

QuartoSala assina design de interiores da empreendimento Fábrica 21

construir.pt/2022/04/06/quartosala-assina-design-de-interiores-da-empreendimento-fabrica-21

CONSTRUIR

April 6, 2022



Arquitetura

“Esta nova unidade de negócio, que estabelece parcerias com o sector imobiliário de luxo, é uma excelente oportunidade para a QuartoSala mostrar a sua expertise e expor a sua curadoria”, afirma Pedro d’Orey e Clemente Rosado, sócios da QuartoSala

06.04.2022 CONSTRUIR

tags Fábrica 21 QuartoSala

A QuartoSala – Home Culture desenvolveu o seu mais recente projecto de design de interiores no empreendimento residencial Fábrica 21. Situado na Rua Nova do Loureiro, entre o Príncipe Real e o Bairro Alto, o apartamento intervencionado faz parte do projecto de arquitectura assinado pelo atelier Aires Mateus e “cuja matriz de desenho do espaço se compatibiliza com a estética que caracteriza a QuartoSala”.

O *showroom apartment* do Fábrica 21 foi decorado na íntegra pela QuartoSala, conjugando a linguagem de diferentes designers internacionais de renome, que a marca representa, tendo sido privilegiado “o diálogo entre o desenho do espaço e uma selecção de peças de arte assinadas por artistas contemporâneos, predominantemente portugueses”.

Das peças de mobiliário, iluminação e decoração presentes no espaço, destaca-se a Day BED Traveller, assinada pela dupla de criadores internacionais Gam Fratesi e o sofá Arcolor, desenhado pelo criador espanhol Jaime Hayon.

Pedro d'Orey e Clemente Rosado, sócios da QuartoSala e responsáveis pela coordenação deste projecto, afirmam que “esta nova unidade de negócio, que estabelece parcerias com o sector imobiliário de luxo, é uma excelente oportunidade para a QuartoSala mostrar a sua *expertise* e expor a sua curadoria indo ao encontro da estratégia dos empreendimentos de luxo de se posicionarem no mercado através de marcas de equipamentos de alto padrão”.

Por outro lado, “este tipo de iniciativas, permitem-nos expor as nossas marcas em ‘espaços reais’. Para além do trabalho de promoção, que já é feito nas nossas lojas, esta é também uma oportunidade singular para as marcas que representamos de comunicar os seus valores, junto de um perfil de clientes cosmopolitas que crescentemente procura Lisboa como capital para viver.”

Sobre o autor

