigurações profundas. Tensões geopolíticas, transições tecnológicas, mudanças climáticas e disputas comerciais estão redesenhando as relações econômicas entre países e blocos. Nesse contexto, o Brasil está posicionado de forma privilegiada: é uma das maiores potências agroindustriais do mundo, detentor de uma matriz energética majoritariamente limpa, com vasto território, recursos naturais abundantes e uma sociedade jovem e empreendedora. Sua posição geográfica favorece o comércio multilateral com as Américas, a África, a Ásia e a Oceania. Há oportunidades reais de protagonismo internacional — desde que o País seja capaz de oferecer previsibilidade, estabilidade jurídica e clareza estratégica. É hora de propor um novo ciclo, pautado pela responsabilidade fiscal, pela solidariedade social e pela abertura ao mundo. É hora de afirmar que o país precisa de estabilidade, de segurança jurídica, de reformas estruturais e de um ambiente de cooperação institucional que permita investimentos duradouros e progresso inclusivo. O Brasil precisa, mais do que nunca, de união. União entre seus líderes, entre seus partidos, entre seus entes federativos e, sobretudo, entre seus cidadãos. Não se constrói uma grande nação em clima permanente de embate. As oportunidades do presente exigem serenidade, planejamento e compromisso com o futuro. Que possamos, juntos, escrever um novo capítulo da nossa história — um capítulo em que as diferenças não sejam obstáculo, mas sim matéria-prima de um entendimento maior. O Brasil tem todas as condições de ser uma potência econômica, social e ambiental. O que falta é uma decisão coletiva: avançar, sem medo, para um tempo de grandeza, equilíbrio e prosperidade. ^{TW}



AGOSTINHO TURBIANO

President & Publisher of the The Winners Prime Leaders, VIDI, Economy&Law, College Professor and World President & CEO of GCSM (Global Council of Sustainability & Marketing). Honorary Consul of Ethiopia in Brazil

BRAZILECONOMY

O PODER DA INFORMAÇÃO

Seu guia estratégico no mundo dos negócios



Brazil Economy: O novo portal de notícias com foco em análises aprofundadas e informações exclusivas sobre o mundo negócios.

Jornalismo independente e de alta qualidade para você tomar decisões mais inteligentes.

brazileconomy.com.br



FABRIZIO TONOLIO

Luxury in Motion

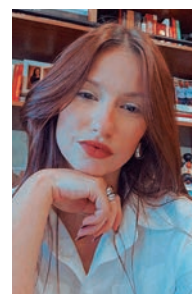
O Luxo em Movimento

There is a new type of luxury on the rise — quiet, sweaty, and meticulously sculpted. It doesn't show off in jewelry or cars. It shines in the sparkle in the eyes of those who wake up at 6 a.m. for a hot yoga class in a studio scented with organic lavender essential oils, or in the well-cared-for skin of those who finish their workout with a matcha protein smoothie. Luxury today is also fitness, and being fit is no longer just a question of health: it has become a symbol of discipline, self-control, and sophistication. The body is now the new calling card. And the one who realized this at the right time was Rodrigo Sangion, when he founded Les Cinq Gym, the most expensive gym in the country. Frequented by celebrities and offering a personalized and luxurious experience within the fitness world, the gym was awarded the best gym in Brazil by the renowned company MXM Medallia. And he doesn't stop there. More than ostentation, Sangion knows that this luxury is about awareness. About investing time and resources in one's own well-being. About understanding that performance is not just about running faster, but living with more presence, balance and purpose. It is the aesthetics of living well — where each choice reflects a lifestyle guided by caring for the body, mind and spirit. In this universe, luxury is not just about what you wear or where you train, but about the freedom to choose health as a priority. And perhaps this is the most sophisticated definition of all.

The new issue of The Winners features Sangion's journey in the Golden Pages! Entrepreneurship, leadership, lifestyle, gastronomy and tourism are part of the March pages. Check out our website and our social networks (@gscsm.official), and let's work together for the development of Brazil and the world. Enjoy your reading! **TW**

Há um novo tipo de luxo em ascensão — silencioso, suado e meticulosamente esculpido. Não se exhibe em joias ou carros. Ele brilha no brilho do olhar de quem acorda às 6 da manhã para uma aula de hot yoga em um estúdio aromatizado com óleos essenciais de lavanda orgânica, ou na pele bem-cuidada de quem termina o treino com um smoothie proteico de matcha. O luxo, hoje, também é fitness, e ser fitness deixou de ser apenas uma questão de saúde: tornou-se um símbolo de disciplina, autocontrole e sofisticação. O corpo, agora, é o novo cartão de visitas. E quem percebeu isso no timing certo, foi Rodrigo Sangion, ao fundar a Les Cinq Gym, a academia mais cara do país. Frequentada por celebridades e trazendo uma experiência personalizada e luxuosa dentro do mundo fitness, a academia foi premiada como melhor academia do Brasil pela renomada empresa MXM Medallia. E ele não para por aí. Mais do que ostentação, Sangion sabe que esse luxo é sobre consciência. Sobre investir tempo e recursos no próprio bem-estar. Sobre entender que performance não é só correr mais rápido, mas viver com mais presença, equilíbrio e propósito. É a estética do viver bem — onde cada escolha reflete um estilo de vida pautado pelo cuidado com o corpo, a mente e o espírito. Neste universo, o luxo não está apenas no que se veste ou no lugar onde se treina, mas na liberdade de escolher saúde como prioridade. E talvez essa seja a definição mais sofisticada de todas.

A nova edição da The Winners traz a trajetória de Sangion nas Golden Pages! Empreendedorismo, liderança, lifestyle, gastronomia e turismo fazem parte das páginas de abril. Confira nosso site, nossas redes sociais (@gscsm.official), e vamos juntos, trabalhar pelo desenvolvimento do Brasil e do mundo. Boa leitura! **TW**



BRUNA MAGATTI

Editor-in-chief
Editora-chefe

OBBCAPITAL



No mundo dos negócios é necessário ser assessorado por profissionais experientes.

Consultoria especializada em investimentos que protegem e valorizam seu patrimônio com ***segurança e visão de longo prazo.***

Performance consistente

Assessoria financeira estratégica

Curadoria de investimentos

**Corporate Advisory | Wealth Management | Asset Management
Venture Capital | Corretora de Seguros**

OBB CAPITAL

Rua do Rócio, 350 – 1º andar - Vila Olímpia - São Paulo – SP, Brasil
contato@obbcapital.com.br



MARIO GARNERO

Entrepreneur Mario Garnero has a Law Degree from the Catholic University of São Paulo. During his career he was director of Volkswagen do Brasil, chaired the National Automakers Association (ANFAVEA) and the National Confederation of Industries (CNI). He is currently the Chairman of the Board of Brasilinvest and Garnero Group and the President of Fórum das Américas and United Nations Association – Brazil

Empresário, é formado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica, São Paulo. Foi diretor da Volkswagen do Brasil, Presidente da ANFAVEA e da CNI – Confederação Nacional das Indústrias. É atualmente Presidente do Conselho do Brasilinvest e do Grupo Garnero, bem como Presidente do Fórum das Américas e da Associação das Nações Unidas – Brasil

From conflict to conflict, even the afflicted die

De conflito a conflito, morrem mesmo os aflitos

More than a year ago I wrote that the world would not end, as time itself and human reasoning have not allowed, since Genghis Khan, Hitler and other buffoons who only slightly oranged civilizations that venerate them on the battlefields and on the chessboard of history. To understand why the world does not end with each strong action, reason contrasts clear actions and visions with tragic or terrifying ideas that do not last more than a few generations. And in all religions there is no design for the end of times, but a call to arms, if we can call them that. Peace, work, unity and respect for others. Disagreements have been part of our origins. But forgiveness is divine and all religions teach us. Patience, tolerance and indulgence were the mottos of Abraham Lincoln who, more important than winning as a general in the Civil War in the United States, united the country for a wonderful leap of unity and progress after the victory. Revenge, besides being bad for the liver, creates pseudo-losers through the force of retaliation. And a nation is not built through hatred or revenge. But rather through everyone's adherence to the principles of fraternity and forgiveness. Therefore, I do not see the end of times or civil wars. We already have instruments that have been used so many times in our history to correct mistakes or procedures that are not

Há mais de ano escrevi que o mundo não se acabaria, como o próprio tempo e as razões humanas não deixaram, desde Gengis Khan, Hitler e outros pândegos que foram vencidos nos campos de batalha e no tabuleiro da história. Para entendermos porque o mundo não se acaba a cada forte ação, a razão contrapõe ações e visões claras que ideias trágicas ou aterrorizantes não duram mais que algumas gerações. E em todas as religiões não há o desenho do fim dos tempos, mas um chamamento às armas se assim possamos chamá-las. Paz, trabalho, união e respeito ao próximo. Divergir faz parte desde nossa origem. Mas perdoar é divino e todas as religiões nos ensinam. Paciência, tolerância e indulgência eram os lemas de Abraham Lincoln que mais importante que vencer com o general Lee, a guerra civil nos Estados Unidos, uniu o país para um salto maravilhoso de unidade e progresso após a vitória. Vingança, além de fazer mal aos fígados, cria-se pseudo vencidos a força da retaliação. E uma nação não se constrói pelo ódio ou revanchismo. Mas sim pela adesão de todos aos princípios da fraternidade e do perdão. Assim, não vejo o fim dos tempos e nem de guerras civis. Já temos instrumentos já usados tantas vezes na nossa história para corrigir erros ou procedimentos

accepted by reintegration and forgiveness. Let's build and not divide this continental country. And influence the world as we should have done before and, due to our own fault, never did, as 230 million Brazilians demand.

The global crisis caused by Trump's tariff hike lasted three days. But it corrected accumulated deviations that, unfortunately, we did not take advantage of 'in the Chinese style'. But a ray of light is showing that if we are wise in this tariff crisis, a Brazilian side can create a "new China" in the manufacturing industry, agribusiness and information technology. We just need to design it like JK did, so that we don't miss the train of history, once again. ^{TW}

não aceitos pela reintegração e perdão. Vamos construir e não dividir este país continental. E influir no mundo como deveríamos já ter feito e, por nossa culpa, jamais fizemos, como 230 milhões de brasileiros exigem.

A crise mundial pelo tarifaço de Trump durou três dias. Mas corrigiu desvios acumulados dos quais, infelizmente, não 'a la chinesa', nos aproveitamos. Mas uma aura de luz está a mostrar que se sábios formos nesta crise das tarifas, uma vertente brasileira pode criar uma "nova China" na indústria de transformação, no agronegócio e na tecnologia de informação. Só precisamos desenhá-la como JK fez, para não perdermos o bonde da história, mais uma vez. ^{TW}



ADOBE STOCK

Rodrigo Sangion

“Today’s consumer is looking for much more than a space to train, they want a concept, an experience, a lifestyle”

“O consumidor de hoje busca muito mais do que um espaço para treinar, ele quer um conceito, uma experiência, um lifestyle”

Frequented by celebrities and offering a personalized experience within the fitness world, Les Cinq Gym was awarded the best gym in Brazil by the renowned company MXM Medallia. Now, the entrepreneur wants to use the name he has made over the last 10 years to boost a new business and reinforce the knowledge he has developed by interacting with a triple A audience

Frequentada por celebridades e trazendo uma experiência personalizada dentro do mundo fitness, a Les Cinq Gym foi premiada como melhor academia do Brasil pela renomada empresa MXM Medallia. Agora, o empresário quer usar o nome que fez nos últimos 10 anos para impulsionar um novo negócio e reforçar o conhecimento desenvolvido ao dialogar com um público triple A

Weight room/Sala de musculação da Les Cinq Gym

When Rodrigo Sangion left Ribeirão Preto to attend college in São Paulo, he wanted to graduate in physical education and dreamed of becoming a personal trainer and bodybuilder. During the process, he realized a problem: he was overweight and realized that his body did not inspire his students. The discomfort turned into motivation. While he was struggling to define his body, in the midst of the Brazilian crisis in 2015, Sangion decided to start his own business. It was in this year that he realized the lack of an athletic space that offered high technology, comfort and personalized service to students. That's how Les Cinq Gym came about, a 4-story, 2,500m² gym designed by designer Kiko Sobrino, with

Quando Rodrigo Sangion, deixou Ribeirão Preto para fazer faculdade em São Paulo, desejava se formar em educação física e sonhava em ser personal trainer e bodybuilder. Durante o processo ele percebeu um problema: ele tinha sobrepeso e percebeu que seu corpo não inspirava os alunos. O incômodo se transformou em motivação. Enquanto se esforçava para definir seu corpo, em meio à crise brasileira em 2015, Sangion decidiu empreender. Foi neste ano que ele percebeu a falta de um espaço atlético que oferecesse alta tecnologia, conforto e atendimento personalizado aos alunos. Daí que surgiu a Les Cinq Gym, uma academia de 4 andares, 2.500m², projetada pelo designer Kiko Sobrino, com equipamentos da



FABRIZIO TONIOLO



FABRIZIO TONIOLO

Aerobics room/
Sala de aeróbico

LES CINQ WAS BORN FROM THE DESIRE TO RAISE THE LEVEL OF THE FITNESS MARKET IN BRAZIL, BRINGING A PREMIUM CONCEPT, IN WHICH THE CLIENT NOT ONLY TRAINS, BUT ALSO HAS A COMPLETE EXPERIENCE

equipment from the Italian Technogym, a fully connected system for performing workouts and that even offers one of the greatest villains of physical activity: Netflix.

Les Cinq immediately established its success in the São Paulo market – in the year it opened, it was classified as a top gym by IHRSA (The International Health, Racquet & Sportsclub Association). In 2017 and 2018, the establishment was crowned the best gym in the world and in 2025 it was named the best gym in Brazil by the renowned company MXM Medallia. The unit, located on Alameda Lorena, in São Paulo, has just over 650 customers. Many of them are executives from large companies and celebrities such as Alok, Thiaguinho and Marina Ruy Barbosa. As an appeal and attributes to attract a high-income audience, Les Cinq offers 1 instructor for every three students, sauna, beauty products, manicures and fruits, as well as cutting-edge technology equipment.

italiana Technogym, sistema full connected para execução de treinos e que oferece até mesmo um dos maiores vilões da atividade física: Netflix.

A Les Cinq firmou seu sucesso imediatamente no mercado paulistano – no ano de sua inauguração conquistava sua classificação como academia de destaque pela IHRSA (The International Health, Racquet & Sportsclub Association). Já em 2017 e 2018, o empreendimento foi coroado como melhor academia do mundo e em 2025 foi nomeado a melhor academia do Brasil pela renomada empresa MXM Medallia. Pela unidade, estabelecida na Alameda Lorena, em São Paulo, circulam pouco mais de 650 clientes. Muitos deles são executivos de grandes companhias e celebridades como Alok, Thiaguinho e Marina Ruy Barbosa. Como apelo e atributos para atrair um público de alta renda, o Les Cinq oferece 1 instrutor a cada três alunos, sauna, produtos de beleza, manicure e frutas, além de aparelhos com tecnologia de ponta.



FABRIZIO TONIOLO

Your Q Room - where they perform dance, yoga and meditation/ Sala Your Q - onde realizam danças, yoga e meditação

Today, as the most expensive gym in the country, Sangion wants to use the name it has made over the last 10 years to boost a new business and reinforce the knowledge it has developed by engaging with a triple A audience. In 2024, with an investment of 6 million, Rodrigo opened a holding company focused on health and well-being: the Sangion Group, which has a line of healthy lunch boxes with sophisticated ingredients for the AA audience, Yon Fit; the Yon Health café – located at Les Cinq Gym, but open to the general public – which has a menu created by chef Gustavo Pereira, renowned for creating dishes that involve haute cuisine for the luxury market; the Sangion Summit, an event label with themes focused on entrepreneurship; and the Sangion Method, an online course aimed at professionals in the physical education field. The group was created in partnership with advertising executive Wagner Barros.

Hoje, sendo a academia mais cara do país, Sangion quer usar o nome que fez nos últimos 10 anos para impulsionar um novo negócio e reforçar o conhecimento desenvolvido ao dialogar com um público triple A. Em 2024, com um investimento de R\$ 6 milhões, Rodrigo abriu uma holding de empresas com foco em saúde e bem-estar: a Sangion Group, que conta com uma linha de marmitas fit, com ingredientes sofisticados, para o público AA, a Yon Fit; o café Yon Health – localizado na Les Cinq Gym, mas aberto ao público em geral – que tem cardápio assinado pelo chef Gustavo Pereira, reconhecido pela criação de pratos que envolvem a alta gastronomia para o mercado de luxo; o Sangion Summit, selo de eventos com temas voltados para o empreendedorismo; e o Método Sangion, curso online voltado para profissionais da área da educação física. O grupo foi criado em sociedade com o publicitário Wagner Barros.

Sangion always ends its series stronger than it started. His true wealth is his loyal audience, made up of names from São Paulo's high society, influencers and celebrities, without forgetting, of course, his method and his name. In the following pages, he tells us about his journey and his vision of the fitness world of the future, which he is helping to build, pound by pound.

The Winners – When did you start to get interested in the world of fitness, which also includes health and well-being?

Rodrigo Sangion – I actually started to get interested when I was 18 and joined a gym to train. At the time, I was about to take the college entrance exam and ended up opting for physical education.

TW – Les Cinq Gym is now known as the most expensive gym in the country and was created with the strategy of providing quality service with a unique structure. How did this process work?

Sangion sempre termina sua série mais forte do que começou. Sua verdadeira riqueza é seu público, fiel e composto por nomes da alta sociedade paulistana, influenciadores e famosos, sem deixar de lado, claro, seu método e seu nome. Nas próximas páginas, ele conta sobre sua trajetória e sua visão sobre o mundo fitness do futuro, que ele está ajudando a construir, peso por peso.

The Winners – Quando você começou a se interessar pelo universo fitness, que abrange também a saúde e o bem-estar?

Rodrigo Sangion – Na realidade comecei a me interessar, quando tinha 18 anos e entrei para uma academia para treinar. Nessa época eu estava prestes a prestar vestibular e acabei optando pela educação física.

TW – A Les Cinq Gym é hoje conhecida como a academia mais cara do país e foi idealizada sob a estratégia de trazer qualidade de serviço uma estrutura diferenciada. Como foi esse processo?

Rodrigo Sangion and/e Wagner Barros

FABRIZIO TONIOLO



JUNIOR MARTINS @JUNIORMARTINSPH



THE PROBLEM IS NOT IN THE TECHNOLOGY ITSELF, BUT IN THE WAY PEOPLE USE IT. AT LES CINQ, WE SEEK TO INTEGRATE TECHNOLOGY IN AN INTELLIGENT WAY TO OPTIMIZE PERFORMANCE, PERSONALIZE WORKOUTS AND IMPROVE THE CUSTOMER EXPERIENCE

RS – The idea was always to offer a unique experience. Les Cinq was born from the desire to raise the level of the fitness market in Brazil, bringing a premium concept, in which the client not only trains, but also has a complete experience, which involves well-being, exclusivity and a high standard of service. We invest in cutting-edge structure, state-of-the-art equipment and personalized services to ensure that each student receives differentiated and efficient support. This commitment to excellence was recently recognized with the MXM Medallia award, solidifying Les Cinq Gym as the best gym in Brazil. The award rigorously evaluates the customer experience in several categories, such as staff friendliness, cleanliness, recommendations and quality of equipment – and we achieved an average of 9.0 or higher in all evaluations.

RS – A ideia sempre foi oferecer uma experiência única. A Les Cinq nasceu da vontade de elevar o nível do mercado fitness no Brasil, trazendo um conceito premium, no qual o cliente não só treina, mas vive uma experiência completa, que envolve bem-estar, exclusividade e alto padrão de atendimento. Investimos em estrutura de ponta, equipamentos de última geração e serviços personalizados para garantir que cada aluno tenha um acompanhamento diferenciado e eficiente. Esse compromisso com a excelência foi recentemente reconhecido com o prêmio MXM Medallia, consolidando a Les Cinq Gym como a melhor academia do Brasil. A premiação avalia rigorosamente a experiência do cliente em diversas categorias, como simpatia da equipe, limpeza, recomendação e qualidade dos equipamentos – e conquistamos uma média de 9,0 ou mais em todas as avaliações.



Q Cycle Room/
Sala Q Cycle



Ballet Room/
Sala de Ballet

TW – You are a businessman known for combining physical activity with technology, a factor often considered the villain of results. What do you think about this?

RS – Technology, when applied well, is an ally, not a villain. The problem is not in the technology itself, but in the way people use it. At Les Cinq, we seek to integrate technology in an intelligent way to optimize performance, personalize workouts and improve the customer experience. Modern equipment, monitoring applications and artificial intelligence in monitoring students are tools that add value and enhance results.

TW – The healthy eating aspect was also a concern of yours. How was the process of introducing Yon Fit and Yon Health to your audience?

RS – Nutrition has always been an essential pillar within the concept of well-being that we

TW – Você é um empresário conhecido por unir a atividade física com a tecnologia, um fator considerado, muitas vezes, o vilão dos resultados. O que pensa sobre isso?

RS – A tecnologia, quando bem aplicada, é uma aliada, não um vilão. O problema não está na tecnologia em si, mas na forma como as pessoas a utilizam. Na Les Cinq, buscamos integrar tecnologia de maneira inteligente para otimizar o desempenho, personalizar os treinos e melhorar a experiência do cliente. Equipamentos modernos, aplicativos de monitoramento e inteligência artificial no acompanhamento dos alunos são ferramentas que agregam valor e potencializam os resultados.

TW – A parte da alimentação saudável também foi uma preocupação sua. Como foi o processo de inserir a Yon Fit e a Yon Health para o seu público A?

RS – A alimentação sempre foi um pilar essencial dentro do conceito de bem-estar que pro-



NICOLAS CALLIGARO



NICOLAS CALLIGARO

promote. We created Yon Fit and Yon Health to offer a complete experience to our audience. The idea was to bring a healthy restaurant that meets the quality standards that our customers seek, without sacrificing flavor and gastronomic experience. This way, we were able to combine performance and lifestyle in one place.

TW – With several gyms spread throughout São Paulo and the country, what is the strategy to stand out in the fitness market? In your opinion, has it been changing with the new generations?

RS – The strategy is to always innovate and offer something that goes beyond what is expected. The fitness market is constantly evolving, and today’s consumers are looking for much more than a space to train; they want a concept, an experience, a lifestyle. The new generations are increasingly connected

movemos. Criamos a Yon Fit e a Yon Health para oferecer uma experiência completa ao nosso público. A ideia era trazer um restaurante saudável que atendesse aos padrões de qualidade que o nosso cliente busca, sem abrir mão do sabor e da experiência gastronômica. Assim, conseguimos unir performance e lifestyle em um só lugar.

TW – Com várias academias espalhadas por São Paulo e pelo país, qual a estratégia em se destacar no mercado fitness? Na sua opinião, ele vem mudando conforme as novas gerações?

RS – A estratégia é sempre inovar e oferecer algo que vá além do esperado. O mercado fitness está em constante evolução, e o consumidor de hoje busca muito mais do que um espaço para treinar, ele quer um conceito, uma experiência, um lifestyle. As novas gerações estão cada vez mais conectadas à saúde e ao bem-estar, mas com um

to health and well-being, but with a different perspective: they value exclusivity, technology and personalized services. Our mission is to keep up with these changes and offer the best in this segment.

TW – What is the ‘Sangion Method’?

RS – The Sangion Method is an approach that I have developed over the years, combining science, practical experience and innovation. It combines high-performance training, extreme personalization and a holistic approach to well-being. The idea is to provide efficient training, adapted to the individual needs of each student, ensuring fast, safe and sustainable results.

TW – What was the experience of staying engaged in the market during the Covid-19 pandemic like?

RS – It was a challenging time. The pandemic brought a lot of uncertainty, and we had to completely readapt, almost overnight. But I never thought about giving up. I believe deeply in the purpose of promoting health, well-being and quality of life — and this became even more evident at that time. The focus was on strengthening the team, creating new ways of connecting with students and ensuring that our purpose continued to pulsate, even in the face of difficulties.

TW – In previous interviews, you have already stated that you were inspired by David Barton – a reference in the premium market in the United States – when you decided to create your own gym. Why did you choose to inspire businesses with a class A - or triple A - audience?

RS – David Barton’s inspiration was in architecture and design. When Les Cinq was created, there were already several gyms: low-cost ones (like Smart Fit) and conventional ones (like Bodytech and Bio Ritmo). That’s why I decided to innovate within the sector, seeking a differentiated positioning.

TW – What are Sangion Group's next plans? Can we expect new things in 2025?

RS – Absolutely! We are entering 2025 with many projects that reflect the evolution of the

olhar diferente: valorizam exclusividade, tecnologia e serviços personalizados. Nossa missão é acompanhar essas mudanças e oferecer o que há de melhor nesse segmento.

TW – O que é o ‘Método Sangion’?

RS – O Método Sangion é uma abordagem que desenvolvi ao longo dos anos, unindo ciência, experiência prática e inovação. Ele combina treinamento de alta performance, personalização extrema e um olhar holístico para o bem-estar. A ideia é proporcionar um treinamento eficiente, adaptado às necessidades individuais de cada aluno, garantindo resultados rápidos, seguros e sustentáveis.

TW – Como foi a experiência de se manter engajado no mercado com o período da pandemia da Covid-19?

RS – Foi um período desafiador. A pandemia trouxe uma incerteza muito grande e tivemos que nos readaptar completamente, quase que do dia pra noite. Mas em nenhum momento pensei em desistir. Acredito muito no propósito de promover saúde, bem-estar e qualidade de vida — e isso ficou ainda mais evidente naquele momento. O foco foi fortalecer a equipe, criar novas formas de conexão com os alunos e garantir que nosso propósito continuasse pulsando, mesmo diante das dificuldades.

TW – Em entrevistas anteriores, você já afirmou que se inspirou na David Barton – referência no mercado premium nos Estados Unidos – quando decidiu criar a própria academia. Por que a escolha de inspirar negócios com um público classe A - ou triple A?

RS – A inspiração em David Barton estava na arquitetura e no design. Quando a Les Cinq foi criada, já existiam diversas academias: as de baixo custo (como a Smart Fit) e as convencionais (como Bodytech e Bio Ritmo). Por isso, decidi inovar dentro do setor, buscando um posicionamento diferenciado.

TW – Quais são os próximos planos da Sangion Group? Podemos esperar por novidades em 2025?

RS – Com certeza! Estamos entrando em 2025 com muitos projetos que refletem a evo-

Sangion Group and reinforce our leading role in the wellness and performance market. One of the most important initiatives is the Sangion Summit — an event I created to bring together experts, industry leaders, and health and fitness professionals for an intense immersion into careers, personal marketing, integrative health, and business, all based on the Sangion Method. I am also very excited about the Sangion Class, a masterclass I developed with the goal of sharing an interdisciplinary and practical approach for those who want to stand out in the wellness market. It brings together topics such as communication with clients, professional etiquette, integrative medicine, and entrepreneurial mindset — pillars that I consider essential for the new generation of professionals in the field. ^{TW}

lução do Sangion Group e reforçam nosso protagonismo no mercado de bem-estar e performance. Um dos movimentos mais importantes é o Sangion Summit — um evento que criei para reunir especialistas, líderes do setor e profissionais da saúde e do fitness em uma imersão intensa sobre carreira, marketing pessoal, saúde integrativa e negócios, tudo com base no Método Sangion. Também estou muito empolgado com a Sangion Class, uma masterclass que desenvolvi com o objetivo de compartilhar uma abordagem interdisciplinar e prática para quem quer se destacar no mercado wellness. Ela reúne temas como comunicação com clientes, etiqueta profissional, medicina integrativa e mentalidade empreendedora — pilares que considero essenciais para a nova geração de profissionais da área. ^{TW}



FABRIZIO TONICLO

Out Race Room/
Sala Out Race



PICTURE RELEASE



Bvlgari Infinito: High Jewelry Goes Digital with Apple Vision Pro

Bvlgari Infinito: A alta joalheria entra no universo digital com o Apple Vision Pro

The Roman Maison redefines the future of high jewelry with the launch of the Bvlgari Infinito app, a pioneering immersive luxury experience, a first for the jewelry world

A Maison romana redefine o futuro da alta joalheria com o lançamento do aplicativo Bvlgari Infinito, uma experiência pioneira de luxo imersivo, a primeira no mundo da joalheria

The timeless art of Bvlgari High Jewelry transcends traditional boundaries with the introduction of the Bvlgari Infinito app, an immersive luxury experience debuting on the Apple Vision Pro App Store. This groundbreaking launch ushers in a new dimension where the exceptional craftsmanship of the Roman Maison seamlessly merges with the power of cutting-edge spatial computing.

A first for the jewelry world, the app allows users to explore Bvlgari's magnificent High Jewelry creations up close through interactive and immersive virtual journeys. The debut episode, Serpenti Infinito, showcases the brand's iconic serpent motif, offering a behind-the-scenes look at the digital artwork and an in-depth look at the skilled craftsmanship behind the Serpenti Infinito High Jewelry necklace. The Bvlgari Infinito app experience transforms the perception of luxury by integrating the brand's artistic legacy with cutting-edge technology.

A Visionary New Dimension for High Jewelry

Bvlgari Infinito is one of the first High Jewelry experiences available on Apple Vision Pro, allowing users to interactively explore iconic Bvlgari creations from unique and captivating perspectives. Leveraging the ultra-high-resolution 3D digital visualization, real-time rendering and dynamic storytelling of Apple Vision Pro, this groundbreaking app redefines how luxury is experienced through spatial computing.

"The Bvlgari Infinito app is a game-changer for our brand and the luxury industry," said Jean-Christophe Babin, CEO of Bvlgari. "Through this immersive experience, we celebrate our heritage of excellence while boldly exploring unknown digital frontiers, taking emotions and imagination to new heights."

A arte atemporal da Alta Joalheria da Bvlgari ultrapassa as fronteiras tradicionais com a introdução do aplicativo *Bvlgari Infinito*, uma experiência de luxo imersiva que estreia na Apple Vision Pro App Store. Este lançamento inovador inaugura uma nova dimensão onde a excepcionalidade do artesanato da Maison Romana se une perfeitamente ao poder da computação espacial de ponta.

Uma novidade no mundo da joalheria, o aplicativo permite que os usuários explorem de perto as magníficas criações de Alta Joalheria



The First Chapter: Serpenti Infinito

The inaugural episode, *Serpenti Infinito*, celebrates the brand's icon in the Year of the Snake, a momentous occasion for Bvlgari to continue engaging in the ever-evolving intercultural dialogue between East and West, past and present, art and jewelry through its Serpenti icon, a symbol of timeless allure and infinite transformation, reflecting Bvlgari's deep connection to heritage and innovation.

To mark this special year, the brand has launched a new global journey of *Serpenti Infinito Exhibitions*, an art exhibition that made its debut in Shanghai and will continue throughout the year, shining a spotlight on the vibrant bond between the serpent and art. This chapter offers two bonus features:



PICTURE RELEASE

da Bvlgari por meio de jornadas virtuais interativas e imersivas. O episódio de estreia, *Serpenti Infinito*, apresenta a icônica temática da serpente da marca, apresentando os bastidores das obras de arte digitais e uma perspectiva detalhada do habilidoso trabalho artesanal por trás do colar de Alta Joalheria *Serpenti Infinito*. A experiência do app Bvlgari Infinito transforma a percepção de luxo, integrando o legado artístico da marca com tecnologia de última geração.

Uma nova dimensão visionária para a Alta Joalheria

Bvlgari Infinito é uma das primeiras experiências de Alta Joalheria disponíveis no Apple Vision Pro, permitindo que os usuários explorem interativamente as criações icônicas da Bvlgari a partir de perspectivas únicas e cativantes. Fazendo uso da visualização digital 3D de ultra-alta-resolução, a renderização em tempo real e a narrativa dinâmica do Apple Vision Pro, este aplicativo inovador redefine como o luxo é vivenciado por meio da computação espacial.

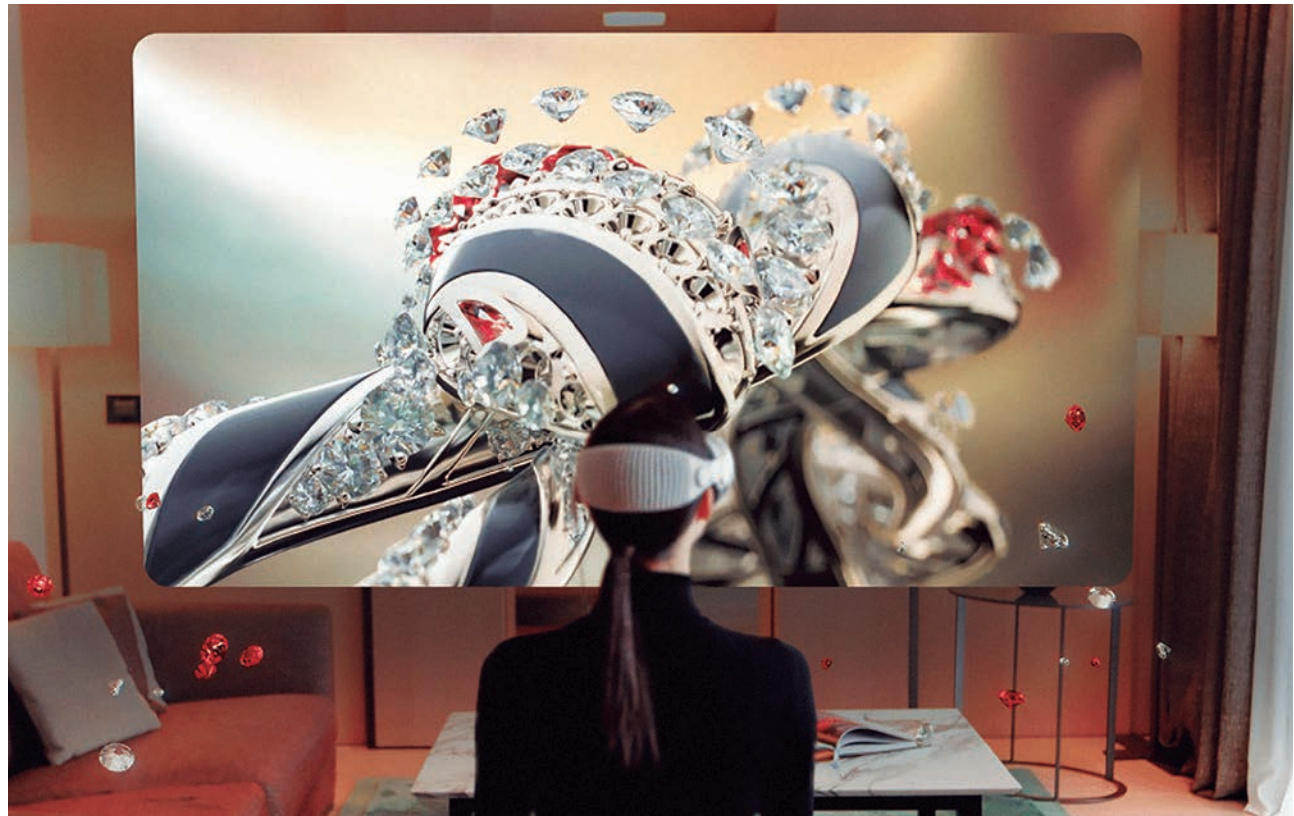
“O aplicativo Bvlgari Infinito é um divisor de águas para nossa marca e para a indústria de luxo”, disse Jean-Christophe Babin, CEO da Bvlgari. “Por meio dessa experiência imersiva, celebramos nossa herança de excelência enquanto exploramos corajosamente fronteiras digitais desconhecidas, levando as emoções e a imaginação a novos níveis”.

O primeiro capítulo: Serpenti Infinito

O episódio inaugural, *Serpenti Infinito*, celebra o ícone da marca no Ano da Serpente, uma ocasião importante para a Bvlgari continuar se engajando no diálogo intercultural em constante evolução entre Oriente e Ocidente, passado e presente, arte e joias por meio de seu ícone Serpenti, um símbolo de fascínio atemporal e transformação infinita, refletindo a profunda conexão da Bvlgari com a herança e a inovação.

Para marcar este ano especial, a marca lançou uma nova jornada mundial da *Serpenti Infinito Exhibitions*, exposição artística que fez sua estreia em Xangai e continuará ao longo do ano, trazendo sob os holofotes o vínculo vibrante entre a serpente e a arte. Este capítulo oferece dois conteúdos extras:

PICTURE RELEASE



1. Digital Art and Innovation: A behind-the-scenes look at the digital artwork created by visionary digital artist Refik Anadol for the Serpenti Infinito exhibition in Shanghai, where art and technology intertwine.

2. High Jewellery Creation Unveiled: An immersive exploration of the craftsmanship behind the Serpenti Infinito High Jewellery necklace, revealing the artistic expertise and precision behind its creation.

The Bvlgari Infinito virtual journey will continue to evolve throughout the year, revealing new and engaging stories.

Welcome to the future of luxury

Bvlgari Infinito represents a bold leap into the future, allowing users to discover the brand's timeless and iconic creations, activations and DNA on Apple Vision Pro worldwide. Download the Bvlgari Infinito app on Apple Vision Pro today and immerse yourself in the most dazzling dimension of High Jewelry. **TW**

1. Arte digital e inovação: uma visão dos bastidores da obra de arte digital criada pelo visionário artista digital Refik Anadol para a exposição *Serpenti Infinito* em Xangai, onde arte e tecnologia se entrelaçam.

2. Criação de Alta Joalheria revelada: uma exploração imersiva do artesanato por trás do colar de alta joalheria *Serpenti Infinito*, revelando a expertise artística e a precisão por trás da criação.

A jornada virtual *Bvlgari Infinito* continuará a evoluir ao longo do ano, revelando novas histórias envolventes.

Bem-vindo ao futuro do luxo

Bvlgari Infinito representa um salto ousado em direção ao futuro, permitindo que os usuários descubram as criações, ativações e DNA atemporais e icônicos da marca no Apple Vision Pro em todo o mundo. Baixe o aplicativo *Bvlgari Infinito* no Apple Vision Pro hoje mesmo e mergulhe na dimensão mais deslumbrante da Alta Joalheria. **TW**

**BVLGARI
INFINITO IS
ONE OF THE
FIRST HIGH
JEWELRY
EXPERIENCES
AVAILABLE
ON APPLE
VISION PRO**



JOÃO ROBERTO BENITES

Chairman of the Board of Directors of Tekno S/A. Certified Counselor by IBGC. He is expert in Strategic Business Expansion

Presidente do Conselho de Administração da Tekno S/A. Conselheiro certificado pelo IBGC. É um especialista em expansão estratégica de empresas

The challenges of family business succession

Os desafios da sucessão nas empresas familiares

Handover to the next generation requires planning and sensitivity
Passar o bastão para as próximas gerações requer planejamento e sensibilidade

The family succession process is one of the most delicate moments in a company's history. The transfer of responsibilities to the next generation is not just a question of administrative continuity, but a complex exercise that needs to take into account the DNA of the business, sensitivity and maturity to balance wills and to solve conflicts. It is essential to deeply understand what the family values are, and to reconcile all of this with the sustainability of the company and the more professional management.

A PwC survey shows that only 36% of family businesses survive when the founder passes on the leadership to his sons; less than 20% of them survive to the third generation. This is very serious because family businesses move many companies, generate revenue and jobs on a large scale. Family businesses are the basis of the Brazilian economy, accounting for 90% of the country's companies, according to the IBGE. They are responsible for 65% of the GDP and 75% of the jobs generated.

The succession process requires advance planning. Diving behind the scenes to understand family dynamics and defining paths so that there is a commitment to the longevity of the organization. Succession is built gradually, starting with identifying who in the family is most inclined, willing and prepared to run the

O processo de sucessão familiar representa um dos momentos mais delicados na trajetória de uma empresa. A transferência de responsabilidades para a próxima geração não é apenas uma questão de continuidade administrativa, mas um exercício complexo que precisa considerar o DNA do negócio, a sensibilidade e a maturidade para equilibrar vontades e solucionar conflitos. É fundamental entender profundamente quais são os valores familiares, e conciliar tudo isso com a sustentabilidade da empresa e a profissionalização da gestão.

Uma pesquisa da PwC aponta que apenas 36% das empresas familiares sobrevivem quando o fundador passa a liderança para os filhos; menos de 20% delas sobrevivem à terceira geração. Isso é muito sério, porque empresas familiares movimentam muitas outras companhias, como fornecedores, por exemplo; geram receita e empregos em escala elevada. As empresas familiares são a base da economia brasileira, representando 90% das empresas do país, segundo o IBGE. Elas são responsáveis por 65% do PIB e 75% dos empregos gerados.

O processo sucessório exige planejamento antecipado. Mergulhar nos bastidores para entender as dinâmicas familiares e definir caminhos para que haja comprometimento com a perenidade da organização. Uma sucessão é construída gradualmente, envolve a identificação de quem na família tem mais



VECTEZY

operation. One of the most effective strategies is the progressive delegation of responsibilities, allowing the successor to gain practical experience and, at the same time, earn the trust of the team.

The creation of an Advisory Board brings in an outsider's view, someone without the emotional commitment; it helps with supervision, guidance and technical support for both the founder and the new manager, promoting a more structured transition.

Another very important point is to ensure that the whole process has the buy-in of the employees to the new leadership. The bureaucratic part also exists and has its value: such as clarity about the agreements between partners, family protocols and good governance practices. As an Advisor and mentor for projects of this nature, I always take into account that a detailed assessment of the financial reality of the business completes this cycle, ensuring that the company remains healthy and viable for generations to come.

In general, a succession process has its challenges, of course, such as resistance to change, poor communication, favoritism, conflicts of interest and, especially, the impact of emotions on decision-making. Overcoming them requires strategic planning, active listening and systematic, responsible work. Successful succession is not the result of chance; it is the result of a willingness by leaders to prepare for the future with responsibility, long-term vision and a balance between rationality and emotion. ^{TW}

inclinação, vontade e preparo para tocar a operação. Uma das estratégias mais eficazes é a delegação progressiva de responsabilidades, permitindo que o sucessor ganhe experiência prática e, ao mesmo tempo, conquiste a confiança da equipe.

A constituição de um conselho consultivo traz o olhar de fora, de alguém sem o compromisso afetivo; colabora na supervisão, orientação e apoio técnico tanto para o fundador quanto para o novo gestor, promovendo uma transição mais estruturada.

Outro ponto muito importante é trabalhar para que todo o processo conte com a adesão dos colaboradores à nova liderança. A parte burocrática também existe e tem seu valor: como clareza sobre os acordos entre sócios, os protocolos familiares e as práticas da boa governança. Como conselheiro e mentor de projetos dessa natureza, levo sempre em conta uma detalhada avaliação da realidade financeira do negócio, assegurando que a empresa se mantenha saudável e viável para as próximas gerações.

No geral, um processo de sucessão tem seus desafios, claro, como resistência à mudança, comunicação falha, favoritismo, conflitos de interesse e, especialmente, o impacto das emoções na tomada de decisão. Superá-los requer planejamento estratégico, escuta ativa e trabalho sistemático e responsável. A sucessão bem-sucedida não é fruto do acaso; ela acontece a partir de uma disposição dos líderes em preparar o futuro com responsabilidade, visão de longo prazo e equilíbrio entre razão e emoção. ^{TW}

ONLY 36% OF FAMILY BUSINESSES SURVIVE WHEN THE FOUNDER PASSES ON THE LEADERSHIP TO HIS SONS; LESS THAN 20% OF THEM SURVIVE TO THE THIRD GENERATION

João Pimenta: the master of emotion at SPFW N°59

João Pimenta: o dono da emoção na SPFW N°59

The designer reaffirms his ability to transform complex concepts into real pieces, in a surprising setting at the recently opened Estação CCR das Artes

O estilista reafirma sua habilidade em transformar conceitos complexos em peças reais, em um cenário surpreendente na recém-inaugurada Estação CCR das Artes





João Pimenta

A certain wise man once said that a good fashion show is one that attracts curiosity and emotion even from those who don't understand fashion. But amidst so many stimuli and immediate content that we are exposed to everyday these days, what makes a show capable of moving us?

On April 10 - the penultimate day of the 59th edition of SPFW, which already had an audience tired of the lights and excitement of the shows at JK Iguatemi - designer João Pimenta surprised and moved us by inviting us to watch a show. To do so, it was necessary to combine location, soundtrack, ambiance and a bold idea. Pimenta got the complete package, with the grandiosity of the recently opened Estação CCR das Artes, a performance space located next to Sala São Paulo, as a backdrop.

Já dizia um certo sábio que, um bom desfile de moda é aquele que atrai a curiosidade e a emoção até mesmo daqueles que não entendem de moda. Mas em meio a tantos estímulos e conteúdos imediatistas aos quais somos expostos todos os dias atualmente, o que torna um desfile capaz de nos emocionar?

No dia 10 de abril - o penúltimo dia da edição nº 59 da SPFW que já carregava um público cansado das luzes e do fervor dos desfiles no JK Iguatemi - o estilista João Pimenta surpreendeu e emocionou ao nos convidar para assistir um espetáculo. Para isso, foi preciso combinar local, trilha sonora, ambientação e uma ideia ousada. Pimenta conseguiu o pacote completo, tendo como pano de fundo a grandiosidade da recém-inaugurada Estação CCR das Artes, espaço de espetáculos localizado junto à Sala São Paulo.

The collection was presented to the sound of pianist Jonathan Ferr, who brought a touch of spirituality to the venue by playing urban rhythms with Brazilian influences and African roots through jazz and neo soul. The public watched the show on a mobile grandstand, where the models could parade among the guests - making those closest to them want to touch the fabric.

The show, entitled 'Under Construction', was no coincidence. João knew that, in order to deconstruct something, one must first know how to construct it masterfully. And since we are talking about the wizard of tailoring, we saw Pimenta challenge himself, changing his

A coleção foi apresentada ao som do pianista Jonathan Ferr, que trouxe um toque de espiritualidade ao local ao tocar ritmos urbanos com influência brasileira e matriz africana através do jazz e do neo soul. O público acompanhou o desfile em uma arquibancada móvel, onde os modelos puderam desfilar entre os convidados - fazendo com que os que estavam mais perto, tivessem vontade de pegar no tecido.

O desfile, intitulado 'Em Construção', não foi atoa. João sabia que, para desconstruir algo, precisa-se antes, saber construir com maestria. E como estamos falando do mago da alfaiataria, vimos Pimenta se provocar, mudando seu processo criativo. Sua alfaiataria masculina bem-

Model Barbara Fialho closed the presentation/
A modelo Barbara Fialho fechou a apresentação



creative process. His well-constructed menswear benefited from a feminine resource: the moulage technique - the modeling created with the fabric directly on the mannequin. Jackets were deconstructed as if worn sideways on the body, leaving one shoulder exposed; shirts appeared sleeveless, formed only by the front and back yokes; extensions of the sides of other shirts crossed over the waist, joining the pants and forming a jumpsuit; jackets had curved backs or visible “pieces” of modeling, as if they were still in process - in a continuous exercise of construction and deconstruction. With this manual work, the designer questioned, in practice, the role of technology in fashion, a respite from immediacy

-construída se beneficiou de um recurso feminino: a técnica moulage - a modelagem criada com o tecido diretamente no manequim. Paletós foram desconstruídos como se usados de forma lateral sobre o corpo, deixando um dos ombros de fora; camisas apareceram sem mangas, formadas apenas pelas palas frontais e traseiras; extensões das laterais de outras camisas se cruzaram sobre a cintura, unindo-se à calça e formando um macacão; jaquetas tinham costas abauladas ou com “pedaços” de modelagem aparentes, como se estivessem ainda em processo - em um contínuo exercício de construção e desconstrução. Com esse trabalho manual, o estilista questionou, na prática, o papel da tec-



Jonathan Ferr



and mass production. “I have the fabric and a body, so I can change a lot more. We are looking at the men’s wardrobe, even with the fluidity, we don’t have the flared and puffy models that we always have”, he explained.

The uncomplicated color palette featured neutral and earthy tones, white, off-white, beige, khaki, gray, brown and teal. Vests, ties, tailcoats and blazers, literally deconstructed, crossed the theater in further proof that the designer knows what he is doing. Bringing classic references, we were transported several times to the masculine beauty of the 40s and 50s, within that theatrical and elegant setting. With only four women on the catwalk, it was impossible not to hear the dozens of women in the audience choosing which pieces they would wear and which - like me - would even wear one of the men’s pieces.

At the end, the models all stood together in front of the stage to welcome João Pimenta, who received a standing ovation alongside Barbara Fialho, who closed the presentation. And it was there that he proved that he knows how to transcend gender, recording one of the most historic moments of these 30 years of São Paulo Fashion Week, and perhaps the best of the season. **TW**

nologia na moda, um respiro contra o imediatismo e a produção em massa. “Estou com o tecido e um corpo, então consigo mexer muito mais. Estamos olhando para o guarda-roupa masculino, mesmo com a fluidez, não temos os godês e modelos bufantes que sempre temos”, explicou.

Na cartela de cores descomplicada, tons neutros e terrosos, branco, off-white, bege, cáqui, cinza, marrom e verde azulado. Coletes, gravatas, fraques e blazers, literalmente desconstruídos, cruzaram o teatro em mais uma comprovação de que o designer sabe muito bem o que faz. Trazendo referências clássicas, várias vezes nos transportamos para a beleza masculina dos anos 40 e 50, dentro daquele cenário teatral e elegante. Com apenas quatro mulheres na passarela, era impossível não ouvir as dezenas de mulheres na plateia elegendo quais peças usariam e quais - como eu - usariam até mesmo uma das peças masculinas.

Ao final, os modelos se posicionaram todos juntos em frente ao palco, para receber João Pimenta, que foi ovacionado de pé ao lado de Barbara Fialho, que fechou a apresentação. E foi ali que ele comprovou saber transcender o gênero, registrando um dos momentos mais históricos destes 30 anos de São Paulo Fashion Week, e talvez o melhor da temporada. **TW**









Philipp Plein unveils a new dimension of luxury watches at Watches & Wonders 2025

Philipp Plein revela uma nova dimensão de relógios de luxo no Watches & Wonders 2025



HAROLD CUNNINGHAM



PICTURE RELEASE

For Philipp Plein, Geneva is a classic and each year the city becomes an important landmark to celebrate the presentation of the new watch collections that, year after year, are an iconic meeting point for Watches & Wonders. Philipp Plein's Swiss Made watches, launched in 2023, have gone viral in the jewelry sector and this season the brand unveils a captivating and disruptive new collection featuring 3 distinct lines of masterpieces: the PHILIPP PLEIN KING PHANTOM, CRYPTO KING and DIAMOND QUEEN.

This season, Philipp Plein has chosen to present the new collection at the iconic Four Seasons in the heart of Geneva. On the shores of Lake Geneva, the new collection reflects the brand's spirit of luxury and Philipp Plein's undistinguished innovation.

Philipp Plein, founder and creative director of the brand, expressed his excitement about the launch. "I am delighted that Watches & Wonders is a commitment of the brand and that, every year, I can bring my curiosity, creativity and expertise to this exclusive event. Watches have always been close to my heart and are a natural extension of my collection and lifestyle. I am excited to be in Geneva and present new styles that will complete my vision of luxury," he said.

Para Philipp Plein, Genebra é um clássico e, a cada ano, a cidade se torna um marco importante para celebrar a apresentação das novas coleções de relógios que, ano após ano, são um encontro icônico do *Watches & Wonders*. Os relógios *Swiss Made* de Philipp Plein, lançados em 2023, se tornaram virais no setor de joias e, nesta temporada, a marca revela uma nova coleção cativante e disruptiva que apresenta 3 linhas distintas de obras-primas: o PHILIPP PLEIN KING PHANTOM, CRYPTO KING e DIAMOND QUEEN.

Nesta temporada, Philipp Plein decidiu apresentar a nova coleção no icônico *Four Seasons*, no coração de Genebra. Às margens do lago de Genebra, a nova coleção reflete o espírito de luxo da marca e a inovação indistinguível de Philipp Plein.

Philipp Plein, fundador e diretor criativo da marca, expressou seu entusiasmo sobre o lançamento. "Estou muito feliz que o *Watches & Wonders* seja um compromisso da marca e que, anualmente, posso trazer minha curiosidade, criatividade e experiência neste evento tão exclusivo. Os relógios sempre estiveram em meu coração e são uma extensão natural da minha coleção e estilo de vida. Estou animado por estar em Genebra e apresentar novos estilos que irão completar minha visão de luxo", afirmou.

PHILIPP PLEIN'S SWISS MADE WATCHES, LAUNCHED IN 2023, HAVE GONE VIRAL IN THE JEWELRY SECTOR AND THIS SEASON THE BRAND UNVEILS A CAPTIVATING AND DISRUPTIVE NEW COLLECTION FEATURING 3 DISTINCT LINES OF MASTERPIECES

King Phantom: transparent, bold, unmistakable Philipp Plein

King Phantom: transparente, ousado, inconfundível Philipp Plein

Swiss-made with ultra-resistant, high-tech crystal, the PHILIPP PLEIN KING PHANTOM collection pushes the boundaries of innovation with bold aesthetics and cutting-edge materials. The new watch comes in a 46 mm geometric case with eight hexagonal screws. Its dial features the famous PP Hexagon logo and features hands and indexes treated with SuperLuminova, ensuring excellent visibility. The Swiss Made skeletonized automatic movement can be seen through an elegant sapphire crystal with anti-reflective coating. In addition, the transparent case back allows a clear view of its complex mechanics. Available in striking colors such as orange, transparent, green and smoked, the KING PHANTOM collection embodies power, prestige and the unmistakable Philipp Plein identity, a true statement of luxury and individuality.

Produzida na Suíça, com cristal de alta tecnologia e ultrarresistente, a coleção PHILIPP PLEIN KING PHANTOM ultrapassa os limites da inovação com estética ousada e materiais de ponta. O novo relógio vem em uma caixa geométrica de 46 mm, que possui oito parafusos hexagonais. Seu mostrador exibe o famoso logotipo PP Hexagon e conta com ponteiros e índices tratados com SuperLuminova, garantindo excelente visibilidade. O movimento automático esqueletizado, de origem Swiss Made, pode ser visto através de um elegante cristal de safira com revestimento antirreflexo. Além disso, o fundo transparente da caixa permite uma visão clara de sua complexa mecânica. Disponível em cores marcantes como laranja, transparente, verde e fumê, a coleção KING PHANTOM incorpora poder, prestígio e a inconfundível identidade Philipp Plein, uma verdadeira declaração de luxo e individualidade.



Crypto King: fearless, futuristic, unparalleled

Crypto King: sem medo, futurista, incomparável

For 2025, the iconic CRYPTO KING collection returns with a trio of striking new colours, reinforcing its powerful presence in the world of luxury watchmaking. The 55 x 45 mm tonneau case of the CRYPTO KING watch stands out with its vibrant colours of orange, emerald green and deep blue, making it a striking piece of style and craftsmanship. The dial features a double layer with the iconic 3D Skull design. This timepiece is equipped with a sophisticated Swiss Made automatic movement, whose complex mechanics can be seen through a double-domed sapphire crystal with anti-reflective coating, as well as a transparent case back.

The collection highlights transparency with its famous transparent hexagonal cage on the side of the case, which adds a special touch to the design. The CRYPTO KING is a true expression of futuristic innovation, uniting innovative aesthetics with high-quality watchmaking.

Para 2025, a icônica coleção CRYPTO KING retorna com um trio de novas e notáveis cores, reforçando sua poderosa presença no mundo da relojoaria de luxo. A caixa tonneau de 55 x 45 mm do relógio CRYPTO KING se destaca com suas cores vibrantes de laranja, verde esmeralda e azul profundo, fazendo dele uma peça marcante de estilo e artesanato. O mostrador possui uma camada dupla com o icônico design 3D Skull. Este relógio é equipado com um sofisticado movimento automático Swiss Made, cuja complexa mecânica pode ser vista através de um cristal de safira com cúpula dupla e revestimento antirreflexo, além de um fundo transparente na caixa.

A coleção destaca a transparência com sua famosa gaiola hexagonal transparente na lateral da caixa, que traz um toque especial ao design. O CRYPTO KING é uma verdadeira expressão de inovação futurista, unindo uma estética inovadora com uma relojoaria de alta qualidade.

Diamond Queen: brilliant diamonds, timeless prestige

Diamond Queen: diamantes brilhantes, prestígio atemporal

The new DIAMOND QUEEN embodies the essence of refined elegance, blending precision, sophistication and radiant luxury. Housed in a delicately sculpted tonneau case, this masterpiece is crowned with 42 dazzling diamonds weighing a total of 6.80 ct., further enhancing the beauty of the timepiece. Powered by a precise Swiss Made quartz movement, the dial features a detailed design, decorated with an elegant geometric pattern. The prominent Roman numerals and the famous PP hexagonal logo help reinforce the unique identity of the collection. The seconds hand, which is also hexagonal in shape, moves smoothly, reflecting the hexagonal motif that is subtly present on the case and bracelet, resulting in a pleasing visual symmetry.

All Philipp Plein watches will soon be available for pre-order in selected boutiques around the world and online. In Brazil, the pieces can be found at the Philipp Plein store, in VillageMall, in Rio de Janeiro. ^{TW}

O novo DIAMOND QUEEN incorpora a essência da elegância refinada, misturando precisão, sofisticação e luxo radiante. Alojado em uma caixa *tonneau* delicadamente esculpida, esta obra-prima é coroada com 42 diamantes deslumbrantes que pesam um total de 6,80 ct., realçando ainda mais a beleza do relógio. Equipado com um preciso movimento de quartzo *Swiss Made*, o mostrador apresenta um design detalhado, decorado com um elegante padrão geométrico. Os algarismos romanos em destaque e o famoso logotipo hexagonal da PP ajudam a reforçar a identidade única da coleção. O ponteiro de segundos, que também tem formato hexagonal, se move suavemente, refletindo o motivo hexagonal que está sutilmente presente na caixa e na pulseira, resultando em uma simetria visual agradável.

Todos os relógios *Philipp Plein* estarão disponíveis em breve para pré-encomenda em boutiques selecionadas ao redor do mundo e online. No Brasil, as peças poderão ser encontradas na loja Philipp Plein, no VillageMall, no Rio de Janeiro. ^{TW}

Find out
more:
Saiba
mais



ODGERS BERNDTSON

Consultoria Estratégica com foco em **capital humano** que se destaca pela diferenciação nos serviços prestados aos seus clientes que vão muito além da “seleção de executivos”.

Uma **busca de executivos bem-sucedida** requer análise rigorosa, criatividade, profunda experiência setorial, lógica e julgamento experiente.

Fornecemos às organizações as **ferramentas** para identificar, atrair e desenvolver equipes de liderança excepcionais.

15 sócios no Brasil, com ampla expertise em todas as práticas



Mais de **1.100 sócios** e executivos em **50 setores**

66 escritórios em **32 países**

58 anos atuando na seleção de executivos **C-Level**

Executive Search Top e Middle Management | Recrutamento e Avaliação de Conselhos de Administração ou Consultivos | Assessment | Desenvolvimento da Liderança | Interim Management | Estratégias Organizacionais | Team Building



Aponte a câmera do seu celular para o QR Code e tire suas dúvidas com os nossos Sócios.

ODGERS BERNDTSON BRASIL

Rua do Rócio, 350 – 1º andar - Vila Olímpia - São Paulo – SP, Brasil

Tel: + 55 11 2147-0450

solutions@odgersberndtson.com.br

Tunisia stands out as the main destination for authentic experiences and consolidates itself in the tourism market and as the choice of tourists in Latin America

Tunísia se destaca como o principal destino de experiências autênticas e se consolida no mercado turístico e na escolha do turista da América Latina

Sidi Bou Said, the blue and white city on the Mediterranean/
a cidade azul e branca no Mediterrâneo

With its first participation in the World Travel Market Latin America, Tunisia recorded a 16% growth in the tourist flow of Brazilian travelers compared to 2023, confirming the dynamism of this market and the potential for strengthening connections between the two countries

Com sua primeira participação no World Travel Market Latin America, a Tunísia registrou um crescimento de 16% no fluxo turístico de viajantes brasileiros em relação a 2023, confirmando o dinamismo desse mercado e o potencial de fortalecimento das conexões entre os dois países

For the first time, Tunisia was present at the World Travel Market Latin America (WTM LATAM), the main B2B event for the tourism sector in Latin America, which took place from April 14 to 16 in São Paulo. The official delegation was led by the Director General of the Office National du Tourisme Tunisien (ONTT), Mr. Mehdi Haloui, and included the participation of several Tunisian inbound agencies specializing in the cultural, historical, wellness, luxury and adventure segments.

This debut comes at a decisive moment. In 2024, Tunisia recorded a 16% growth in the flow of Brazilian travelers compared to 2023, confirming the dynamism of this market and the

Pela primeira vez, a Tunísia marcou presença na World Travel Market Latin America (WTM LATAM), o principal evento B2B do setor de turismo na América Latina, que aconteceu de 14 a 16 de abril em São Paulo. A delegação oficial foi liderada pelo Diretor Geral do Office National du Tourisme Tunisien (ONTT), Sr. Mehdi Haloui, e contou com a participação de várias agências receptivas tunisianas especializadas nos segmentos cultural, histórico, bem-estar, luxo e aventura.

Essa estreia acontece em um momento decisivo. Em 2024, a Tunísia registrou um crescimento de 16% no fluxo turístico de viajantes brasileiros em relação a 2023, confirmando o dinamismo desse



Cityscape with minaret of mosque/
Paisagem urbana com minarete de mesquita in/em Bizerte



potential for strengthening connections between the two countries. The scenario is encouraging and reinforces Latin America's growing interest in the destination. "Tunisia's participation in WTM LATAM is a strategic showcase. It goes beyond promoting the tourist destination: it is an opportunity to strengthen economic and cultural ties between Brazil and Tunisia. This is the ideal moment to showcase the diversity and potential of our country to new Latin American partners," said Tunisia's Ambassador to Brazil, Mr. Nabil Lakhal.

After several years of institutional silence, Tunisia is returning with a new, sensitive, human and impactful tourism campaign, marking a new era: an authentic, essential Tunisia, free from clichés. The country is currently experiencing an unprecedented tourism renaissance, registering remarkable growth. In an increasingly fast-paced world, in which more than 70% of people want to slow down, Tunisia presents itself as a natural refuge, ideal for breathing, feeling and reconnecting. The new campaign, launched under the creative concept "Live Your Time, Live It in Tunisia", makes a clear promise: simplicity, emotion and authenticity. A Tunisia exactly as it is, without further ado, precisely corresponding

mercado e o potencial de fortalecimento das conexões entre os dois países. O cenário é animador e reforça o interesse crescente da América Latina pelo destino. "A participação da Tunísia na WTM LATAM é uma vitrine estratégica. Vai além da promoção do destino turístico: é uma oportunidade para fortalecer os laços econômicos e culturais entre Brasil e Tunísia. Este é o momento ideal para mostrar a diversidade e o potencial do nosso país a novos parceiros latino-americanos," afirmou o Embaixador da Tunísia no Brasil, Sr. Nabil Lakhal.

Após vários anos de silêncio institucional, a Tunísia regressa com uma nova campanha turística sensível, humana e impactante, marcando uma nova era: uma Tunísia autêntica, essencial e livre de clichês. O país vive atualmente um renascimento turístico sem precedentes, registrando um crescimento notável. Em um mundo cada vez mais acelerado, em que mais de 70% das pessoas desejam abrandar o ritmo, a Tunísia apresenta-se como um refúgio natural, ideal para respirar, sentir e reconectar-se. A nova campanha, lançada sob o conceito criativo "Viva o seu Tempo, viva-o na Tunísia", faz uma promessa clara: simplicidade, emoção e autenticidade. Uma Tunísia exatamente como ela é, sem mais nem menos, correspondendo precisamente ao que cada viajante procura. Esta

Tozeur - an oasis and a city in south west Tunisia/ um oásis e uma cidade no sudoeste da Tunísia

ADOBE STOCK



to what each traveler is looking for. This initiative has been running since February 2025, with a multi-channel strategy covering 16 international markets, integrating videos, social media, press, events and a modern and visible urban presence. With this campaign, Tunisia aims to win the hearts of international travelers, not with grandiose promises, but through sincere moments. It does not sell illusions, it offers experiences that are lived, breathed and felt.

Tunisia and Brazil: a growing tourism dynamic

Tunisia continues to gain visibility and attractiveness in the Brazilian market. In 2024, around 5,000 Brazilian travelers visited the country, representing a 23% increase compared to 2023. This growth reflects the growing interest in a cultural, authentic and welcoming destination, off the beaten track. Another revealing fact: more than 87% of arrivals occur in the low season, with 38% concentrated in the mid and high season - which demonstrates the potential of Brazilian travelers to balance the tourist flow throughout the year. Tunisia is mainly accessed by air: 98% of Brazilian tourists arrive by plane, taking advantage of the country's strategic location, around a two-hour flight from the main European capitals.

iniciativa está em curso desde fevereiro de 2025, com uma estratégia multicanal que abrange 16 mercados internacionais, integrando vídeos, redes sociais, imprensa, eventos e uma presença urbana moderna e visível. Com esta campanha, a Tunísia pretende conquistar os corações dos viajantes internacionais, não com promessas grandiosas, mas através de momentos sinceros. Não vende ilusões, oferece experiências vividas, respiradas e sentidas.

Tunísia e Brasil: uma dinâmica turística em plena ascensão

A Tunísia continua ganhando visibilidade e atratividade no mercado brasileiro. Em 2024, cerca de 5.000 viajantes brasileiros visitaram o país, representando um aumento de 23% em relação a 2023. Esse crescimento reflete o interesse crescente por um destino cultural, autêntico e acolhedor, fora dos circuitos convencionais. Outro dado revelador: mais de 87% das chegadas ocorrem na baixa temporada, sendo 38% concentradas na média e alta estação - o que demonstra o potencial do viajante brasileiro para equilibrar o fluxo turístico ao longo do ano. A Tunísia é principalmente acessada por via aérea: 98% dos turistas brasileiros chegam de avião, aproveitando a localização estratégica do país, a cerca de duas horas de voo das principais capitais europeias.

Despite the absence of direct flights between Brazil and Tunisia, the country is studying ways to facilitate access via European connections, through agreements with operators and airlines. The idea is to develop combined and themed packages – cultural, historical, wellness or adventure – that enhance the traveler's experience and promote synergies between the two continents. "The Brazilian and Latin American markets play a strategic role in extending the tourist season in Tunisia. Operators are mobilized, and the goal is to guarantee complete experiences for travelers – from reception to service, with authenticity and quality," highlighted Mehdi Haloui, General Director of ONTT.

In terms of accommodation, the number of overnight stays increased by 80% in 2024. 90% of stays are recorded in 4 and 5-star hotels, reflecting a clear preference for high-standard services. The most visited cities continue to be Tunis, Hammamet, Sousse and Monastir, which together account for three-quarters of the nights booked.

Behavior of Brazilian tourists in Tunisia:

- Average length of hotel stay: 5.5 days
- Mobility index: 1.2 (most visitors travel through at least two routes or regions)

"Brazilian tourists value soulful experiences that connect them with the present and awaken real emotions. Tunisia offers this possibility: a country of contrasts, between tradition and modernity, where time slows down and travelers reconnect," commented Leila Tekaia, marketing director responsible for developing the Brazilian market. This initial phase of rapprochement with the Brazilian market is part of a broader strategy of diversification and conquering new source markets, and paves the way for structured partnerships — mainly in the airline industry — that could consolidate this flow as permanent and sustainable. "Brazil is more than a promising market. It is a partner with a Latin soul, which shares our taste for culture, hospitality and joy of life. We are committed to a strong, lasting and two-way exchange." - Sofiane Tekaya, Minister of Tourism of Tunisia.

Apesar da ausência de voos diretos entre o Brasil e a Tunísia, o país estuda formas de facilitar o acesso via conexões europeias, através de acordos com operadores e companhias aéreas. A ideia é desenvolver pacotes combinados e temáticos -culturais, históricos, bem-estar ou aventura- que valorizem a experiência do viajante e promovam sinergias entre os dois continentes. "O mercado brasileiro e latino-americano tem um papel estratégico para o prolongamento da temporada turística na Tunísia. Os operadores estão mobilizados, e o objetivo é garantir experiências completas aos viajantes — da recepção ao serviço, com autenticidade e qualidade," destacou Mehdi Haloui, Diretor Geral do ONTT.

No quesito hospedagem, o número de pernoites aumentou 80% em 2024. 90% das estadias são registradas em hotéis de 4 e 5 estrelas, refletindo uma clara preferência por serviços de alto padrão. As cidades mais visitadas continuam sendo Túnis, Hammamet, Sousse e Monastir, que juntas concentram três quartos das noites reservadas.

Comportamento do turista brasileiro na Tunísia:

- Duração média da estadia hoteleira: 5,5 dias
- Índice de mobilidade: 1,2 (a maioria dos visitantes realiza pelo menos dois percursos ou regiões)

"O turista brasileiro valoriza experiências com alma, que o conectam com o presente e despertam emoções reais. A Tunísia oferece essa possibilidade: um país de contrastes, entre tradição e modernidade, onde o tempo desacelera e o viajante se reconecta," comentou Leila Tekaia, diretora de marketing responsável pelo desenvolvimento do mercado brasileiro. Essa fase inicial de aproximação com o mercado brasileiro se insere numa estratégia mais ampla de diversificação e conquista de novos mercados emissores, e prepara o terreno para parcerias estruturadas — principalmente no setor aéreo — que poderão consolidar esse fluxo como permanente e sustentável. "O Brasil é mais do que um mercado promissor. É um parceiro de alma latina, que compartilha conosco o gosto pela cultura, pela hospitalidade e pela alegria de viver. Apostamos num intercâmbio forte, duradouro e de mão dupla." - Sofiane Tekaya, Ministro do Turismo da Tunísia.

IN 2024,
AROUND 5,000
BRAZILIAN
TRAVELERS
VISITED THE
COUNTRY,
REPRESENTING A
23% INCREASE
COMPARED
TO 2023

Check out the exclusive interview with:/Confira a entrevista exclusiva com:

Sofiane Tekaya

Appointed Minister of Tourism by the President of the Republic of Tunisia, Kais Saied, on August 25, 2024, Mr. Sofiane Tekaya, an engineer by training, has held the position of Project Manager in the General Directorate of the National Crafts Office since November 2022

Nomeado Ministro do Turismo pelo Presidente da República da Tunísia, Kais Saied, em 25 de agosto de 2024, o Sr. Sofiane Tekaya, engenheiro de formação, ocupa, desde novembro de 2022, o cargo de Gerente de Projetos na Direção Geral do Escritório Nacional de Artesanato

The Winners – What are the relations between Brazil and Tunisia at the moment?

Sofiane Tekaya – Relations between Brazil and Tunisia are experiencing a period of renewal and dynamism. We share common values of dialogue, sustainable development and the promotion of cultural diversity. In 2025, we will see an intensification of institutional and economic exchanges, with emphasis on the areas of trade and tourism.

TW – 2024 was a good year between the countries, with the reactivation of the Brazil-Tunisia Business Council. How do you see the commercial opportunities between the countries?

ST – The reactivation of the Brazil-Tunisia Business Council marks a new stage in the relations between our countries. And tourism plays a fundamental role in this process: it is the living showcase of everything that Tunisia can offer in terms of culture, hospitality, innovation and opportunities. When we promote Tunisia as a destination, we are also promoting its economic potential, its stability, its human capital and its strategic advantages. Today's tourist is often tomorrow's investor. Brazil, with its expertise in areas such as agribusiness, renewable energy and innovation, finds in

The Winners – Quais são as relações entre o Brasil e a Tunísia neste momento?

Sofiane Tekaya – As relações entre o Brasil e a Tunísia vivem um momento de renovação e dinamismo. Compartilhamos valores comuns de diálogo, desenvolvimento sustentável e promoção da diversidade cultural. Em 2025, observamos uma intensificação das trocas institucionais e econômicas, com destaque para as áreas de comércio e turismo.

TW – 2024 foi um bom ano entre os países, com a reativação do Conselho Empresarial Brasil-Tunísia. Como o senhor enxerga as oportunidades comerciais entre os países?

ST – A reativação do Conselho Empresarial Brasil-Tunísia marca uma nova etapa nas relações entre nossos países. E o turismo tem um papel fundamental nesse processo: é a vitrine viva de tudo o que a Tunísia pode oferecer em termos de cultura, hospitalidade, inovação e oportunidades. Quando promovemos a Tunísia como destino, também estamos promovendo seu potencial econômico, sua estabilidade, seu capital humano e suas vantagens estratégicas. O turista de hoje é muitas vezes o investidor de amanhã. O Brasil, com sua expertise em áreas como agroindústria, energias renováveis e inovação, encontra na Tunísia uma plataforma de acesso pri-



PICTURE RELEASE

IN 2025, WE
WILL SEE AN
INTENSIFICATION
OF INSTITUTIONAL
AND ECONOMIC
EXCHANGES,
WITH EMPHASIS
ON THE AREAS
OF TRADE
AND TOURISM

Tunisia a privileged platform for access to the African, European and Arab markets. We see tourism as a suitable channel to facilitate these bridges, inspire confidence and encourage new lasting commercial and cultural partnerships. In this spirit, a mission of Brazilian business people will visit Tunisia in the first half of 2025, which symbolizes the growing interest in our business ecosystem. In addition, Tunisia will be present at the next edition of the APAS Show, in São Paulo, further consolidating its strategy of approaching the Brazilian market.

TW – In 2024, Tunisia recorded a 16% growth in the flow of Brazilian travelers compared to 2023. How do you evaluate the delegation's experience at the World Travel Market Latin America 2025 event?

ST – Tunisia's participation in WTM Latin America 2025 is historic and strategic. For the first time, the country is officially present at this, the main B2B tourism event in Latin America. The delegation came motivated and

vilegiado aos mercados africano, europeu e árabe. Vemos no turismo um canal propício para facilitar essas pontes, inspirar confiança e incentivar novas parcerias comerciais e culturais duradouras. Neste espírito, uma missão de empresários brasileiros visitará a Tunísia ainda no primeiro semestre de 2025, o que simboliza o crescente interesse pelo nosso ecossistema de negócios. Além disso, a Tunísia marcará presença na próxima edição da APAS Show, em São Paulo, consolidando ainda mais sua estratégia de aproximação com o mercado brasileiro.

TW – Em 2024, a Tunísia registrou um crescimento de 16% no fluxo turístico de viajantes brasileiros em relação a 2023. Como o senhor avalia a experiência da delegação no evento World Travel Market Latin America 2025?

ST – A participação da Tunísia na WTM Latin America 2025 é histórica e estratégica. Pela primeira vez, o país está presente oficialmente neste que é o principal evento B2B do turismo na América Latina. A delegação veio motivada e com uma agenda concreta: promover a diversidade da oferta turística



PICTURE RELEASE

A SUA EMPRESA ESTÁ NA DIREÇÃO *certa?*

Conheça a nossa
mentoria - acessível
às pequenas e
médias empresas que
buscam revitalizar
e modernizar
sua gestão.



BRA + 55 11 983540666

✉ jr@jrbenites.com

📷 jrbenitesboardadvisory

USA + 1 214 499 6061

🖱 www.jrbenites.com

🌐 jrbenites



Public square of Tunis, national monument and city hall/
Praça pública de Túnis, monumento nacional e prefeitura



with a specific agenda: to promote the diversity of Tunisia's tourism offering and to consolidate partnerships with operators, airlines and specialized media. The 16% growth in Brazilian tourist arrivals compared to 2023 - and more than 70% compared to 2019 - is a clear sign of growing and sustained interest. Our presence at WTM seeks precisely to respond to this demand, presenting a renewed, welcoming and authentic image of Tunisia, ready to welcome more and more Latin American visitors.

TW – How do you see this relationship in 30 years?

ST – We imagine an even stronger relationship, based on trust, cultural exchange and sustainable economic ties. The connected youth of both countries, the growing mutual interest and the global challenges we share point to an increasingly strategic cooperation. Our goal is to achieve, well before the next 30 years, more air connections, more joint educational projects and an intense flow of tourism between Brazilians and Tunisians — in both directions. We are moving towards a modern, sustainable and mutually beneficial partnership. **TW**

tunisiana e consolidar parcerias com operadores, companhias aéreas e mídia especializada. O crescimento de 16% nas chegadas de turistas brasileiros em relação a 2023 - e de mais de 70% em comparação com 2019. É um sinal claro de que há um interesse crescente e sustentado. Nossa presença na WTM busca justamente responder a essa demanda, apresentando uma imagem renovada, acolhedora e autêntica da Tunísia, pronta para receber cada vez mais visitantes latino-americanos.

TW – Como o senhor enxerga essa relação daqui a 30 anos?

ST – Imaginamos uma relação ainda mais sólida, baseada na confiança, no intercâmbio cultural e em laços econômicos sustentáveis. A juventude conectada dos dois países, o crescente interesse mútuo e os desafios globais que partilhamos apontam para uma cooperação cada vez mais estratégica. Nosso objetivo é alcançar, bem antes dos próximos 30 anos, mais conexões aéreas, mais projetos educacionais conjuntos e um fluxo turístico intenso entre brasileiros e tunisianos — em ambos os sentidos. Caminhamos para uma relação de parceria moderna, sustentável e de benefício mútuo. **TW**



Using Demanda Pesquisas services is comparable to having a co-pilot with over 7,000 hours of flying experience.

Our specialty is predicting turbulence, thus helping you steer your company via the safest routes.

Our experienced team has helped over 800 important Brazilian, European, and North American corporations to carry out landings and takeoffs in complete safety.

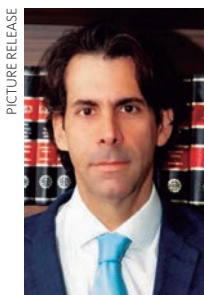
We have undertaken more than 7,000 studies with the objective of guiding towards better decisions.

Find out more about which types of surveys we can offer on your next trips.



Talk to Silvio Pires de Paula
silvio@demanda.com.br - tel.: +55 11 3218-8000 - www.demanda.com.br

Bernardo Bicalho de Alvarenga Mendes
and/e Gustavo Ferreira Morici



BERNARDO BICALHO DE ALVARENGA MENDES

Business Administrator with a focus on Foreign Trade, Lawyer specialized in Mining Law, working for mining companies such as ArcelorMittal, Vale, Gerdau and Samarco. Partner at Bernardo Bicalho Advogados / bernardo@bernardobicalho.com.br

Administrador de Empresas com ênfase em Comércio Exterior, Advogado especializado em Direito Minerário, com atuação em mineradoras como ArcelorMittal, Vale, Gerdau e Samarco. Sócio de Bernardo Bicalho Advogados / bernardo@bernardobicalho.com.br

The Brazilian mining scenario with Trump’s economic tariffs

O cenário da mineração brasileira com as tarifas econômicas de Trump

On April 2, 2025, nicknamed “American Liberation Day,” US President Donald Trump announced his new economic policy of reciprocal tariffs, implementing import taxes on products from more than 180 countries. The measure aims to strengthen internal autonomy by reducing the import of foreign products. For Brazil, the tax set was 10%, the minimum rate implemented by the measure. However, from the perspective of Brazilian mining, such imposition will not prosper due to the higher tariff imposed. In February of this year, Trump signed a decree, in effect since March, which establishes a specific tariff of 25% for steel and aluminum imports into the country. Brazil, which is a large producer of iron ore, a raw material for steel production, is harmed by the measure. This is because the trade relationship with the North American country was significant, with the US purchasing 49% of the total steel exported by Brazil in 2022, according to the Brazilian Steel Institute. As for aluminum, the dependence is lower, with the United States purchasing 15% of Brazilian exports in 2023, according to data from the Brazilian Aluminum Association.

With the increase in the price of the product for the United States, a reduction in Brazilian exports to the country is expected, leading to an increase in supply in the domestic market. This is a delicate situation and, if the surplus product is not absorbed internally, it will have a major impact on Brazilian mining. This is

No dia 02/04/2025, apelidado de “Dia da Libertação Americana”, o presidente norte-americano Donald Trump anunciou sua nova política econômica de tarifação recíproca, implementando taxas de importação sob produtos de mais de 180 países. A medida visa fortalecer a autonomia interna, reduzindo a importação de produtos estrangeiros. Para o Brasil, a imposição fixada foi de 10%, taxa mínima implementada pela medida. Contudo, sob o viés da mineração brasileira, tal imposição não irá prosperar em razão de tarifa superior imposta. Em fevereiro do corrente ano, Trump assinou um decreto, vigente desde março, que estabelece tarifação específica de 25% para as importações de aço e alumínio no país. O Brasil, que é grande produtor de minério de ferro, matéria prima para produção de aço, se vê prejudicado com a medida. Isso porque a relação comercial com país norte-americano era significativa, tendo os EUA comprado 49% do total de aço exportado pelo Brasil no ano de 2022, segundo o Instituto Aço Brasil. Quanto ao alumínio, a dependência é menor, sendo os estadunidenses compradores de 15% das exportações brasileiras em 2023, conforme dados da Associação Brasileira do Alumínio.

Com o encarecimento do produto para os norte-americanos, prevê-se a redução das exportações brasileiras para o país, fazendo com que haja um aumento da oferta no mercado interno. Situação delicada e que, caso o produto excedente não seja absorvido internamente, causará grandes impactos à mineração brasileira. Isso porque as

because Brazilian companies that export their production will have to redirect their product to the domestic market, while companies that do not focus on exports will have to deal with the increased supply of the product, which will lead to price reductions and a likely reduction in revenue. It should be noted that the reduction in revenue from Brazilian mining could cause major losses to the Brazilian economy, such as mass unemployment in the sector and a direct impact on GDP. The viable and ideal solution for Brazil would be to find new trading partners to absorb the steel and aluminum exports previously destined for the United States. It is worth noting that Trump’s tariffs on “American Liberation Day” have been harshly criticized by leaders around the world. Therefore, given the likely economic retaliation against the country, it is expected that the tariff measure will be reduced, which may also result in a reduction in the specific import tax on steel and aluminum. **TW**

empresas brasileiras que destinam sua produção à exportação, terão que redirecionar seu produto ao mercado nacional, enquanto as empresas que não possuem foco na exportação, terão de lidar com o aumento da oferta do produto, que ocasiona a redução de preços e a provável redução de faturamento. Salienta-se que a redução de faturamento da mineração brasileira poderá trazer grandes prejuízos à economia brasileira, como o desemprego em massa no setor e impacto direto no PIB. A solução viável e ideal para o Brasil seria encontrar novos parceiros comerciais que absorvam as exportações de aço e alumínio anteriormente destinadas aos EUA. Frisa-se que a tarifação de Trump no “Dia da Libertação Americana” tem sido duramente criticada por líderes ao redor do globo. Dessa maneira, diante de prováveis represálias econômicas ao país, espera-se que a medida de tarifação seja reduzida, podendo ocasionar também a redução da taxa específica de importação de aço e alumínio. **TW**



AI | PREMIUM FREEPIK



GUSTAVO FERREIRA MORICI

Lawyer specializing in Procedural Law, member of Bernardo Bicalho Advogados, a firm specializing in Mineral Law and Business Law

Advogado especialista em Direito Processual, integrante do Bernardo Bicalho Advogados, escritório especializado em Direito Mineral e Direito Empresarial

Leulseged
Tadesse Abebe,
Ambassador
Extraordinary and
Plenipotentiary
of Ethiopia
in Brazil/
Embaixador
Extraordinário e
Plenipotenciário
da Etiópia
no Brasil



IMAGES: GREGORY GRIGORAGI

Brazil and Ethiopia meet with authorities and businesspeople in São Paulo to discuss trade and investment possibilities

Brasil e Etiópia se reúnem autoridades e empresários em São Paulo para debater a possibilidades de comércio e investimentos

The Ethiopia-Brazil Business and Investment Promotion Forum promoted a meeting for discussions and networking between the countries

O Fórum de Promoção de Negócios e Investimentos Etiópia-Brasil, promoveu um encontro de discussões e networking entre os países

On April 8, 2025, the Ethiopian Embassy in Brazil hosted the Ethiopia-Brazil Business and Investment Promotion Forum, with the theme: “Promoting Ethiopia’s untapped investment, trade and tourism potential”. The event took place at the WTC Business Center in São Paulo, bringing together several authorities and names from the entrepreneurship and global consulate.

The event highlighted how the country has one of the most dynamic economies in Africa, with the second largest population on the continent (over 126 million inhabitants), an economy with strong investment in infrastructure, industry and energy, a strategic hub in the Horn of Africa region – with privileged access to the African and Middle Eastern markets, and is recognized worldwide for its production of coffee, textiles and pharmaceuticals, as well as a growing tourism industry. In 2023, the country became a member of BRICS and highlighted its historical relationship with Brazil, highlighting the importance of taking this connection to a new level. In a symbolic and unprecedented gesture, three references in the promotion of Brazil-Africa

No dia 8 de abril de 2025, a Embaixada da Etiópia no Brasil promoveu o Fórum de Promoção de Negócios e Investimentos Etiópia-Brasil, com o tema: “Promovendo o potencial inexplorado de investimento, comércio e turismo da Etiópia”. O evento aconteceu no WTC Business Center, em São Paulo, reunindo diversas autoridades e nomes do empreendedorismo e do consulado global.

O evento trouxe à tona como o país possui uma das economias mais dinâmicas na África, sendo a segunda maior população do continente (mais de 126 milhões de habitantes), uma economia com forte investimento em infraestrutura, indústria e energia, um polo estratégico na região do Chifre da África – com acesso privilegiado ao mercado africano e do Oriente Médio, sendo reconhecida mundialmente por sua produção de café, têxteis e farmacêuticos e com um turismo em ascensão. O país tornou-se, em 2023, membro do BRICS e destacou sua relação histórica com o Brasil, trazendo a importância de elevar esta conexão a um novo patamar. Em um gesto simbólico e inédito, estiveram reunidas no mesmo espaço três referências na promoção das relações Brasil-África,

The Ethiopian
delegation, secretaries,
consuls and
businessmen gathered
in São Paulo
for the event/
A Delegação etíope,
secretários, cônsules
e empresários se
reuniram em São Paulo
para o evento



relations were brought together in the same space, each working in different institutions, but with the same purpose: Prof. João Bosco Monte - President of the Brazil Africa Institute, Paulo Pan - Senior Business Advisor for Africa and Rui Mucaje - President of AfroChamber.

The ceremony began with the opening remarks by Demisew Kebede, Director of Latin American Affairs at the Ethiopian Ministry of Foreign Affairs, and continued with welcoming remarks by Leulseged Tadesse Abebe, Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of Ethiopia to Brazil. “If you do business in Ethiopia, you are doing business with the entire African continent. We want to form true partnerships to make a difference and nurture this historic partnership with Brazil to another level,” said Abebe. Next,

cada um atuando em instituições distintas, mas com o mesmo propósito: Prof. João Bosco Monte - Presidente do Instituto Brasil África, Paulo Pan - Sênior Business Advisor for Africa e Rui Mucaje - Presidente da AfroChamber.

A solenidade deu início com a abertura de Demisew Kebede, Diretor de Assuntos para a América Latina do Ministério das Relações Exteriores da Etiópia, e seguiu com as palavras de boas vindas de Leulseged Tadesse Abebe, Embaixador Extraordinário e Plenipotenciário da Etiópia no Brasil. “Se você faz negócios na Etiópia, você está fazendo com todo o continente africano. Desejamos formar verdadeiras parcerias para fazer a diferença e alimentar essa parceria histórica com o Brasil para um outro nível”, afirmou Abebe. Em seguida, o Embaixador Antonio Cesar, Diretor de Assuntos Afri-



Ambassador Antonio Cesar, Director of African Affairs at Itamaraty, took the floor to recall the importance of this relationship with both countries being members of BRICS: “with direct flights and strong relations, Ethiopia is a symbol of how Africa and the country itself are regarded by Brazil and its businesspeople. Meetings of this kind foster trade and we need to continue doing more, connecting our people, who can, in fact, change the numbers and achieve concrete feats,” he recalled.

Then, Samo Tosatti, Head of International Affairs for the Government of the State of São Paulo, also highlighted the importance of BRICS for this relationship: “We have had diplomatic relations since 1951 and I see Ethiopia as one of our main trading partners. We agree on global governance, we support multilateral business and both countries are founders of the United Nations and members of BRICS. And it is São Paulo’s perspective that BRICS continues to be this platform where members can create economic ties, without opposing anyone.” Tosatti also highlighted how the state of São Paulo is fundamental in this process: “Having these direct flights between São Paulo and Ethiopia makes a huge difference when it comes to tourism, trade and investment. São Paulo is the only place where the power of Ethiopians can be leveraged in these



canos do Itamaraty, tomou a palavra para lembrar a importância desta relação com ambos os países sendo membros do BRICS: “possuindo voos diretos e relações fortificadas, a Etiópia é um símbolo de como a África e o próprio país são considerados pelo Brasil e por seus empresários. Reuniões deste gênero fomentam o comércio e precisamos continuar fazendo mais, conectando nossas pessoas, que, de fato, conseguem mudar os números e realizar feitos concretos”, lembrou.

Em seguida, Samo Tosatti, Chefe de Assuntos Internacionais do Governo do Estado de São Paulo, também destacou a importância do BRICS para esta relação: “Temos relações diplomáticas desde 1951 e enxergo a Etiópia como um dos nossos principais parceiros comerciais. Concordamos sobre a governança global, defendemos os negócios multilaterais e ambos os países são fundadores das Nações Unidas e membros do BRICS. E é uma perspectiva de São Paulo, que o BRICS continue sendo esta plataforma onde membros possam criar laços econômicos, sem se opor a ninguém”. Tosatti também destacou como o estado de São Paulo é fundamental nesse processo: “Ter estes voos diretos entre São Paulo e Etiópia faz muita diferença quando se trata de turismo, comércios e investimentos. São Paulo é o único lugar onde a potência dos etíopes pode ser alavancada nesses setores, não somente porque somos o estado

1
Ambassador Yohanes Fanta, Director of General of Economic Diplomacy of the Office of the Minister of State for Foreign Affairs/
Embaixador Yohanes Fanta, Diretor Geral de Diplomacia Econômica do Gabinete do Ministro de Estado das Relações Exteriores

2
Ambassador Antonio Cesar, Director of African Affairs at Itamaraty/
Embaixador Antonio Cesar, Diretor de Assuntos Africanos do Itamaraty



1
Demisew Kebede,
Director of Latin
American Affairs at the
Ethiopian Ministry of
Foreign Affairs/
Diretor de Assuntos
para a América Latina
do Ministério das
Relações Exteriores
da Etiópia

2
Agostinho Turbian,
Honorary Consul of
Ethiopia in São Paulo/
Cônsul Honorário
da Etiópia em
São Paulo

sectors, not only because we are the richest state in the nation, but because we have the capital, the best human resources, the best technology and innovations, a large consumer market and, of course, the best and strongest educational and research institutions", also suggesting the importance of having an Ethiopian consulate in São Paulo.

Ambassador Yohanes Fanta, Director General of Economic Diplomacy of the Office of the Minister of State for Foreign Affairs of Ethiopia, also spoke at the ceremony: "We have been together for more than 7 decades pursuing our common interests. This Forum serves to reposition our roles in business, investment and tourism. It is the beginning of closer and more fruitful cooperation".

Agostinho Turbian, Honorary Consul of Ethiopia in São Paulo – who was appointed in the first edition of the Forum, in 2024 – conveyed a message from Vice President and Minister Geraldo Alckmin about the event: "The Honorable Vice President of the Republic and Minister of Development, Industry, Commerce and Services, Dr. Geraldo Alckmin, has tasked me with conveying to everyone a fraternal embrace and best wishes at this meeting. At the same time, he reiterated his full support for the initiatives that embrace the ties and relationship between Ethiopia and Brazil. This meeting celebrates something greater than trade or investment: It celebrates the cooperation

mais rico da nação, mas porque temos o capital, os melhores recursos humanos, a melhor tecnologia e inovações, um grande mercado de consumo e claro, as melhores e mais fortes instituições de ensino e pesquisa", sugerindo também a importância de possuir um consulado etíope em São Paulo.

O Embaixador Yohanes Fanta, Diretor Geral de Diplomacia Econômica do Gabinete do Ministro de Estado das Relações Exteriores da Etiópia, também falou na solenidade: "Estamos juntos há mais de sete décadas buscando nossos interesses comuns. Este Fórum serve para reposicionar nossos papéis nos negócios, investimentos e no turismo. É o começo de uma cooperação mais estreita e proveitosa".

Agostinho Turbian, Cônsul Honorário da Etiópia em São Paulo – que foi nomeado na primeira edição do Fórum, em 2024 – transmitiu uma mensagem do vice-presidente e ministro Geraldo Alckmin sobre o evento: "O excelentíssimo senhor Vice-presidente da República e Ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Dr. Geraldo Alckmin, me incumbiu de transmitir a todos um fraterno abraço e os melhores votos neste encontro. Ao mesmo tempo em que reiterou o pleno apoio às iniciativas que abraçam os laços e relacionamento entre a Etiópia e o Brasil. Este encontro celebra algo maior do que comércio ou investimento: celebra a cooperação entre dois países irmãos, com histórias

between two sister countries, with rich histories, vibrant economies and a promising future ahead. Ethiopia is much more than a strategic country on the African continent: Ethiopia is the cradle of humanity. Of the 14 archaeological discoveries fundamental to the understanding of human evolution, at least 9 were found in Ethiopian territory. It is in Ethiopia that the history of humanity begins and it is there that it continues to live, with culture, identity and future. With over 120 million inhabitants, a strategic geographic location in the Horn of Africa, and a rapidly changing economy, Ethiopia is consolidating itself as one of the main growth hubs in Africa. At the same time, Brazil is also experiencing a decisive moment. Given the changes in the global scenario — especially in North America, with the United States redesigning its trade strategies — Brazil now has a unique window of opportunity: to diversify its relations, expand partnerships, and get closer to strategic countries, such as Ethiopia. Trade between Brazil and Ethiopia is still modest, but the potential is enormous. Brazil can offer: processed foods, machinery, agricultural technology, and medical equipment. Ethiopia, in turn, has much to share: textiles, minerals, leather, specialty coffee, natural products, and innovation. In addition, there is room for exchange. We are facing a concrete opportunity: to transform a historic and friendly relationship into a solid and

ricas, economias vibrantes e um futuro promissor pela frente. A Etiópia é muito mais do que um país estratégico no continente africano: A Etiópia é o berço da humanidade. Das 14 descobertas arqueológicas fundamentais para a compreensão da evolução humana, ao menos nove foram encontradas em território etíope. É na Etiópia que a história da humanidade começa e é lá que ela segue viva, com cultura, identidade e futuro. Com mais de 120 milhões de habitantes, uma posição geográfica estratégica no Chifre da África e uma economia em rápida transformação, a Etiópia se consolida como um dos principais polos de crescimento do continente. Ao mesmo tempo, o Brasil também vive um momento decisivo. Diante das mudanças no cenário global — especialmente na América do Norte, com os Estados Unidos redesenhando suas estratégias comerciais — o Brasil tem agora uma janela de oportunidade única: diversificar suas relações, ampliar parcerias, e se aproximar de países estratégicos, como a Etiópia. O comércio entre Brasil e Etiópia ainda é modesto, mas o potencial é enorme. O Brasil pode oferecer: alimentos processados, máquinas, tecnologia agrícola e equipamentos médicos. A Etiópia, por sua vez, tem muito a compartilhar: produtos têxteis, minérios, couro, café especial, produtos naturais e inovação. Além disso, há espaço para intercâmbio. Estamos diante de uma oportunidade concreta: transformar uma relação histórica e amistosa em uma parceria eco-

1
Professor João
Bosco Monte,
President of
the Brazil-Africa
Institute (IBRAF)
Presidente
do Instituto
Brasil-África (IBRAF)

2
Rui Mucaje,
president of/
presidente da
Afro-Chamber

3
Samo Tosatti,
Head of International
Affairs for the
Government of the
State of São Paulo/
Chefe de Assuntos
Internacionais do
Governo do Estado
de São Paulo



strategic economic partnership. The time is now. May this Forum not be just an event, but rather the beginning of a new era in relations between Brazil and Ethiopia. A time of trust, cooperation, and concrete results.”

After the opening ceremony, Ambassador Yohanes Fanta gave a presentation on Business and Investment Opportunities in Ethiopia, and the panel discussion ‘Exploring Investment and Business Opportunities in Ethiopia’ followed with the participation of Angela Vidal Gandra da Silva Martins, Secretary of International Relations for the City of São Paulo; Hailu Hurji, Area Manager for Ethiopian Airlines in Brazil and Latin America; Renato Solano, Global Fund for Food Security | Head of the International Investment Desk at Planner; Paulo Pan, Senior Business Consultant for Africa; and Masresha Endalew, Minister Counselor I for Business and Investment Promotion at the Embassy of Ethiopia.

After the Forum, participants were welcomed for a celebratory lunch, followed by business rounds, which provided strategic connections and the opening of new fronts for economic cooperation. **TW**

nômica sólida e estratégica. O momento é agora. Que este Fórum não seja apenas um evento, mas sim o início de um novo tempo nas relações entre Brasil e Etiópia. Tempo de confiança, cooperação e resultados concretos”.

Após a solenidade de abertura, o Embaixador Yohanes Fanta, trouxe uma apresentação sobre as Oportunidade de Negócios e Investimento na Etiópia, e o painel de discussão ‘A Exploração de Oportunidades de Investimento e Negócios na Etiópia’, seguiu com a participação de Angela Vidal Gandra da Silva Martins, Secretária de Relações Internacionais da Prefeitura de São Paulo; Hailu Hurji, Gerente de Área da Ethiopian Airlines no Brasil e na América Latina; Renato Solano, Fundo Global de Segurança Alimentar | Chefe da Mesa Internacional de Investimentos da Planner; Paulo Pan, Consultor Sênior de Negócios para a África e Masresha Endalew, Ministro Conselheiro de Promoção de Negócios e Investimentos na Embaixada da Etiópia

Após o Fórum, os participantes foram recebidos para um almoço de confraternização, seguido por rodadas de negócios, que proporcionaram conexões estratégicas e abertura de novas frentes de cooperação econômica. **TW**

1
Bernardo Bicalho,
Leulseged Tadese
Abebe and/e
Agostinho Turbian

2
Carlos Eduardo Cerri



1
Secretary/Secretária
Angela Gandra and/e
Tathiana Turbian

2
Sergio Rosset,
Consul of Namibia/
Cônsul da Namíbia
and/e
Agostinho Turbian

3
Hailu Hurji,
Angela Vidal Gandra
da Silva Martins,
Leulseged
Tadese Abebe,
Renato Solano,
Paulo Pan and/e
Masresha Endalew

TRAVEL

The Winners

Religious Tourism: Jubilee 2025

Turismo religioso: Jubileu 2025

St. Peter Cathedral,
Rome, Italy/Catedral de
São Pedro, Roma, Itália





ADOBE STOCK

Aerial view on Vatican and piazza, Italy
Vista aérea do Vaticano e da Praça, Itália

With the death of Pope Francis, the expectation of meeting his successor and the event considered one of the most important in Catholicism, more than 32 million pilgrims are expected in Rome and Brazil is expected to send a significant number of faithful to the city

Com a morte do Papa Francisco, a expectativa de conhecer seu sucessor e o evento considerado um dos mais importantes do catolicismo, mais de 32 milhões de peregrinos são esperados em Roma e o Brasil deverá enviar um número significativo de fiéis à cidade

**AQUI TEM
CREDIBILIDADE.
JORNALISMO
PÚBLICO DE
QUALIDADE.**



JORNAL DA TARDE
SEG A SEX | 12H00

JORNAL DA CULTURA
SEG A SÁB | 21H00

RODA VIVA
SEGUNDA | 22h00



THE GLOBAL
RELIGIOUS
TOURISM
MARKET SIZE
WAS VALUED
AT USD 254.3
BILLION IN
2023 AND IS
EXPECTED TO
GROW AT A
CAGR OF 15.3%
FROM 2024
TO 2030

According to a report by Grand View Research, the global religious tourism market size was valued at USD 254.3 billion in 2023 and is expected to grow at a CAGR of 15.3% from 2024 to 2030. Cultural and spiritual interests are driving demand for religious tourism, attracting travelers seeking deeper connections with their faith, heritage, and history. According to UNESCO, 60% of the world's population practices a religion, which constitutes the primary audience for religious tourism. Interest in this type of travel is significant, with 25% of travelers expressing a desire to participate in faith-based tourism. In 2025, the Jubilee will be one of the most important events of the Catholic Church, marking a holy year of pilgrimage, prayer, and spiritual renewal. Celebrated every 25 years since 1300, when it was instituted by Pope Boniface VIII, the Jubilee brings together believers from around the world in Rome for masses, processions, and confessions. The Congregation of Cardinals confirmed the holding of the Jubilee, despite the recent death of Pope Francis and the Conclave that will be formed after this event (the death occurred on April 21, during the closing of this edition). In total, Rome expects to receive around 32 million visitors throughout the year, consolidating the event as a landmark of faith and boosting the local economy.

De acordo com um relatório da Grand View Research, o tamanho do mercado global de turismo religioso foi avaliado em USD 254,3 bilhões em 2023 e deve crescer a uma taxa de 15,3% de 2024 a 2030. Interesses culturais e espirituais impulsionam a demanda por turismo religioso, atraindo viajantes que buscam conexões mais profundas com sua fé, herança e história. Segundo a UNESCO, 60% da população mundial pratica uma religião, o que constitui o público principal para o turismo religioso. O interesse por esse tipo de viagem é significativo, com 25% dos viajantes expressando o desejo de participar do turismo baseado na fé. Em 2025, o Jubileu será um dos eventos mais importantes da Igreja Católica, marcando um ano santo de peregrinação, oração e renovação espiritual. Celebrado a cada 25 anos desde 1300, quando foi instituído pelo Papa Bonifácio VIII, o jubileu reúne fiéis de todo o mundo em Roma para missas, procissões e confissões. A Congregação dos Cardeais confirmou a realização do Jubileu, apesar da recente morte do Papa Francisco e o Conclave que se formará após este ocorrido (a morte aconteceu no dia 21 de abril, durante o fechamento desta edição). No total, Roma espera receber cerca de 32 milhões de visitantes ao longo do ano, consolidando o evento como um marco de fé e impulsionando a economia local.



ADOBE STOCK



CONFIRA A EDIÇÃO DA VIDI
nas principais bancas digitais

Where to stay in Rome? | Onde ficar em Roma?

Hotel de Russie

A true Roman icon located on Via del Babuino, Rome's Oscar Freire, just off Piazza del Popolo, classic meets cosmopolitan at Hotel de Russie, Rocco Forte Hotels. A perennial favorite of artists and writers, stars and politicians, Hotel de Russie was dubbed "heaven on earth" by French poet Jean Cocteau in 1917, and the property's allure and charm continue to this day. The hotel's stunning Secret Garden, with rose, orange and pine trees, is a magical setting flanking Le Jardin de Russie Restaurant and Stravinskij Bar, which attracts jetsetters from

Um verdadeiro ícone romano localizado na Via del Babuino, o Oscar Freire de Roma, à beira da Piazza del Popolo, o clássico e o cosmopolita se reúnem no Hotel de Russie, Rocco Forte Hotels. Um eterno favorito de artistas e escritores, estrelas e políticos, o Hotel de Russie foi apelidado de "paraíso na terra" pelo poeta francês Jean Cocteau em 1917, e o fascínio e o charme da propriedade continuam até hoje. O deslumbrante Jardim Secreto do hotel, com roseiras, laranjeiras e pinheiros, é um ambiente mágico que ladeia o Restaurante Le Jardin de Russie e o Bar Stravinskij, que atrai jet-



around the world to sample the best aperitif in Rome. Always seeking to maintain the highest standard of design, Hotel de Russie has just renovated the presidential suite, the luxurious Nijinsky Suite. A two-bedroom sanctuary with expansive indoor and outdoor spaces, the suite features an eclectic mix of vintage Italian pieces and custom objects from across the country to create an environment that immerses guests in the comfort of their own Roman home.

setters de todo o mundo para experimentar o melhor aperitivo em Roma. Sempre buscando manter o mais alto padrão de design presente, o Hotel de Russie acabou de renovar a suíte presidencial, a luxuosa Suíte Nijinsky. Um santuário de dois quartos com amplos espaços internos e externos, a suíte conta com uma mistura eclética de peças vintage italianas e objetos personalizados de todo o país para criar um ambiente que envolve os hóspedes no conforto de sua própria casa romana.

@hotelderussie





Anantara Palazzo Naiadi

Immersed in the splendor of ancient Rome, Anantara Palazzo Naiadi Rome is located in the heart of Piazza della Repubblica and has a fascinating architectural history with original elements commissioned by Pope Clement XI for the Vatican in 1705. The building is suspended over the ancient Baths of Diocletian, whose excavated foundations, pools and mosaics are visible from the lower level through the hotel's crystal-cleared ground floor. The hotel features a total of 232 rooms and suites that combine old-world glamour with the comfort and elegance of modern amenities and is home to the fine-dining restaurant INEO and Italy's first Anantara Spa. The property also boasts one of the largest panoramic rooftop pools in central Rome and the renowned SEEN by Olivier restaurant, serving Mediterranean fusion cuisine.

Imerso no esplendor da Roma antiga, o Anantara Palazzo Naiadi Rome fica no coração da Piazza della Repubblica e tem uma história arquitetônica fascinante com elementos originais encomendados pelo Papa Clemente XI para o Vaticano em 1705. O edifício está suspenso sobre as antigas Termas de Diocleciano, cujas fundações escavadas, piscinas e mosaicos são visíveis do nível inferior através de pisos de cristal térreo do hotel. O hotel conta com um total de 232 quartos e suítes que combinam o glamour do velho mundo e o conforto e elegância de comodidades modernas e abriga o restaurante requintado INEO e o primeiro Anantara Spa da Itália. Além disso, a propriedade conta com uma das maiores piscinas panorâmicas na cobertura do centro de Roma e o famoso restaurante SEEN by Olivier, com cozinha de fusão mediterrânea.

PICTURE RELEASE



PICTURE RELEASE



PICTURE RELEASE



@anantarapalazzonaiadi



Hotel de la Ville

Piazza di Spagna is one of Rome's most iconic landmarks. Located at the top of the Spanish Steps, Hotel de la Ville is a design hotel in a renovated 18th-century palace with stunning views of the Eternal City. The hotel's design pays homage to the European tradition of the 18th-century Grand Tour, when English and German nobles collected art during their cultural trips to European cities. The 104 well-appointed rooms and suites are among the most elegant and spacious in Rome, featuring hand-woven wallpaper, rich Italian fabrics and

A Piazza di Spagna é um dos cartões postais mais famosos de Roma. Localizado no topo da Escadaria Espanhola, o Hotel de la Ville é um hotel de design em um palácio histórico do século XVIII reformado com vistas deslumbrantes da Cidade Eterna. O design do hotel homenageia a tradição europeia do Grand Tour do século XVIII, quando nobres ingleses e alemães colecionavam peças de arte durante suas viagens culturais às cidades europeias. Os 104 quartos e suítes bem equipados estão entre os mais elegantes e espaçosos de Roma e apresentam papel de parede feito à mão, ricos tecidos italianos e tape-



JANOS GRAPOW



JANOS GRAPOW

historic tapestries by local artisans. There's no more glamorous rooftop in Rome than the Cielo Terrace. Adorned with olive trees, string lights and red-striped cushions, guests can enjoy a leisurely lunch of classic Italian dishes and, as the sun sets, enjoy an aperitif featuring an Asian-Italian menu set against the sensual colors of a Roman sunset. **TW**

çarias históricas de artesãos locais. Não há rooftop mais glamoroso em Roma do que o Cielo Terrace. Adornado com oliveiras, luzes e almofadas listradas de vermelho, os hóspedes podem saborear um almoço descontraído de pratos clássicos italianos e, enquanto o sol se põe, desfrutar do italianíssimo aperitivo com menu asiático-italiano com as cores sensuais do pôr do sol romano. **TW**

@hoteldelavillero



JANOS GRAPOW



MASSIMO LISTRI



FERNANDO JOSÉ DA COSTA

Criminal lawyer, Coordinator of the Law Program at FAAP, President of Lide Justiça, board member of INAC and INECRIPTO, Master and Doctor of Criminal Law. Former Secretary of Justice and Citizenship of the State of São Paulo, former President of the CASA Foundation, and former Municipal Secretary of Justice of the City of São Paulo. Author of numerous legal books and articles

Advogado Criminalista, Coordenador do curso de Direito da FAAP, Presidente do Lide Justiça, conselheiro do INAC e INECRIPTO, Mestre e Doutor em Direito Penal, foi Secretário da Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo, Presidente da Fundação CASA e Secretário Municipal da Justiça da Cidade de São Paulo, autor de inúmeros livros e artigos jurídicos

Illegality Cannot Be the Starting Point

A ilegalidade não pode ser ponto de partida

In the judgment of Habeas Corpus No. 207195/SP before the Superior Court of Justice (STJ), I had the responsibility of defending, through my law firm, directors of one of Brazil's most traditional companies — targeted by an astronomical precautionary measure based on flagrantly illegal evidence.

In that proceeding, without a court order and without any formal investigative procedure in place, the Public Prosecutor's Office requested confidential tax information from the São Paulo State Department of Finance. The justification for such a request? An anonymous tip. No prior investigation, no judicial oversight.

These data, obtained in clear violation of the law, served as the basis for the freezing of assets belonging to nearly twenty individuals and legal entities, totaling R\$ 303 million. A regrettable episode that violated the Constitution, the logic of criminal procedure, and the fundamental rights of individuals who were not even formally charged.

In light of these facts, the Superior Court of Justice rightly recognized the illegality of the evidence and ordered its removal from the case file. Furthermore, it ruled that all elements derived from this evidence were also null and void — reaffirming that tax confidentiality cannot be breached unilaterally by the State, without judicial authorization and outside the legal boundaries.

In this case, the violation of confidentiality was not a mere technical error. It was a serious

No julgamento do Recurso em Habeas Corpus n. 207195/SP perante o Superior Tribunal de Justiça, tive a responsabilidade de defender, por meio de meu escritório, diretores de uma das mais tradicionais empresas brasileiras, o Grupo Tatuinho, alvo de uma medida cautelar astronômica e baseada em prova obtida de forma flagrantemente ilegal.

Naquele procedimento, sem ordem judicial e sem qualquer procedimento formal instaurado, o Ministério Público requisitou à Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo informações fiscais protegidas por sigilo. A base dessa requisição? Uma denúncia anônima. Nenhuma apuração prévia, nenhum controle jurisdicional.

Esses dados, colhidos à margem da legalidade, sustentaram o bloqueio de bens de quase vinte pessoas físicas e jurídicas, no montante de R\$ 303 milhões. Um episódio lamentável que afronta a Constituição, a lógica do processo penal e os direitos fundamentais de quem nem sequer foi formalmente acusado.

À luz de tudo isso, o Superior Tribunal de Justiça devidamente reconheceu a ilicitude das provas e determinou o seu desentranhamento. E fez mais: declarou nulos também os elementos delas derivados, reafirmando, assim, que o sigilo fiscal não pode ser violado por iniciativa unilateral do Estado, sem autorização judicial e fora dos limites da lei.

A violação ao sigilo, nesse caso, não foi um mero desvio técnico. Foi uma grave ofensa ao



PREMIUM FREEPIK

breach of due process, which tainted the entire investigation from its inception. The judge of the 3rd Criminal Court of Rio Claro — the same one who had previously granted the precautionary measure — acknowledged this by declaring the entire proceeding null and revoking the asset freeze.

In such situations, the role of the legal profession is at its most vital: to prevent the normalization of abuse, to remind us that constitutional guarantees are not obstacles to justice — they are its foundation.

Ultimately, criminal procedure cannot stand without limits. ^{TW}

devido processo legal, que comprometeu toda a investigação desde o início e o próprio juízo da 3ª Vara Criminal de Rio Claro – àquele que anteriormente concedeu a medida cautelar - reconheceu isso ao declarar a nulidade do procedimento desde o seu início e revogar o sequestro de bens.

A atuação da advocacia, nesse cenário, cumpre seu papel mais essencial: impedir que se naturalizem abusos, lembrar que garantias não são obstáculos à Justiça — são sua própria base.

Afinal, o processo penal não se sustenta sem limites. ^{TW}

Amcham presents 13 proposals from the business sector for COP30

Amcham apresenta 13 propostas do setor empresarial para a COP30

The material brings together 13 proposals developed in conjunction with companies associated with Amcham, with the aim of contributing to the success of the event

O material reúne 13 propostas elaboradas em conjunto com empresas associadas à Amcham, com o objetivo de contribuir para o sucesso do evento



“THE PROPOSALS SEEK TO HELP BRAZIL TAKE ADVANTAGE OF COP30 TO ADVANCE DOMESTIC ENVIRONMENTAL POLICIES, REINFORCE ITS INTERNATIONAL PROTAGONISM AND CONSOLIDATE ITSELF AS A REFERENCE IN SUSTAINABLE ECONOMY”

During the COP30 Business Forum, held on March 28 in São Paulo, Amcham Brazil officially presented and delivered the document “COP30 Business Ambition” to the acting Minister of the Ministry of Environment and Climate Change, João Paulo Capobianco, to the president of COP30, ambassador André Corrêa do Lago and to the governor of Pará, Helder Barbalho. The material brings together 13 proposals prepared jointly with companies associated with Amcham, with the objective of contributing to the success of COP30, strengthening Brazil's international protagonism and accelerating the implementation of environmental and climate policies in the country.

“The proposals seek to help Brazil take advantage of COP30 to advance domestic environmental policies, reinforce its international protagonism and consolidate itself as a reference in sustainable economy”, says the president of Amcham Brazil, Abrão Neto. Amcham's 13 business proposals for COP30 are divided into two main axes:

Axis 1 – COP30 international negotiations

- Ensure that all countries submit revised and ambitious Nationally Determined Contributions (NDCs) by September 2025.
- Advance the Baku-Belém Roadmap, unlocking public resources and facilitating access to multilateral banks to achieve the target of US\$1.3 trillion per year in climate finance.
- Unlock private financing, creating a system of guarantees to attract investments in sustainable projects.
- Focus on implementing climate adaptation, with an action plan focused on water and food resilience and defining progress indicators.
- Intensify the negotiation process, promoting preparatory meetings to accelerate the negotiation schedule, especially in financing, adaptation and regulation.
- Accelerate the COP30 Action Agenda, focusing on forest conservation and restoration, recovery of degraded lands and encouraging the use of biofuels in the energy transition.

Durante o COP30 Business Fórum, realizado na dia 28 de março, em São Paulo, a Amcham Brasil apresentou e entregou oficialmente o documento “Ambição Empresarial COP30” ao Ministro do Ministério do Meio Ambiente e Mudança Climática substituto, João Paulo Capobianco, ao presidente da COP30, embaixador André Corrêa do Lago e ao governador do Pará, Helder Barbalho. O material reúne 13 propostas elaboradas em conjunto com empresas associadas à Amcham, com o objetivo de contribuir para o sucesso da COP30, fortalecer o protagonismo internacional do Brasil e acelerar a implementação de políticas ambientais e climáticas no país.

“As propostas buscam contribuir para que o Brasil aproveite a COP30 para avançar nas políticas ambientais domésticas, reforçar seu protagonismo internacional e se consolidar como referência em economia sustentável”, afirma o presidente da Amcham Brasil, Abrão Neto. As 13 propostas empresariais da Amcham para a COP30 estão divididas em dois eixos principais:

Eixo 1 – Negociações internacionais da COP30

- Assegurar a apresentação das Contribuições Nacionalmente Determinadas (NDCs) revisadas e ambiciosas por todos os países até setembro de 2025.
- Avançar no Roadmap Baku-Belém, destravando recursos públicos e facilitando o acesso a bancos multilaterais para atingir a meta de US\$ 1,3 trilhão anuais de financiamento climático.
- Destravar financiamentos privados, criando um sistema de garantias para atrair investimentos em projetos sustentáveis.
- Focar na implementação da adaptação climática, com plano de ação voltado à resiliência hídrica e alimentar e definição de indicadores de avanço.
- Intensificar o processo negociador, promovendo reuniões preparatórias para acelerar o calendário das negociações, especialmente em financiamento, adaptação e regulação.
- Acelerar a Agenda de Ação da COP30, com foco em conservação e restauração florestal, recuperação de terras degradadas e estímulo ao uso de biocombustíveis na transição energética.

MATHEUS CAMPOS



Abrão Neto, president of/ presidente da Amcham Brasil

Axis 2 – Domestic policies linked to COP30

- Regulation of the carbon market, with the start of the implementation of the Brazilian Emissions Trading System (SBCE) and the creation of a clear and competitive regulatory environment.
- Finalization of the Brazilian Sustainable Taxonomy, to expand access to resources for environmentally sustainable projects.
- Implementation of the Climate Plan, with clear sectoral goals and an execution plan in dialogue with the productive sector.
- Energy transition, with regulation of the clean hydrogen market, sustainable aviation fuels (SAF) and approval of a bill on critical minerals.
- Modernization of the Rural Environmental Registry (CAR), with improvements in governance, technology and acceleration of analyses.
- Approval of the National Circular Economy Policy, together with the implementation of the National Strategy to strengthen sustainable production chains.
- Creation of incentives for Carbon Capture and Storage (CCS), with regulation and financial mechanisms to make projects viable in Brazil.

Eixo 2 – Políticas domésticas ligadas à COP30

- Regulação do mercado de carbono, com início da implementação do Sistema Brasileiro de Comércio de Emissões (SBCE) e criação de ambiente regulatório claro e competitivo.
- Finalização da Taxonomia Sustentável Brasileira, para ampliar o acesso a recursos para projetos ambientalmente sustentáveis.
- Implementação do Plano Clima, com metas setoriais claras e plano de execução em diálogo com o setor produtivo.
- Transição energética, com regulamentação do mercado de hidrogênio limpo, combustíveis sustentáveis de aviação (SAF) e aprovação de projeto de lei sobre minerais críticos.
- Modernização do Cadastro Ambiental Rural (CAR), com melhorias de governança, tecnologia e aceleração das análises.
- Aprovação da Política Nacional de Economia Circular, junto à implementação da Estratégia Nacional para fortalecer cadeias produtivas sustentáveis.
- Criação de incentivos para Captura e Armazenamento de Carbono (CCS), com regulamentação e mecanismos financeiros para viabilizar projetos no Brasil.

Amcham COP30





Amcham Brasil is a non-partisan, non-profit business entity that represents more than 3,500 member companies, responsible for approximately 33% of Brazil's GDP, and acts as one of the main bridges between the private sector and the economic relations agenda between Brazil and the United States. The delivery of the document is part of the Amcham COP30 journey, which includes a business mission to the Amazon, strategic meetings during the conference, training of NetZero suppliers and training of young people in English to work at COP30.

Movimento Brasil Pelo Meio Ambiente

Amcham's business vision is supported by concrete actions already implemented by the companies that make up its base and the Movimento Brasil Pelo Meio Ambiente (BPMA). Since 2021, the initiative has mapped 282 environmental projects from 165 companies, with at least R\$38.8 billion in investments, resulting in:

- Reduction of 265 million tons of CO₂ equivalent
- Preservation and restoration of 10.1 million hectares
- Treatment of 29.4 million tons of waste
- Generation or optimization of 21,310.8 GWg of clean energy
- Production of 3.5 billion liters of biofuels
- Treatment, reuse or savings of 9 billion liters of water. ^{TW}

A Amcham Brasil é uma entidade empresarial não-partidária e sem fins lucrativos, que representa mais de 3.500 empresas associadas, responsáveis por aproximadamente 33% do PIB brasileiro, e atua como uma das principais pontes entre o setor privado e a agenda de relações econômicas entre Brasil e Estados Unidos. A entrega do documento faz parte da jornada Amcham COP30, que inclui missão empresarial na Amazônia, encontros estratégicos durante a conferência, capacitação de fornecedores NetZero e formação de jovens em inglês para atuação na COP30.

Movimento Brasil Pelo Meio Ambiente

A visão empresarial da Amcham é respaldada por ações concretas já implementadas pelas empresas que compõem sua base e o Movimento Brasil Pelo Meio Ambiente (BPMA). Desde 2021, a iniciativa mapeou 282 projetos ambientais de 165 empresas, com pelo menos R\$ 38,8 bilhões em investimentos, resultando em:

- Redução de 265 milhões de toneladas de CO₂ equivalente
- Preservação e restauração de 10,1 milhões de hectares
- Tratamento de 29,4 milhões de toneladas de resíduos
- Geração ou otimização de 21.310,8 GWg de energia limpa
- Produção de 3,5 bilhões de litros de biocombustíveis
- Tratamento, reutilização ou economia de 9 bilhões de litros de água. ^{TW}



ISABELA CASTILHO

Find out more at:
Saiba mais em:



Agostinho Turbian
and/e Geraldo Alckmin



Bernardo Bicalho and/e
Agostinho Turbian

PICTURES RELEASE



Agostinho Turbian and/e Pedro Orozco - Commercial Director of/Diretor Comercial do CINEX



Alfons Gardemann and/e Agostinho Turbian with his
new book/com seu novo livro Brand Storm



Bianca Rodrigues,
Eunice Maciel and/e
Agostinho Turbian,
during the launch of
his book in São Paulo/
durante o lançamento de
seu livro em São Paulo



Alexandra Favoretto,
Thaís Medina and/e
Tathiana Turbian



Lidiana Kohls and/e
Tathiana Turbian



Lu Alckmin and/e
Tathiana Turbian



Tathiana Turbian and/e Neymar Santos



CONFIRA AS EDIÇÕES DA ECONOMY&LAW
no aplicativo da The Winners Prime Leaders Magazine
(Apple Store para IOS e Google Play para Android) e nas principais bancas digitais





HAROLDO FERRAZ DE CAMPOS NETO

South Summit

Brazil Economy was present at South Summit, the largest innovation event in Latin America, which took place in Porto Alegre on April 9, 10 and 11.

At the event, a partnership agreement was announced between Lide RS and SC and the digital publication. The two organizations launched the South Economy editorial section at the event, which will periodically publish interviews with the main businessmen of the southern region. TW

O Brazil Economy esteve presente no South Summit, o maior evento de inovação da America Latina, que ocorreu em Porto Alegre nos dias 9, 10 e 11 de abril.

Na ocasião foi anunciado um acorde de parceria entre o Lide RS e SC e a publicação digital. As duas orgsnizações lançaram no evento a editoria South Economy que publicara periodicamente entrevistas com o principais empresarios da região sul. TW



PICTURES RELEASE

Marcia Budke, representative of/ representante do BE in/no RS, Delton Batista president of/ presidente do Lide RS and/e SC and/e Flavio Pestana, CEO of/do BE



PICTURES RELEASE

Eduardo Leite, Governor of Rio Grande do Sul/Governador do Rio Grande do Sul

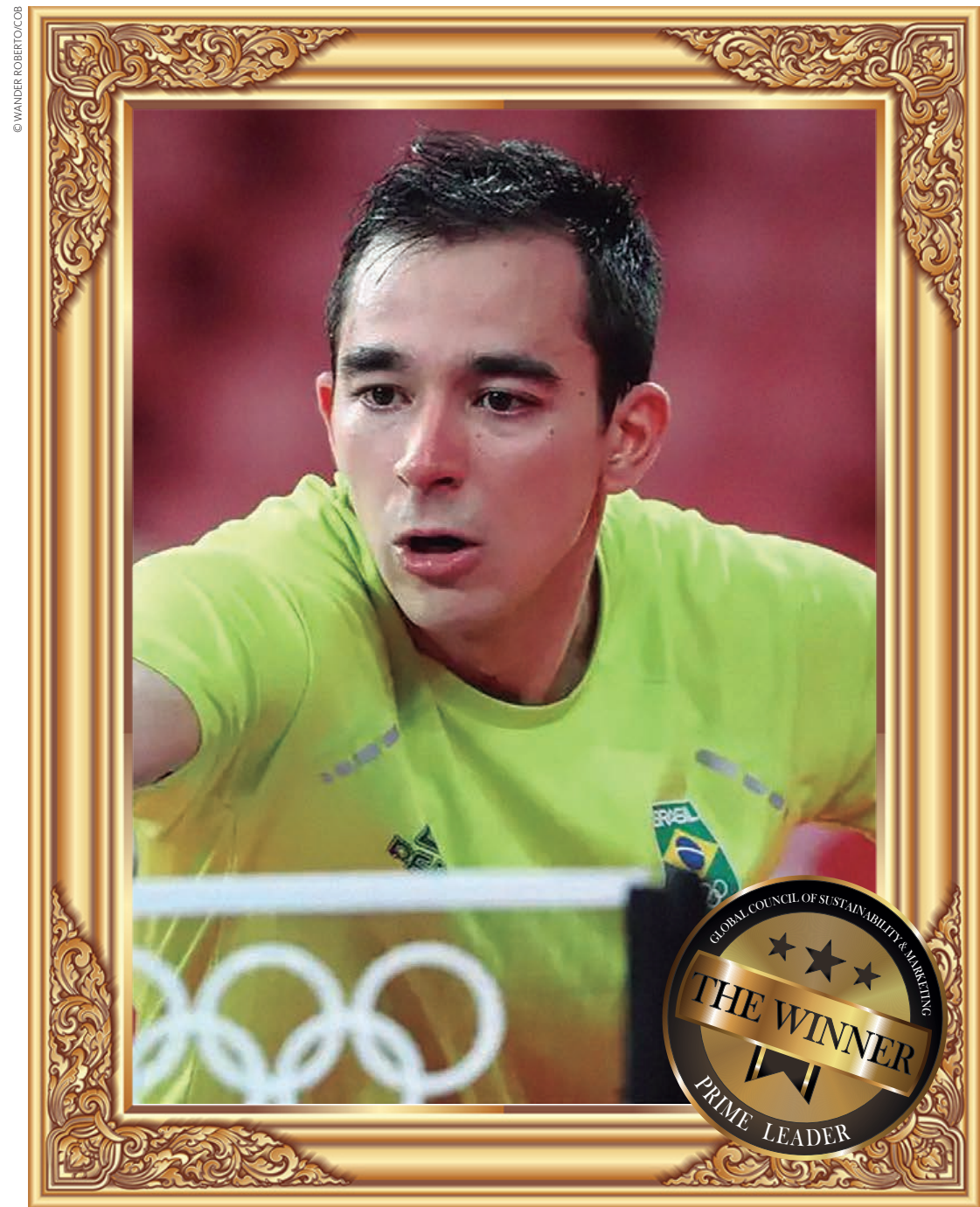


NATALIA BLAUTH

Luiza Helena Trajano



HAROLDO FERRAZ DE CAMPOS NETO



Hugo Calderano

Brazilian table tennis player
Mesa-tenista brasileiro



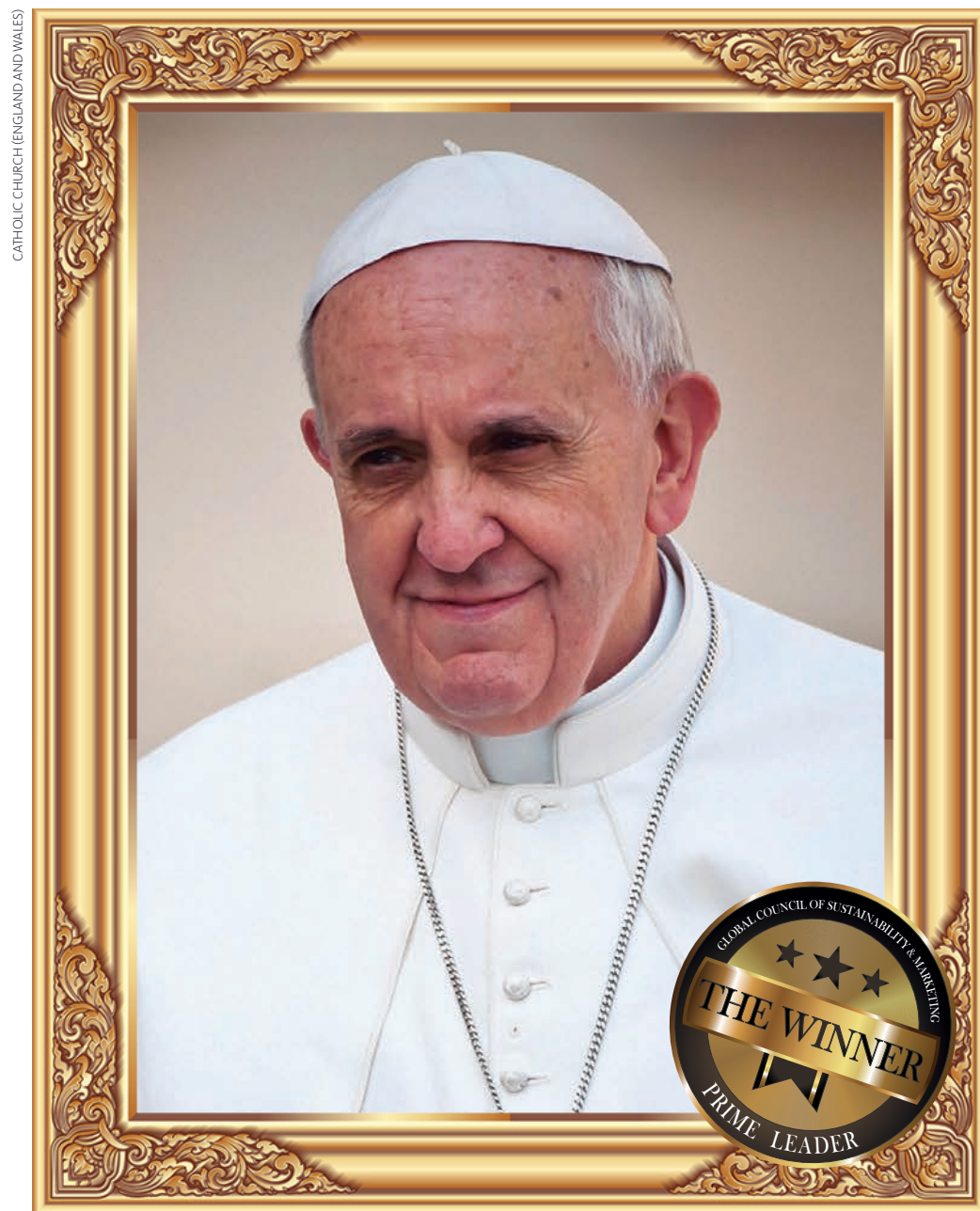
CONFIRA AS EDIÇÕES DA THE WINNERS

no aplicativo da The Winners Prime Leaders Magazine (Apple Store para IOS e Google Play para Android),
nas principais bancas digitais e no site:

www.thewinners.com.br



In Memoriam



Pope Francis
Papa Francisco

Jorge Mario Bergoglio

★ 17/12/1936 † 21/04/2025

BRAND STORM

O poder das marcas

O QUE TORNA
UMA MARCA
INESQUECÍVEL?

É o slogan que emociona.
É o propósito que move.
É a autenticidade que conecta.



Em **BRANDSTORM – O poder das marcas**, os especialistas **Agostinho Turbiano** e **Toni Sando** revelam como marcas nacionais e globais transformam mercados, inspiram gerações e moldam a sociedade. Mais do que um livro sobre marcas, é uma jornada por histórias reais de reinvenção, propósito, inovação e legado.



Um lançamento da **Innsbruck Books**.
Disponível para compra em
www.innsbruckbooks.com.br

Innsbruck
BOOKS



AT
TALKS
podcast
POR AGOSTINHO TURBIAN

CONEXÃO DE MERCADO
ATRAVÉS DE PESSOAS

Inscreva-se no AT Talks e tenha o nosso
canal como um instrumento de conhecimento

@agostinhoturbian
www.youtube.com/@agostinhoturbian

