

# Design até ao ínfimo detalhe



desenhou e executou peças de mobiliário à medida. “É altura de capitalizar em toda a experiência adquirida. Esperamos poder lançar a nossa marca de mobiliário num futuro muito próximo, dando ainda maior corpo ao foco de internacionalização da nossa atividade”, revela Andreia Matias. “Queremos fazer peças não apenas com impacto, mas também com ‘mensagem’. Darei notícias sobre este tema, muito em breve”.

## Design to the smallest detail

Through sophistication, excellence and adaptability, DZINE & Co. has been striving to promote foreign investment in Portugal, especially in the luxury market.

Established in 2014, DZINE is much more than an architecture and interior design company. We found in this atelier – incorporated by Andreia Matias (interior designer) and Alexandre Santos (a former investment banker) – a strong determination to reinforce Portugal’s attractiveness as a foreign investment target. The decision to focus on the luxury segment came naturally to its management, offering a broad range of “turnkey” services based on equal doses of “creativity” and “understanding of international markets”.

### BESPOKE SOLUTIONS AND DIFFERENTIATION

DZINE offers an “A to Z service”, from the development of the architecture project, through construction works, and the interior design concept, including bespoke furniture solutions. “We always make sure that our clients’ needs and preferences, both aesthetical and functional, are reflected in the development of the project”, explains Andreia Matias. The luxury market is demanding by nature, and the company believes differentiation is key. “Interiors must be designed with one goal in mind: to be ‘lived’ by their users. We listen very carefully to what our clients tell us, translating their tastes and preferences in functional yet impacting projects. In this market, detail is everything and we believe that the best gift we can offer to those that have (almost) everything, is the control over the detail”.

### INTERNATIONALIZATION

Already familiar with the need to deliver a highly customized service to its diverse client base, located not only in European countries but also in Angola, Saudi Arabia, Brazil, USA or Kuwait, DZINE has been working with “the private client focused on getting a differentiated home design”, as well as with “real estate developers and institutional clients”. DZINE prides itself of its project management methodology, delivering on agreed timelines but also adhering to strict financial planning, based on highly itemized proposals which facilitates the development of a trusting and transparent commercial relationship.

### THE NEAR FUTURE

DZINE implemented the extensive use of 3D as a project conceptualization tool. “We are very excited about the possibilities that new generation software tools – for example based on Virtual Reality – bring to our area”. In most of its projects, DZINE created and executed bespoke furniture and decoration pieces. “It is time to capitalize on all our experience with materials and furniture design. We are planning to launch our own furniture brand in the near future, adding a new dimension to our internationalization plans”, explains Andreia Matias. “We want to create furniture not only with a visual impact but also with a ‘message’. You will hear from us on this, very soon”.



### PERSONALIZAÇÃO E DIFERENCIAÇÃO

Oferecendo um “serviço de A a Z”, a DZINE assume o compromisso de estruturar projetos de arquitetura, executar obras de reabilitação, ou de conceber e materializar todo o design e decoração do espaço interior, assegurando que cada espaço “reflita o gosto e as necessidades estéticas e funcionais do cliente”, explica Andreia Matias. Exigente por natureza, este é um mercado que procura a diferenciação no serviço, sendo neste âmbito que esta empresa tem vindo a evidenciar-se. “Os espaços devem ser pensados para serem vividos por quem os usa. Sabemos ouvir os nossos clientes traduzindo a sua sensibilidade e preferências, em projetos com impacto visual mas, ao mesmo tempo, práticos. No mercado de luxo, o detalhe faz toda a diferença”, lembra a designer, “e o melhor que podemos dar a alguém que já tem (quase) tudo é o controlo sobre o detalhe”.

### INTERNACIONALIZAÇÃO

Habituada a assegurar uma resposta personalizada a clientes oriundos de países europeus, mas também de Angola, Arábia Saudita, Brasil, EUA ou Kuwait, a DZINE tem vindo a dialogar não apenas com o “cliente particular à procura de uma casa com um design diferenciado”, mas também com “promotores imobiliários” e “clientes institucionais”. Assim, encontramos no portefólio do ateliê trabalhos desenvolvidos quer para residências e escritórios, quer para unidades hoteleiras ou estabelecimentos comerciais. A DZINE orgulha-se na sua metodologia de gestão de projeto, assegurando o cumprimento de prazos mas também da execução dos orçamentos extremamente detalhados que elabora, facilitando o desenvolvimento de uma relação de confiança com os seus clientes.

### O FUTURO

Pioneira em Portugal pela forma como tem utilizado a tecnologia 3D na conceção de projetos atentos ao mais ínfimo pormenor, a DZINE acredita que a evolução das soluções tecnológicas de última geração – por exemplo a realidade virtual – “irão beneficiar ainda mais a arte, o belo e o design” no futuro próximo. Na maioria dos projetos que desenvolveu, a DZINE

Fazendo da sofisticação, da excelência e da personalização as suas chaves-mestras, a DZINE & Co. tem procurado potenciar o investimento estrangeiro em Portugal, designadamente no mercado de luxo.

A marcar presença no mercado desde 2014, a DZINE é muito mais do que um simples projeto dedicado à prestação de serviços de Arquitetura, Design de Interiores ou Decoração. Encontrá-los neste ateliê – fundado por Andreia Matias (designer de interiores) e Alexandre Santos (com background na área de gestão e finanças) – uma vontade determinada em reforçar a posição de Portugal na rota do investimento estrangeiro. Naturalmente, foi no segmento de luxo que a gerente decidiu apostar, proporcionando serviços chave-na-mão mediante gémeas doses de “criatividade” e “conhecimento do mercado internacional”.