

OVJET

TURISTIČKI

OVJET

SEPTEMBAR/OKTOBAR 2014



★★★★★
HOTEL IZVOR
Arandelovac

Predrag Peđa Filipović
Moja energija je
LJUBAV

EKSKLUZIVNO
"Radisson Blu Old Mill"
Moderan hotel
sa šarmom Starog mlina

Priča iz prve ruke
ALEKSANDAR DUNIĆ
Moj povratak
zdravom načinu življenja

EKSKLUZIVNO
Petra Götting
Strateškim partnerstvom
do novih tržišta

"Sloboda" - Šabac
LUKSUZNO ZDANJE
u srcu Mačve

Wellness na turski način
HAMAM KAO POSEBNA
SPA filozofija

4. Balkanski Spa & Wellness Samit - Terme Tuhelj

SKUP NAJUTICAJNIJIH
U ZDRAVSTVENOM TURIZMU REGIONA



UNIONCLEAN®

SVET PROFESIONALNE HIGIJENSKE OPREME



Opera MADLENIJANUM - Zemun



**ONI SU
ODABRALI
NAS**



Izdavač: "Turistički Svet" d.o.o. - Beograd

Direktor i glavni urednik: Ljiljana REBRONJA

Urednik: Biljana BOSNIĆ

Redakcija: Marija OBRADOVIĆ, Nevena VUČIĆ, Dejana USKOKOVIĆ, Vanja

LESKOVAC, Katarina ILIĆ

Prevodi - engleski: Marija OBRADOVIĆ

Lektura - engleski: Damir ČIČIĆ

Autor naslovne strane: Radena KONDIĆ

Likovni urednik: Branka MRĐEN

Marketing: "Turistički Svet" d.o.o. - Beograd

Adresa redakcije:

Beograd, Požeška 65 b

Tel.: +381 (11) 305-0-789

Mob: +381 (63) 30-77-95

turistickisvet.press@gmail.com

www.turistickisvet-hotnews.com

Časopis izlazi šest puta godišnje.

Godišnja pretplata na "Turistički Svet":

30 evra (Srbija) - 50 evra (inostranstvo)

Tekući račun: 205-6884-97

Štampa: SAVPO - Stara Pazova

Tel. +381 (22) 310-300, 310-305

ISSN 1451-2661

Časopis "Turistički Svet" je 21. avgusta 2002.

upisan u Registar javnih glasila Republike Srbije,

kao stručni časopis, pod rednim brojem 3394

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

338.48(497.11)

TURISTIČKI svet : prvi časopis za savremeno hotelijerstvo & turizam / glavni urednik Ljiljana Rebrnja. - God. 1, br. 1 (2002)- . - Beograd : Turistički svet, 2002- (Nova Pazova : Savpo). - 27 cm

Dvomesечно

ISSN 1451-2661 = Turistički svet

COBISS.SR-ID 137991436



Fortuns

www.fortuns.net

U novembru:

MEĐUNARODNI KONGRES studenata turizma i hotelijerstva



Od 14. do 16. novembra 2014. godine u Novom Sadu će se održati MEĐUNARODNI KONGRES STUDENATA TURIZMA I HOTELIJERSTVA u organizaciji udruženja „Fortuns“, a u saradnji sa Međunarodnom asocijacijom studenata turizma i hotelijerstva (IASTH) i novosadskim Fakultetom za sport i turizam – **tims**. Međunarodni kongres studenata turizma i hotelijerstva predstavlja veliki poduhvat integracije mladih iz regiona, širenje duha tolerancije i predstavljanje Novog Sada kao grada mladih. Obuhvata niz aktivnosti i težnju ka kreiranju platforme mladih iz regiona, pretežno studentske populacije, koji će uticati na unapređenje međusobnih odnosa, širenje tolerancije i međusobnog razumevanja, prvenstveno na prostoru zapadnog Balkana. Na Kongresu se očekuje više od tri stotine studenata, profesora i asistenata sa više od dvadeset fakulteta iz regiona.

Edukativni deo Kongresa se odnosi na predavanja sa generalnom temom „Najbrže rastući segmenti turizma“, koji će biti realizovan kroz tri panel diskusije: Velnes turizam, Turizam događaja i Avanturistički turizam. Mladima iz regiona će se obratiti eminentni stručnjaci iz sfere turizma koji će izlagati o najnovijim trendovima u turizmu, kao i potencijalu umrežavanja regiona i njegovom inte-

grisanom predstavljanju Evropi i svetu. Do sada su potvrdili učešće: dr Nick Wise (Glasgow Caledonian University, Scotland), Antonette Spaan (Product manager and blogger, Askja Reizen, Holland), Ivan Vuković (Turistička organizacija Srbije), Nuša Korotaj (Head of Sales and Marketing Department, Terme Laško, Slovenia), Rob Davidson (Senior Lecturer in Events Management at the University of Greenwich, London) i Akoš Seleši (MyEXIT Adventure). Sva predavanja će biti održana na Fakultetu za sport i turizam.

U sklopu Kongresa biće organizovan i obilazak užeg i šireg gradskog jezgra Novog Sada, uz pratnju licenciranih turističkih vodiča, kao i interaktivno razgledanje grada turističkim autobusom. Ne manje važne su i integrišuće, odnosno festivalsko-zabavne aktivnosti i humani aspekt samog Kongresa, koji će biti realizovani kroz organizaciju žurki i zabave, s ciljem prikupljanja tople zimske odeće, igračka i pribora za pisanje i crtanje koji će se predati deci ometenoj u razvoju u Veterniku.

SVET

TURISTIČKI

MEDIJSKI PARTNER



Moderan hotel sa šarmom starog mlina



Luksuzno zdanje u srcu Mačve



Petra Götting: Strateškim partnerstvom do novih tržišta



Septembar / Oktobar 2014.
Godina XIII, Broj 68

Fotografija na naslovnoj strani:
Siniša Živković

- 6806** Info servis
- 6811** Novi hotel, novo iskustvo
- 6814** Ponovo dominacija online turističkih agenata?!
- 6818** Kopaonik postaje veliko gradilište!
- 6820** Vredan rad i kvalitet prave razliku!
- 6822** Luksuzan hotel za savršen odmor
- 6824** Neprevaziđeni luksuz
- 6825** Skup najuticajnijih u zdravstvenom turizmu regiona
- 6828** Udruženje banja Srbije
- 6829** TURKSPA - Udruženje banja, talaso centara i lečilišta Turske
- 6832** From the royal spas to modern wellness centers
- 6844** Lični vodič do harmonije tela i duha
- 6846** Mi smo tu zbog vas!
- 6848** VOX TRADE ime koje predstavlja KVALITET
- 6852** Tekstil s potpisom
- 6854** Wellness & Spa oaza hotela "Prezident"
- 6855** Banatski biser u lekovitom blatu
- 6856** ŠEST razloga zbog kojih klijenti ostaju verni
- 6857** Sve se menja i prolazi, samo „Mala gostiona“ – ostaje!
- 6858** Wellness po meri „pametnog“ hotela
- 6860** Pečat kvaliteta i garancija bezbednosti u EU
- 6862** Medicinski turizam iz pravne perspektive
- 6868** Godina jubileja i velikih uspeha
- 6870** SPA centar izazov za arhitekta
- 6873** Mesto za lečenje, rehabilitaciju, odmor i rekreaciju
- 6874** Kraljevska banja Engleske
- 6876** Azijska tradicija, nadahnjujući rituali
- 6878** Jedinstveni užitak na krovu sveta
- 6880** Mistični Inka tretman
- 6882** Mirisna formula za bolji život
- 6888** Šumadija iz vazduha
- 6890** Podvodni svet - inspiracija i izazov



Izvor dobre energije za sve generacije



Hamam kao posebna spa filozofija



Predrag Peđa Filipović: Moja energija je ljubav!



Jedinstveni užitek na krovu sveta



Aleksandar Dunić: Moj povratak zdravom načinu življenja



Bojama i svetlom do blagostanja duha i tela

BRENDIRANJE kulturnog nasleđa

Međunarodna konferencija kulturnog turizma, na temu "Brendiranje kulturnog nasleđa", po peti put se održava 30. oktobra 2014. godine u hotelu "Sirmium" u Sremskoj Mitrovici, u organizaciji "Kulturnog foruma" iz Sremske Mitrovice i Fakulteta za sport i turizam iz Novog Sada (tims).

- Danas se u svetu sve veći značaj pridaje kulturnim i istorijskim sadržajima u turističkoj ponudi, tako da regionalne razlike postaju sve važnije. Područja interesa turista su poprilično različita i uključuju: kulturno-istorijske spomenike, umetnost, kulturne događaje i sl. Samo posetom turističkoj destinaciji u njenom prirodnom okruženju mogu se videti, osetiti i u potpunosti spoznati regionalna i nacionalna, prošla i sadašnja, kulturna kreativnost, raskoš folkloru, izobilje kulturnog i umetničkog bogatstva u muzejima,



istorijski značajnim gradovima i građevinama koje odišu spomeničkim i mitskim duhom – podsećaju organizatori.

Pokrovitelj ovogodišnje Međunarodne konferencije kulturnog turizma je Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije, Grad Sremska Mitrovica, Senat grada Sirmium.

www.kulturniforum.rs

"TURISTIČKI CVET" ZA "SQUARE NINE"



Svetski dan turizma - 27. septembar 2014. godine, Turistička organizacija Srbije (TOS) obeležila je dodelom nagrade "Turistički cvet", po 18. put za redom, i priznanja "Izuzetne destinacije Evrope" (EDEN). U kategoriji "Ugostiteljski objekat za smeš-

taj", hotel "Square Nine" osvojio je nagradu kao najbolji ovogodišnji hotel.

Inače, "Square Nine" se, pored izuzetnog dizajna, pažnje posvećene svakom detalju i besprekorne usluge, istakao i time što je prvi i za sada jedini hotel u Srbiji koji je od letos

deo grupacije "The Leading Hotels of the World" (LHW), pod čijim okriljem je 430 hotela iz više od 80 zemalja!

- Veoma smo ponosni na ovu nagradu. Trudimo se da iz godine u godinu unapredimo našu ukupnu ponudu i veoma je važno što i gosti, i organizacije koje se bave turizmom to vide i nagrađuju. Ove godine je za nas to LHW, sledeće će možda biti Mišelinova zvezdica, videćemo - rekao je Goran Kovačević, generalni direktor hotela "Square Nine".

Osim hotela „Squer Nine“, najveće godišnje priznanje u turizmu Srbije dobili su: TO Subotice, manifestacija „Zlatne ruke“-Sokobanja, seosko domaćinstvo „Ivanjički konaci“, JP „Skijališta Srbije“ i rediteljka Mirjana Petrović. Na konkursu „Izuzetna destinacija Evrope“, pobedila je opština Knjaževac, dok su za prateće destinacije izabrane: Kovačica, Topola, Kučevo i zajednički kandidovane Novu Varoš i Prijepolje. Izabrane destinacije u Srbiji biće uvrštene u „Mrežu izuzetnih destinacija Evrope“ (EDEN Network).

Novo u Beogradu: „NEW BELGRADE HOTEL“



„New Belgrade Hotel“ - novi dizajn hotel, smešten na Novom Beogradu, čiji naziv i nosi, ima 14 različito dizajniranih soba, opremljenih luskuznim nameštajem, sa modernom opremom neophodnom savremenom gostu. Naročito se izdvajaju „space“, „business style“, „barbie“ i „elegant triple“ sobe.

U sklopu „New Belgrade Hotela“ nalazi se mali, luksuzni restoranski prostor sa oko 40

mesta. Idealan je za romantične večeri, različite proslave, poslovne sastanke, modne revije, kao i za druženje sa prijateljima u intimnoj atmosferi.

- U „New Belgrade Hotelu“ našim gostima nudimo smeštaj u lepim, komfornim sobama, sa udobnim nameštajem i atmosferom koja je prijatna i nalik domaćoj, kao i ukusan bife doručak na tradicionalan srpski način. Hotel je na mirnoj lokaciji, a ipak dovoljno

blizu svim turističkim atrakcijama – aerodromu, centru grada, tržnim centrima i noćnim klubovima – kazuju iz ovog novog hotela idealnog za poslovne ljude koji vole i da uživaju, dodajući da ovdje nije samo reč o dizajn hotelu, nego i o hotelskom objektu koji u svom sastavu ima i sportski kompleks gde gosti mogu da uživaju i u sportskim aktivnostima, poput plivanja, fitness-a, košarke i odbojke.

Obnovljena banket sala HOTELA „JUGOSLAVIJA“

Krajem septembra svečano je otvorena renovirana banket sala hotela „Jugoslavija“, koja je oštećena tokom NATO bombardovanja 1999. godine.

Svečana sala, sa pogledom na Ušće, proširena je na 800 kvadrata i visoka je 12 metara. Uređen je i lobi, deo sa buticima, otvoreno je nekoliko kafića i restorana, 100 kancelarija, a renovirane su i 104 hotelske sobe.

Restauriran je i „zaštitni znak“ hotela – luster dug 30 i širok 5 metara, koji sa 40.000 „Svarovski“ kristala važi za najveći kristalni luster na svetu. U njega su sada ugrađena LED svetla, a postavljen je davne 1969. godine, kada je hotel „Jugoslavija“ otvoren.

Rekonstrukcija se nastavlja dalje, i kako ističu iz „Real Holding-a“ - kompanije koja upravlja hotelom, ovom objektu biće dodate i dve kule visine 137 metara sa apartmanima i kancelarijama.



MEČAVA - nova ponuda NA KOPAONIKU

U srcu Kopaonika, tačno preko puta hotela „Grand“, smešteni su novi apartmani MEČAVA, u objektu sazidanom po svim standardima planinske arhitekture. Svi apartmani su luksuzno opremljeni, sa kuhinjama i sopstvenim grejanjem, a gostima je na raspolaganju besplatan WI-FI internet i kablovska televizija.

Restoran-bar MEČAVA osmišljen je s posvećenošću u dizajniranju detalja, sofisticiranom stilu koji prate najnovije trendove u dizajnu enterijera, eklektičnom miks tradicionalnog, elegantnog i ultra modernog. Ukusna i zdrava hrana pripremljena je od svežih, domaćih, organskih sastojaka, ispraćena selekcijom dobrih domaćih vina, od kojih skrećemo pažnju na domaće, kućno vino, iz vinogorja Vinik. Sastavni deo objekta je i ski rent sa kompletno novom opremom za skijanje, kao i ski škola. U restoranu MEČAVA, kao i u ski rentu, svi gosti ostvaruju popust 10%.

Moderan hotel *sa šarmom starog mlina*



Sredinom novembra, Beograd će postati bogatiji za jedan novi, moderan hotel sa četiri zvezdice. I to ne bilo kakav! Smešten u neposrednoj blizini Beogradskog sajma, između Mostarske petlje i zgrade BIGZ-a, na mestu nekadašnjeg Starog mlina, hotel „Radisson Blu Old Mill“ prvi je objekat u našoj zemlji koji će poslovati pod okriljem „Rezidor hotelske grupe“.



In November, Belgrade will become richer for a new, modern four star hotel – the Radisson Blu Old Mill. Located near the Belgrade Fair and BIGZ building, on the site of former Old Mill, this hotel is the first property in our country to operate under the Rezidor Hotel Group. „Hotel will have 236 rooms, and within the complex, whose total investment value was 60 million Euros, will be a business tower with 3.500 square meters of space for rent. Both buildings share a garage with 100 parking spaces, and in addition, hotel also has for its guests an outside parking for up to 50 vehicles“, says Thomas Swieca, General Manager at the "Radisson Blu Old Mill" hotel in Belgrade.

- „Rezidor“ je jedna od najbrže rastućih hotelskih kompanija u svetu i član je „Carlson Rezidor hotelske grupe“. Naš portfolio trenutno čine dva hotelska brenda „Radisson Blu“ i „Park Inn“, koje odlikuje prepoznatljiv karakter i stil. Sa više od 430 hotela u gradskim centrima i na ključnim prigradskim lokacijama, u blizini aerodroma ili u vidu ekskluzivnih rizorta, „Rezidor“ raspolaže sa 95.000 soba i zapošljava više od 35.000 ljudi u 70-ak zemalja širom Evrope, Bliskog istoka i Afrike – otkriva **Thomas Swieca**, generalni direktor hotela "Radisson Blu Old Mill" u Beogradu, koji za čitaoce časopisa "Turistički Svet" otkriva sadržaje ovog novog hotelskog zdanja u prestonici.

USPEŠNA SARADNJA SA „SORAVIA GRUPOM“

• *Gospodine Swieca, već godinu dana ste u Beogradu, gde intenzivno radite na otvaranju prvog "Radisson Blu" hotela u Srbiji. Kako je tekla obnova jednog starog, zaštićenog zdanja kakvo je Stari mlin, i istovremeno izgradnja novog, modernog hotela sa poslovnom zgradom?*
- Proces obnove Starog mlina bio je u sigurnim rukama "Soravia grupe". Oni se oslanjaju na ogromno iskustvo stečeno na projektima u Austriji, naročito u Beču, gde većina objekata spada u kulturnu baštinu, te zahteva posebnu pažnju i znanje prilikom obnove. Mogu da primetim da je ostvaren odličan odnos sa lokalnim Odeljenjem za kulturnu baštinu i da je posvećena

odgovarajuća pažnja svim potrebnim detaljima prilikom obnove Starog mlina. Činjenica da će jedan moderan objekat funkcionisati u kombinaciji sa jednom istorijskom zgradom, predstavlja nešto najbolje što se meni, kao generalnom direktoru ovog hotela, moglo dogoditi! Za dizajn enterijera pobrinule su se arhitekta iz studija "Graft" iz Berlina, koji su sve vreme na veoma visokom nivou saradivali sa "Rezidor hotelskom grupom". Rezultat svega toga je novo hotelsko zdanje, koje ne poriče svoju istorijsku lokaciju i namenu, dok ujedno nudi šarm i novo iskustvo karakteristično za savremenu hotelsku industriju.

• Šta je zadatak "Soravia grupe"?

- "Soravia grupa", kao investitor, odgovorna je za ceo razvojni proces, od samog početka, preko nabavke, pa do planiranja i izgradnje hotela, a veoma aktivno će učestvovati i u njegovom poslovanju. Radi se o jednom iskusnom i veoma posvećenom timu, što se prenosi i na sam hotel. "Soravia grupa" je pregovarala i zaključila menadžment ugovor sa "Rezidor hotelskom grupom" za "Radisson Blu" brend, i u toku je zajednička saradnja. Uzimajući u obzir i njihove jake finansijske partnere EBRD i ERSTE banku, cela struktura ima veoma dobru podršku.

MESTO GDE SE PROŽIMAJU PROŠLOST I SADAŠNOST

• *Po čemu će se "Radisson Blu Old Mill" razlikovati od ostalih hotela u Beogradu?*

- Naša prednost biće raznolike građevine u kojima se prožimaju prošlost i sadašnjost. Naši gosti neće imati priliku samo da vide, nego i da osete istoriju i duh Starog mlina. Koristili smo staru kaldrmu, stare drvene ploče i brojne druge detalje iz Starog mlina, koje smo ponovo ugradili u neke delove ovog objekta. Njegova arhitektura je industrijskog karaktera, u skladu sa prvobitnom funkcijom. Sada je Stari mlin rekonstruisan, i u kombinaciji sa modernom arhitekturom hotela, ceo kompleks je jedinstvena kombinacija istorijskog i savremenog dizajna. Čak i uniforme zaposlenih sadrže detalje mlina u kom se mlelo brašno. Gde još u Beogradu možete doživeti ovakvo iskustvo?

• Šta sve sadrži kompleks objekata pod zajedničkim imenom "Old Mill"?

- Hotel će imati 236 soba, a u sklopu kompleksa, čija je ukupna investicija iznosila 60 miliona evra, nalaziće se i poslovna kula sa 3.500 kvm prostora za izdavanje. Obe zgrade dele zajedničku garažu sa 100 parking mesta, a osim toga, hotel za potrebe svojih gostiju ima i spoljni parking od 50 mesta. Ovakva kombinacija kancelarijskog i hotelskog objekta pruža obostranu korist i hotelskim gostima i poslovnim korisnicima.

UZ „PLAVI“ USKORO I „CRVENI“ RADISSON HOTELI

Kompanija Carlson Rezidor Hotel Group uskoro uvodi na tržište dva nova hotelska brenda: Radisson Red i Quorvus Collection. Biće to moderni luksuzni hoteli koji će oslikavati lokalnu kulturu, a ambiciozni cilj je da do 2020. godine na tržištu bude više od 60 „Radisson Red“ hotela i 20 hotela pod brendom „Quorvus Collection“. Brend „Radisson Red“ odlikovaće staklene fasade koje propuštaju više svetlosti, a smanjenje troškova obezbeđiće ograničena F&B usluga i osoblje koje će raditi po principu multitaskinga. Takođe, gostima će biti na raspolaganju mobilna aplikacija koja omogućava personalizovano iskustvo tokom boravka u hotelu. **M.O.**



Hotel odlikuje jedinstven i funkcionalan dizajn. Imamo i veliki konferencijski hol, kao i četiri konferencijske sale, opremljene najmodernijom audio-vizuelnom tehnologijom.

Na površini od 250 kvm nalazi se teretana sa savremenom "Precor" fitness opremom, kao i sauna. Za sve one koji imaju naviku da trče po nekoliko kilometara, nudimo četiri različite staze za džoging oko hotela.

Lobi hotela je mesto za sebe – prostor koji je veoma udoban i ispunjen životom. Može se smatrati produžetkom naše ponude hrane i pića, jer je "Rezidor" hotelska grupacija implementirala novi koncept restorana koji ovde testiramo. Reč je o integrisanom konceptu koji nadmašuje sam F&B aspekt. Imaćemo jedan od najlepših kafea u gradu, uključujući arhitektonske elemente, dizajn, muziku, kao i sam izgled posuđa i uniformi zaposlenih. Na taj način, mi našim gostima obezbeđujemo

neverovatno iskustvo, sa ciljem da nam se oni iznova vraćaju.

DA, JA MOGU!

• *Možete li nam reći nešto više o dizajnu enterijera hotela i o specijalnoj dekorativnoj tehnici koja se primenjuje prvi put u Srbiji?*

- Ne bih baš previše da otkrivam, ali postoji jedna novina, ne samo u Srbiji, nego delom i u "Radisson Blu" hotelima. Naime, zidovi soba biće oslikani u jednoj posebnoj tehnici koju je razvila i implementirala umetnička kuća "Strauss & Hillegart". Rezultati su zapanjujući. Poput optičke iluzije, čini se kao da zid odražava sobu u kojoj se nalazite... Teško je zamisliti, morate to doživeti.

• *Da li ste već regrutovali osoblje i po kojim kriterijumima birate kandidate?*

- U "Rezidor hotelskoj grupaciji" mi uvek tragamo za novim ljudima koji će razumeti koliko važnu ulogu imaju u prenošenju našeg

kvaliteta i ugostiteljskog duha na svoje goste i kolege.

Ljudi su naš najdragoceniji resurs. Ulaskom u "Rezidor hotelsku grupaciju", vi postajete deo dinamične, brzo rastuće porodice, posvećene najvišem nivou usluge. Ulazite u okruženje gde je moto "Da, ja mogu" (*Yes I Can!*) ukorenjen u naše svakodnevno poslovanje, gde se naša posvećenost gostima, vlasnicima, kolegama i dobavljačima zasniva na izvrsnosti i pozitivnom stavu. Ukratko, mi zapošljavamo nove ljude koji imaju stav "Da, ja mogu!".

Pre svega, potrebni su nam ljudi koji su motivisani i iskusni. Mi ne želimo da zaposlimo one ljude koji će da ostanu sa nama dugi niz godina. Mi želimo da ih razvijamo, da podržimo njihovu karijeru, pomognemo im u transferima u okviru hotelske grupe kako bi se osposobili za menadžerske funkcije, naročito kada su žene u pitanju. Naravno, mi smo već počeli sa regrutovanjem zaposlenih, jer treba mnogo posla uraditi unapred, kako bismo osoblje adekvatno obučili pre nego što primimo naše prve goste.

ZDRAV ODNOS SA KONKURENCIJOM

• *Koji gosti su vaša ciljna grupa? Kako ćete se "boriti" sa konkurencijom?*

- Fokusiraćemo se na korporativno poslovanje kroz organizaciju različitih događaja, kongresa, poslovnih sajmova i ugovora sa kompanijama. Tokom svoje karijere naučio sam koliko je važno imati zdrav odnos sa konkurencijom. Konkurencija ne podrazumeva samo borbu za tržišni udeo, snižavanje cena i poklanjanje besplatnih usluga. Konkurencija bi trebalo da nam pomogne da učimo jedni od drugih, da imamo isti cilj, istu viziju i pravac, da ostvarujemo zajednički uspeh. Ovakva politika imaće pozitivan efekat ne samo na naše prihode, nego će takođe pozitivno uticati na ceo grad.

• *Koji je vaš poslovni moto? Kakvu poruku biste uputili beogradskim hotelijerima?*

- Snižavanje cena znači i snižavanje vaše reputacije. Kada nudite pristojan kvalitet, gost će prihvatiti njegovu cenu. Budite iskreni i pouzdani, i ispunite ono što obećate. To je moj moto, a poruka beogradskim hotelijerima glasi: „Radujemo se što ćemo biti deo ovog raznovrsnog hotelskog tržišta!“

Intervju vodila: Biljana Bosnić

U „REZIDORU“ OD 2005. GODINE

Thomas Swieca, generalni direktor hotela „Radisson Blu Old Mill“ u Beogradu, poreklom je iz Nemačke. Diplomirao je na Akademiji operativnog menadžmenta u hotelskoj industriji (WIHOGA) u Dortmundu. Svoju bogatu karijeru gradio je na različitim pozicijama u hotelima „Maritim“ u Kelnu, „Konigshof“ u Bonu i „SportSchloss“ u Velenu. Hotelskoj grupi „Rezidor“ pridružio se u junu 2005. godine, kada je kao generalni direktor otvorio hotel „Radisson Blu Media Harbour“ u Dizeldorfu. Pet godina kasnije postaje generalni direktor hotela „Radisson Blu Resort El Quseir“ u Egiptu, a u maju 2011. godine otvara hotel „Radisson Blu Resort & Spa Cesme“ u Turskoj, takođe na poziciji generalnog direktora. Na čelu beogradskog „Radisson Blu“ hotela je od septembra 2013. godine.

- Veoma sam ponosan što sam toliko dugo deo „Rezidor“ tima. Naročito zbog jedinstvenog brenda „Radisson Blu“, čiji se svaki hotel međusobno razlikuje, u zavisnosti od destinacije na kojoj se nalazi. Bez obzira što je ekskluzivna usluga zajednička odlika svakog „Radisson Blu“ hotela širom sveta, atmosfera, stil i kultura razlikuju se od hotela do hotela. Naime, specifičnost svakog hotela zapravo oslikava posebnost lokacije na kojoj se nalazi. Tako da svaki hotel ima svoj jedinstven stil i karakter, koji nećete naći ni u jednom drugom – tvrdi naš sagovornik, koji je već devet godina član Asocijacije evropskih hotelskih menadžera (E.H.M.A.).



HOTELS

NOVI HOTEL, *ново iskustvo*



B Hotels is FIRST REAL economy class hotel in Serbia. Complete comfort without unnecessary costs is one of basic postulates of B Hotels. Hotel has 85 comfortable rooms with breakfast service included, and has also in its offer free Wi-Fi within whole hotel, transfer to airport, free outdoor parking, underground garage, as well as early breakfast from 5 o'clock in the morning.

Smešten u poslovnom delu Novog Beograda, između Auto-puta E75 i reke Save, na 10 minuta hoda do Airport Citi-ja novoootvoreni B Hotels nudi svojim gostima jedinstveni odnos kvaliteta i udobnosti.

Uvođenjem novog koncepta hotelskog poslovanja B Hotels je PRVI PRAVI economy class hotel u Srbiji. Potpuni komfor bez nepotrebnih troškova jedan je od osnovnih postulata B Hotels-a. Uslugu noćenja s doručkom B Hotels upotpunjuje besplatnim bežičnim internetom u celom objektu, transferom do aerodroma, besplatnim spoljnim parkingom, podzemnom garažom, kao i ranim doručkom od 5:00 časova.

Svih 85 standardnih soba dizajnirano je i opremljeno kao udoban prostor za naše goste. Sobe imaju staklene otvore balkonskih dimenzija, što sobu čini osvetljenom. Udoban krevet, specijalno dizajniran radni sto uz LCD televizor i ambijentalo osvetljenje, čine standardnu sobu udobnom i prilagođenom svakom gostu.

Minimalistički dizajn enterijera, u kojem preovlađuju prirodni materijali i pastelni tonovi, omogućavaju ugodan boravak svakom gostu. Odabirom komadnog nameštaja B design-a zaokružena je ideja postavljanja B Hotels standarda koji će naši gosti prepoznati i, nadamo se, preporučiti.

ŠTA NAS PREPORUČUJE?

- 200 m od Airport City-a.
- 900 m od Auto-puta E-75.
- 20 minuta hoda do reke Save.
- Parking u okviru hotela.
- Rani doručak.



HOTELS

Zemunska 24

11000 Beograd, Srbija

web: www.b-hotels.rs



LUKSUZNO ZDANJE u srcu Mačve

Raskošan poslovni centar „Sloboda“, u samom središtu Šapca, učinio je bogatu Mačvu još bogatijom, a stanovnike Šapca osvojio već pri prvom susretu! „Sloboda“ je polako počela da diše, da živi, da stvara novu istoriju ovog grada na Savi. Sa novom „Slobodom“ u Šabac je ušetao svet, a Šapčani počeli da osećaju nadahnjujuću sinergiju glamura i šarma velikih evropskih prestonica.

Moćno, ali rafinirano i luksuzno opremljeno zdanje, sa mnoštvom sadržaja, postalo je pravo

mesto za poslovne ljude, sastanke, konferencije, seminare... ali i za najlepše lične i porodične događaje, koji će u „Slobodi“ dobiti onaj kvalitet „plus“ i zahvaljujući njemu biti zapamćeni kao neobični i dragoceni.

Poslovni centar „Sloboda“ je veoma kompleksan i čini ga mnoštvo raznolikih, dobro ukomponovanih sadržaja. U prizemlju su lokali sa poznatim brendovima - „SportVision“, „Alfa plam“ sa *show room*-om..., kao i kafe-*poslastičarnica* „Vremeplov“ - mesto koje su

Šapčani odmah zavoleli. Uređena je u retro stilu, te svoje goste, dok uživaju u tradicionalnim poslasticama, uspešno vodi kroz slavnu istoriju „malog Pariza“. Već po otvaranju, izdvojila se svojom uslugom, ponudom i kvalitetom, i zahvaljujući osobenom šarmu i atmosferi, ubrzo postala šabačko kultno mesto.

Za odmor i prenoćište ovaj poslovni centar raspolaže sa 95 za sada nekategorisanih ali kompletno opremljenih luksuznih jedinica, uključujući 47 soba sa francuskim ležajevima,



Lavish business center „Sloboda“, in the heart of Šabac, made the rich Macva even richer, and residents of town Šabac were impressed at first sight! „Sloboda“ has slowly begun to breathe, to live, to create a new history of this town on the river Sava. With the new „Sloboda“, in Šabac came the world, and Šabac residents began to feel an inspiring synergy of glamour and charm of the great European capitals. Powerful but refined and luxuriously furnished building, with a variety of content, has become the place for business people, meetings, conferences, seminars ... but also for the most beautiful personal and family events that will get in the „Sloboda“ that extra quality and be remembered as an extraordinary and valuable.

24 „executive“ sobe, tri predsednička apartmana... I u svakoj: udoban nameštaj, tekstil vrhunskog kvaliteta, besprekorna oprema – u skladu s usvojenim visoki standardi.

Na prvom spratu nalazi se multifunkcionalna i savremeno opremljena sala „Cer“ koja može da primi 120 osoba, dok je na međuspratu raskošan *à la carte* restoran sa 160 mesta, „Kristalna dvorana“ sa 700 sedišta, koja se po potrebi može deliti na dve dvorane - „Kristal 1“ i „Kristal 2“, kao i „boardroom“ sa 30 mesta.

Enterijer ovog luksuznog zdanja rađen je u skladu sa standardima „A Hotela“, te u njemu dominiraju prirodni kamen „travertino“ i „botticino“, kombinovani sa crnim mermerom i oniksom. Grandiozni stubovi obloženi su mozaik pločicama sa zlatnim i srebrnim bordurama, što doprinosi otmenosti ove građevine.

Raskošnim holom dominira monumentalno stepenište, oivičeno ogradom od kovanog gvožđa, kao i kristalni luster sa više od 500 sijalica, visok 6 metara i težak 1,5 tonu! Enterijer hola opremljen udobnim salonskim nameštajem i raskošno dekorisan, gostima omogućava prijatan boravak i uspešno obavljanje poslovnih razgovora u sofisticiranom i inspirativnom okruženju.

Poslovni centar „Sloboda“, uveliko je u fazi postepenog otvaranja. Kada bude konačno otvoren, krasice ga moderan wellness & spa centar na dva nivoa: sa recepcijom, svlačionicama i prostorijama za masažu – u prizemlju, dok će na spratu gosti imati priliku da se opuste u dakuziju, bazenu i saunama, ili da osnaže svoje telo u fitness centru.

„Sloboda“ – snaga Mačve, glamur i šarm Evrope!



Ponovo dominacija ONLINE turističkih agenata?!



Nakon što smo nedavno održali Dotcomhotel konferenciju o elektronskom poslovanju hotela u Varšavi, došao sam do zaključka da hotelijeri jednostavno ne rade svoj domaći zadatak. Zato ćemo se u nekoliko narednih godina suočiti sa više briga i problema oko dominacije online turističkih agenata hotelskom industrijom. Meta pretraga može biti deo rešenja tih problema.

Za meta pretragu, aktuelnu temu u oblasti distribucije u hotelijerstvu, očekivalo se da će osnažiti male grupe hotela i individualne hotelijere u prilici da povrate deo "distributivnog kolača" od online turističkih agencija, koje dominiraju na tržištu. Za trenutak se činilo da će rezultat biti optimistički, ali pored jednog globalnog portala, kao što je TripAdvisor, pojavili su se i drugi (Trivago, Google, Kayak, Wego, itd.) i obezbedili sebi dominantan položaj na tržištu.

OŠTRA BORBA ZA PROCENAT

Dve velike prinove u svetu meta pretrage su Trivago koji je preuzela Expedia, i Priceline koji je nedavno kupio Kayak, što ukazuje na određeni trend u hotelskoj industriji. U ranijim fazama vođenja kampanja na portalima, kupci su mogli da se uključe samo putem specijalizovanih agencija. To je hotelijerima stvaralo dodatne troškove (troškovi usluge i procenat od *klika*), ali sada hoteli mogu da vode sopstvene kampanje bez posrednika.

Možemo očekivati da će svi pružaoci usluge smeštaja jednom pokušati da iskoriste tu mogućnost kako bi obezbedili dodatni prihod od prodaje i postali nezavisniji od turističkih agencija. Ipak, ako pogledate u liste meta pretrage hotela u evropskim gradovima teško da ćete videti direktne ponude iz hotela, već su tamo najčešće 3-4 online turistička posrednika koji koriste visoku online reputaciju hotela. Borba za procenat od hotelskog booking-a je oštra.

Kao suorganizator konferencije o e-poslovanju u hotelijerstvu u cen-

tralnoj i istočnoj Evropi, imao sam priliku da razmenim mišljenje sa hotelijerima iz zemalja celog regiona. Poruka iz Budimpešte, Varšave ili Praga je ista i nepromenljiva, "jednostavno ne znamo", misleći na komplikovanu prirodu razumevanja i upravljanja različitim poslovnim modelima na platformama meta pretrage. To je normalno, ali šta ako bismo uporedili kampanju meta pretrage i klasične *AdWords* kampanje?

Danas postoji mnogo hotelijera koji bi ili pokušali da vode sami kampanju ili možda upotrebili eksterne izvore kako bi povećali vidljivost hotela u rezultatima pretrage. Iako je teritorija zastrašujuća: stvaranje validnog sadržaja reklame, pravilan odabir ključnih reči, kalkulacije i postavljanje koje je optimizovano, mnoštvo detalja koji zvuče kao nauka. Ovo je posebno tačno kada se uporedi sa meta pretragom gde je jedini parametar cena po kliku, a ne selekcija ključnih reči. Konačno, mnoge pretrage vezane za putovanja danas počinju zapravo na portalima kao što su TripAdvisor, a ne na Google-u ili drugim pretraživačima.

PREDNOSTI META PRETRAGE

Ali da li je meta pretraga idealno rešenje za sve hotele? Da li će sve aktivnosti stvoriti istu prodaju? Odgovor je naravno, "ne", ali lepota meta pretrage je u veoma malim troškovima ulaska i u detaljnim izveštajima. Nema potrebe da ulažete hiljade eura i čekate nekoliko meseci da biste videli prve rezultate. Dovoljno je da potrošite 500 eura i posle tri ili četiri nedelje videćete efekte investici-



In a couple of years we are going to face still more concern and distress over OTAs dominating our hospitality business. Meta Search can empower small groups and independent hoteliers with the chance to win back from on-line agencies part of the "distribution pie". In the early stages of campaigning on price comparison portals, customers were only able to engage via specialized agencies, but now everybody can run their own campaigns without intermediaries, with the help of MetaI/O platform and OTA Insight application.

je. Velika potrošnja vremena i komplikovano vođenje kod meta pretrage je sada stvar prošlosti.

Zašto ne biste krenuli u probnu kampanju, koristeći MetaI/O platformu (<http://metaio.com/>)? Ova univerzalna i za upotrebu jednostavna tehnologija, povezuje hotel ili lanac hotela sa svim platformama, i sa jednim klikom kampanja može da se prekine na Trivago-u, započne na Wego-u, poveća prisustvo ponude na Google-u i smanji na Tripadvisor-u, itd.

Možete reći da nemate iskustva sa meta pretragom, ali ovo nije dobar izgovor. Probajte sledeće: isprobajte kampanju, proverite rezultate, modifikujte je i probajte ponovo isti scenario kao sa bilo kojom drugom kampanjom. Postoji mnogo faktora, zašto kampanje meta pretrage nisu 100% uspešne, ali najvažniji je integritet cena. Povećanje popularnosti meta pretrage otvara nova bojna polja za sve online turističke agencije i druge posrednike, kao što

su veleprodaja, koja često forsira niže cene od onih na vašem sajtu.

Kako možete znati šta se dešava sa vašim cenama? Tehnologija i ovdje može da vam pomogne. Sa OTA Insight aplikacijom (<http://ota-insight.com/>), možete pratiti cene na svim online kanalima, uključujući i online turističke posrednika i veleprodavce, i povrh svega dobijate pouzdane podatke o cenama konkurentnih hotela i zahtevima na tržištu. Imajući toliko podataka na raspolaganju koje možete da razumete, pomoći će vam da upravljate svojom prodajom i kampanjama.

MANJI TROŠKOVI, VEĆI EFEKTI

Šta MetaI/O i OTA Insight aplikacije imaju zajedničko? Ova rešenja su zasnovana na web-u, što znači da ne predstavljaju dodatni trošak koji imate na serveru i ne mešaju se u hotelski kompjuterski program. Zahvaljujući tome, hoteli mogu da izbegnu velike troškove

instaliranja. Isto tako regularni troškovi su pristupačniji, čak i za manje hotele, a najvažnije je da hotel ne mora da potpisuje ugovore koji obavezuju na nekoliko godina. U nekim slučajevima možete se pretplatiti za mesec ili dva meseca, što vam daje slobodu da isprobate više mogućnosti i izaberete najpogodniji.

Ne postoji dobar izgovor da ne probate nove mogućnosti koje nudi meta pretraga. Na početku prošle decenije hotelijeri nisu ozbiljno shvatali potencijal online distribucije, ali neki turistički agenti jesu. Njihova investicija se isplatila kroz dvocifrene provizije koje su dobijali od hotela u proteklih 12 do 14 godina. Vreme je da isprobamo te nove metode preuzimanjem prodaje u naše ruke. Online turističke agencije odigrale su svoju ulogu, ali nema svrhe da ih plaćamo za nešto što možemo i sami da uradimo.

Tomasz Janczak*

*Tomasz Janczak** radi na poziciji direktora razvoja poslovanja CEE&CIS u OTA Insight, gde je došao posle tri godine provedene u Pragu na poziciji direktora korporativnog e-poslovanja u kompaniji Mamaison Hotels and Residences – grupi od 10 boutique hotela visoke kategorije u Češkoj, Poljskoj, Mađarskoj, Rusiji i Slovačkoj. Suosnivač je Dotcomhotel - Hospitality E-Commerce and Revenue Management konferencije, koja se organizuje u regionu Centralne i Istočne Evrope. Budući da je osoba koja odmah prihvata tehnološke inovacije, Tomasz je započeo da radi na e-poslovanju 2005. godine, kada je bio odgovoran za razvoj CEE tržišta za američki brend free-hotspot.com, koji obezbeđuje besplatan Wi-Fi u hotelima. Traga za novim tehnologijama i rešenjima, koji mogu da unaprede poslovanje u hotelskoj industriji i povećaju zadovoljstvo gosta. Voli da uvodi upotrebu „važnih podataka“ u svakodnevno poslovanje hotela i pažljivo prati potencijalne uticaje na reputaciju hotelskog brenda u strategiji određivanja cena. Njegova želja je da promeni pristup u industriji od informacione tehnologije u informacione usluge za hotelijere. Tomasz dolazi iz Poljske, ima 45 godina i troje dece.

Strateškim partnerstvom do novih tržišta



PARTNERSTVO KAO „MALA“ STVAR PRESTIŽA

- Miles & More je vodeći program lojalnosti u Europi i omogućava nam da imamo pristup novim potencijalnim gostima Falkensteiner hotela, naročito na ključnim tržištima poput Nemačke i Srbije, gde još uvek nemamo snažno prisustvo, jer su to za nas relativno nova tržišta. Osim toga, Miles & More je za nas i "mala" stvar prestiža, i mi smo jako ponosni što smo prihvaćeni kao partneri ovog programa.

• *FMTG je respektabilna kompanija u hotelskom biznisu koja promovise visoke standarde. U vašem portfoliju su hoteli sa 4 i 5 zvezdica i to u više zemalja. Gde ste sve i na koji način prisutni?*

- FMTG - Falkensteiner Michaeler Tourism

***Petra Göttling** je u kompaniji Falkensteiner od aprila 2013. godine. Pre toga, bila je na visokim pozicijama u mnogim vodećim svetskim hotelima, poput hotela Hyatt, Kempinski i dr., kao i u Swissôtel Hotels & Resorts, gde je, između ostalog, obavljala poslove regionalnog direktora Prodaje i marketinga za Evropu, zatim potpredsednika Prodaje i marketinga za Evropu, Bliski istok i Mediteran, kao i potpredsednika globalne prodaje. U kompaniji Falkensteiner, Petra Göttling je generalni direktor Prodaje i marketinga Falkensteiner Hotels & Residences, FMTG.

Potpisivanjem sorazuma o saradnji Falkensteiner Hotels & Resorts sa Miles & More international GmbH, podružnicom Deutsche Lufthansa AG, vezano za najuspešniji program lojalnosti u Evropi Miles & More, sa više od 34 miliona korisnika, Falkensteiner je dobio idealnu platformu za intenziviranje prodajnih i tržišnih aktivnosti svojih hotela na internacionalnom nivou. To je, prema rečima **Petre Göttling***, generalnog direktora Prodaje & Marketinga, Falkensteiner Hotels & Residences - FMTG, od strateške važnosti za kompaniju, jer će u narednim mesecima Falkensteiner Hotels & Resorts svoj portfolio proširiti novim hotelima na novim tržištima.

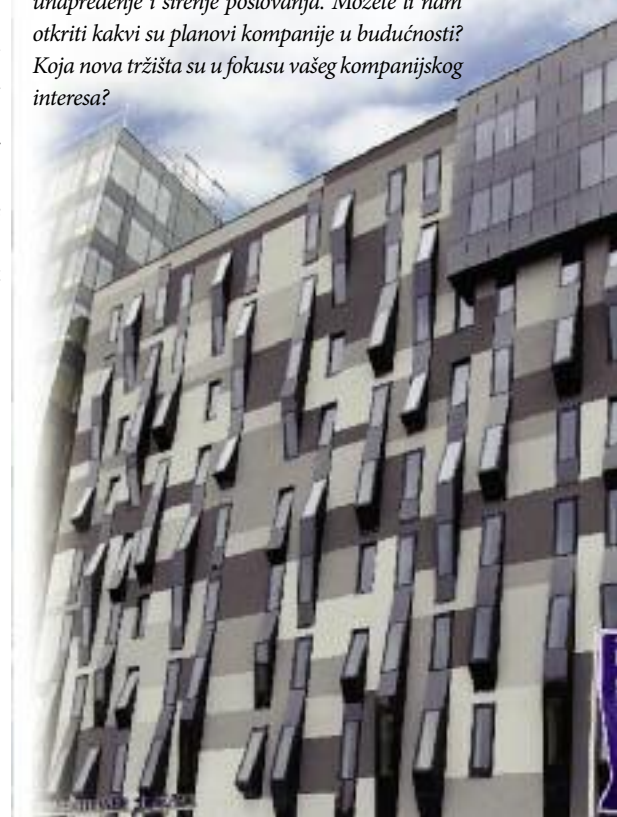
Groupa je jedan od vodećih regionalnih pružaoca hotelskih usluga, ali i kreatora turističkih proizvoda u Srednjoj Evropi. Kompanija FMTG je aktivna u svim područjima razvoja turizma - od planiranja i izgradnje hotela, rezidencija, apartmana do različitih vidova operativnog upravljanja i marketinga. Trenutno, Grupa ima više od 1.750 zaposlenih iz više od 30 različitih zemalja. Kompaniju čine 3 poslovna sektora: FMTG usluge, FMTG razvoj i konsultantske usluge u turizmu kompanije Michaeler & Partner. Najistaknutiji deo naše grupacije je sektor hotelskog menadžmenta, koji čini 28 hotela i 3 rezidencije kojim trenutno upravljamo i čije smeštajne kapacitete prodajemo pod okriljem brenda Falkensteiner Hotels & Residences u šest evropskih zemalja - Austriji, Italiji, Slovačkoj, Češkoj, Hrvatskoj i Srbiji.

• *Verujemo da Miles & More nije jedni program lojalnosti u hotelima Falkensteiner. Šta se dosada pokazalo kao najbolje?*

- Ne bih da sada, što bi se reklo, "pustim mačku iz džaka", ali najkasnije do kraja godine ćemo prezentovati celokupan program lojalnosti za goste Falkensteiner hotela.

USKORO NOVI HOTELI U GRUPI

• *Razumeli smo da je jedan od glavnih ciljeva vaše marketinške strategije, na dugi rok, unapređenje i širenje poslovanja. Možete li nam otkriti kakvi su planovi kompanije u budućnosti? Koja nova tržišta su u fokusu vašeg kompanijskog interesa?*





With the signing of the agreement on cooperation between Falkensteiner Hotels & Resorts and Miles & More International GmbH, a subsidiary of Deutsche Lufthansa AG, regarding the most successful loyalty program in Europe, Miles & More, with more than 34 million users, Falkensteiner got an ideal platform to intensify sales and marketing activities of its hotels on the international level. That is, according to Peter Götting, a Managing Director of Sales & Marketing, Falkensteiner Hotels & Residences – FMTG, of strategic importance for the company, as in the coming months Falkensteiner Hotels & Resorts will expand its portfolio of new hotels on new markets.



- Neposredno uoči predstavljanja našeg prvog projekta u Švajcarskoj, otvorićemo novi hotel sa pet zvezdica na italijanskoj jadranskoj obali u Jesolu, u blizini Venecije, početkom proleća 2015. Tržište Nemačke se takođe nalazi u našem fokusu i tamo će uskoro biti nekih velikih projekata koji će javnosti biti prezentovani u predstojećim mesecima.

• U Srbiji posluju dva hotela u okviru kompanije Falkensteiner. Da li su ispunili vaša očekivanja?

- Mi smo veoma zadovoljni s popunjenošću ova dva hotela u prvih devet meseci 2014, i nastojaćemo da do kraja godine i premašimo očekivanja. U kompaniji imamo pozitivna predviđanja za 2015. i to se odnosi na sve naše hotele.

• Kao generalni direktor za prodaju i marketing u Falkensteiner Hotels & Residences, imate puno iskustva u hotelskoj industriji. Vaš savet hotelijerima: šta je najvažnije za uspeh?

- Hotelski biznis je biznis sa ljudima i ja se uvek radujem novim izazovima, i verujem da ću uspeti da kreiram rešenja koja će naše goste, vlasnike kompanije i moj tim učiniti sretnima. Najvažnije je da razumemo tržište i ono šta naši gosti žele i očekuju. Da bismo uspeali, moramo biti jasno tržišno orijentisani i ceo naš tim treba da je na to fokusiran svakog dana.

Ljiljana Rebronja

ALEKSANDAR VASILJEVIĆ, GENERALNI DIREKTOR, FALKENSTEINER HOTELI U SRBIJI

Brend daje konkurentsku prednost

Poslednjih godina broj hotela u Srbiji značajno se povećao, najviše u Beogradu gde je taj rast izrazio veliki. Grade se mali butik hoteli, pojavljuju se, između ostalih, dizajn i economy class hoteli, a sve je više i velikih hotelskih brendova za koje je Srbija zanimljivo tržište. Falkensteiner se, sa svoja dva hotela u našoj zemlji, dobro pozicionirao i izdvojio od konkurencije.

- Upravo tako. Sama činjenica da pripadamo Falkensteiner grupaciji, našem hotelu daje dobru mogućnost pozicioniranja na srpskom tržištu – kaže **Aleksandar Vasiljević**, GM Falkensteiner hotela u Srbiji. - U odnosu na konkurentne hotele, naši hoteli imaju dobre lokacije, moderan ambijent i raznovrsnu ponudu. Međutim, ono što se posebno ističe i što se



definitivno u najvećoj meri odražava na naše poslovanje je usluga na visokom nivou. Mi u svojim hotelima ne prodajemo sobe, nego nudimo iskustvo, a svima koji

organizuju događaje kod nas nudimo uslugu "ključ u ruke".

• Kao i na nivou kompanije, i u Srbiji Falkensteiner hoteli stalno razvijaju nove strategije i programe kojima će pridobiti nove goste, a naročito zadržati stare. Razvijeni su novi programi lojalnosti i započeta saradnja sa "Miles & More", ali da li to važi i za Srbiju?

- Naravno. U oba hotela kojima u Srbiji upravlja kompanija Falkensteiner je već počela primena ovog programa lojalnosti. To je još jedan od načina na koji želimo da nagradimo svoje odane goste. Svesni smo da lojalnost gostiju nije lako održati, jer jednom zadovoljan gost ne znači i lojalnost do kraja života. Zbog toga mnogo napora ulažemo u stalno razvijanje i negovanje odnosa s gostima, praćenje njihovih zahteva i njihovo ispunjavanje. To je, jednostavno, proces koji će trajati dok i mi trajemo, a možda i duže!

KOPAONIK *postaje veliko gradilište!*

- Brus ima sreću da je deo Kopaonika koji mu pripada, neizgrađen a priroda netaknuta, tako da je naš prvi zadatak zaštita prirode i očuvanje biljnih i životinjskih vrsta po kojima smo poznati – ističe predsednik Vidojević.

Turistički podcentar Brzeće je po mišljenju stručnjaka urbanistički prilično neuređen i zahteva izradu planskih dokumenata kojima će se uvesti red i stati na put bespravnoj gradnji. Ali i to će se rešiti.

ŽIVA INVESTICIONA AKTIVNOST

- U ovom trenutku ponosni smo na nekoliko projekata čija je realizacija u toku.

Na elitnoj lokaciji Jaram na Kopaoniku, KBM Plus gradi etno naselje Sveti Simeon. Jaram Vile u neposrednoj blizini staza Karaman i Gobelja, na nadmorskoj visini 1790 metara, imaće 39 luksuznih prodajnih apartmana u 4 vile koje nose imena srpskih kraljica iz dinastije Nemanjića - Anastasije, Simonide, Jelene i Theodore. Vrednost investicije premašuje 25 miliona evra, a u pomenutom kompleksu se nalazi i tzv. Opštinska kuća (800 kvm), koja će po završetku izgradnje biti predata opštini Brus na upotrebu.

U nastavku ove lokacije, takođe na Jarmu, za ulaganje je zainteresovana jedna francuska firma koja je već krenula sa pripremom dokumentacije za izgradnju kompleksa bogatog sadržaja čijom će izgradnjom Kopaonik biti svrstan u sam vrh evropskog zdravstvenog turizma. Investitor je prirodne resurse ovog područja prepoznao kao izvanredne za lečenje i rehabilitaciju pacijenata tako da će elitnim objektima i raznovrsnim pratećim sadržajem, ne samo dovesti, već i zadržati goste na ovim prostorima.

Kopaonik će uskoro na 54 hektara dobiti luksuzni turistički kompleks "Vizzion-Vrhovi Srbije" sa 1.400 postelja. Investitor je belgijska firma "Vizzion Europe", a infrastrukturni radovi su započeti ovoga leta. Namera belgijskog partnera je da budući objekti budu smešteni u zoni odmarališta, apartmana sa hotelskom uslugom, planinakih vila, komercijalnoj zoni, pri čemu će se wellness i spa centar nalaziti na površini većoj od 2.000 kvm. Čitav kompleks je podeljen u tri zone - odmaralište, selo i dolina, a pored smeštajnih kapaciteta sa pet zvezdica, raspolagaće svim pratećim sadržajima: grejani i otvoreni bazeni, dakuzi, saune, medicinski centar, barovi, noćni klubovi itd.



Opština Brus sa svojim izvanrednim geografskim položajem i prirodnim potencijalima, ima mogućnosti da postane značajno ime srpskog turizma. Nažalost, prirodni resursi nisu dovoljno iskorišćeni, a opština se suočava sa ozbiljnim problemom odlaska mladih iz Brusa. Tako je, prema popisu stanovništva iz 2011. godine, broj stanovnika u odnosu na 2002. godinu smanjen za čak 2.721 i iznosi 16.977. Imajući u vidu ovu poražavajuću činjenicu, lokalna samouprava je u svoje prioritetne planove uvrstila razvoj turizma, ali ne samo zimskog, već i letnjeg i zdravstvenog, što bi, kazuje za "Turistički Svet" predsednik opštine Brus Slobodan Vidojević, za početak otvorilo nova radna mesta i vratilo život u grad.



Having in mind that the population drastically decreases, the local government in their priority plans included the development of tourism, not only winter, but also summer and health tourism, which, to begin with, would create jobs and restore life to the town. At this time, several projects are in progress. At an elite location Jaram on Kopaonik, KBM Plus builds ethno village "Sveti Simeon", and Jaram Vile builds 39 luxury suites in 4 villas close to the tracks Karaman and Gobelja, at an altitude of 1790 meters. Further, at Jaram, one French company is interested in investing, and has already started with the preparation of documents for the construction of a complex on Kopaonik that will get this mountain at the top of European health tourism. Soon, there will be on 54 acres a luxurious resort "Vizzion-Vrhovi Srbije" with 1,400 beds. The investor is a Belgian company "Vizzion Europe", and infrastructure works have started this summer. Brus will soon have its first gondola!

U toku je i rešavanje imovinskih odnosa i infrastrukturnih problema za lokaciju površine 82ha na Rendari, koja bi prema projektu trebalo da ima raznovrstan sadržaj, nešto što do sada nije bilo u ponudi, a što će značajno uticati na razvoj turizma na području bruske opštine. Pored skijaškog turizma, ovde će se naći i prostor predviđen za konjičke sportove i zdravstveni turizam. U planu je i izgradnja prve skakaonice, tako da će, imajući sve to u vidu, Kopaonik već od proleća postati jedno od najvećih gradilišta u Srbiji.

GONDOLOM DO VRHA KOPAONIKA

Međutim, naša ulaganja u turizam se ne završavaju na ovome. Svesni da savremeni gosti imaju sve više želja, te da u borbi za prestiž treba udovoljiti sve probirljivijim zahtevima, naše plansko opredeljenje je da Brus uskoro dobije svoju prvu gondolu. Smatramo da će to biti naša žila kucavica, tim pre što bi polazne stanice

gondola koje su u planu bile u Brzeću. Za gondolu Bela reka, koja od Brzeća uz dve podstanice izlazi na Kopaonik kod Vojnog doma na Suvom rudištu, Memorandum o saradnji potpisali su JP Skijališta Srbije, italijanska firma Lajtner MG i Brzmin Brzeće. U toku je postupak za pripremu dokumentacije tako da su očekivanja da će gradnja uskoro i početi. Druga gondolska žičara bi izlazila na Srebrnac čime ćemo pokriti i ovaj deo planine.

Pored ovog, zadnjih par meseci pokrenuli smo inicijativu za realizaciju projekta izgradnje elitnog apartmanskog vikend turističkog naselja na potezu Gočmanci u Brzeću. Naša je zamisao da svim zemljama ponudimo da na ovom prostoru naprave svoje nacionalne kuće, tako da na jednom mestu imamo svet u malom.

VAZDUŠNA BANJA SA MINERALNOM VODOM

- Naravno, u našem nastojanju da unapredimo turističku ponudu, ne razmišljamo samo o

Kopaoniku, jer Brus ima izvanredne mogućnosti i za razvoj banjskog turizma. Opština Brus je još 1938. godine proglašena za vazдушnu banju, a u samom gradu imamo izvor tople mineralne vode čija je temperatura 27°C. Analize su pokazale da ova voda zbog svojih hemijskih i fizičkih osobina, pijenjem, kao dopunsko sredstvo lečenja može da se koristi kod gastritisa, oboljenja želuca i creva, kao i oboljenja bubrega i mokraćnih puteva.

Svakako treba napomenuti da smo nedavno imali posetu investitora iz Rusije koji su zainteresovani za izgradnju na Kopaoniku. Povratna informacija je krajnje pozitivna, a opština Brus je pozvana da učestvuje na Sajmu turizma koji se u Moskvi održava od 16. do 19. oktobra. Nadamo se da ćemo se sa ove sajamske manifestacije vratiti sa lepim vestima i konkretnim dogovorima u delu investiranja u banjski i zimski turizam.

Brus ne čeka svoju šansu, on je sam stvara. Zato je u nastojanju da napravi što povoljniji ambijent za investitore, Opština uvela brojne olakšice za investitore i ubrzala procedure izdavanja dozvola. Zato je sasvim realno za očekivati da će prihod od turizma u narednom period biti višestruko uvećan – s ponosom zaključuje Slobodan Vidojević, predsednik opštine Brus, odlučan da razvija turizam s ciljem da stvori takve uslove za život, zbog kojih niko neće poželeti da ode iz Brusa.

Lj. R.



VREDAN RAD I KVALITET *prave razliku!*

Prema rečima **Tamare Taušanović**, izvršnog asistenta u Nacionalnoj asocijaciji turističkih agencija – YUTA, turizam u Srbiji još uvek ne predstavlja privrednu granu od značaja, budući da je, bar što se agencijske delatnosti tiče, najveći deo korisnika ovih usluga vezan za emitivni turizam. Ona smatra da budućnost srpskog turizma leži u razvoju receptivnog turizma, koji će u narednim godinama biti jedan od prioriteta i zahtevaće brojne izmene zakonske regulative, razvoj infrastrukture, kao i obrazovane kadrove iz oblasti turizma i hotelijerstva.



Tamara Taušanović, executive assistant at the Serbia National Association of Travel Agencies – YUTA, in an interview for “Turistički Svet” magazine, pointed out that future of tourism in Serbia lies in the hands of young professionals, and in the development of inbound tourism.

O d malih nogu, Tamara je pokazivala interesovanje za strane jezike. Engleski jezik počela je da uči sa 6 godina, a tokom srednje škole španski i nemački. Oduvek je videla sebe u poslu koji će uključivati rad sa strancima, putovanja i dinamiku, te ne čudi što je njena odluka o izboru karijere „pala“ na turizam. Po preporuci brojnih prijatelja i rođaka odlučila se za Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment Univerziteta Singidunum, kao najbolji u oblasti turizma, i nije se pokajala.

• *Koliko je iskustvo stečeno na Fakultetu za turistički i hotelijerski menadžment bilo presudno za dalji razvoj vaše karijere?*

- To iskustvo je, u mom slučaju, bilo od presudnog značaja. Osim odličnog teorijskog znanja, stručna praksa koju fakultet omogućava svojim studentima izuzetna je prilika za sticanje praktičnih znanja i šansa za zaposlenje. Upravo tako sam dobila posao u jednoj od vodećih turističkih agencija na našem tržištu – u „Kon Tiki Travel“-u. Ovu šansu sam želela da iskoristim na najbolji mogući način i da naučim što više. Na sreću, uvek postoje oni koji prepoznaju vaš trud, zalaganje, znanje i ambiciju i koji pružaju šansu mladim ljudima. Smatram da vredan rad i kvalitet prave razliku i da se uz veliku upornost i malo sreće može stići do željenog cilja, u ovom slučaju – posla.

VIZUA TURIZMA KROZ AGENCIJSKO POSLOVANJE

• *Koji su sve bili zadaci „product manager“-a u jednoj od najpopularnijih turističkih agencija u zemlji?*

- To je bilo sjajno iskustvo za mene, budući da sam već tokom četvrte godine studija dobila priliku da počnem da radim jedan veoma složen i odgovoran posao, koji je praktično obuhvatao sve aktivnosti u vezi sa planiranjem, osmišljavanjem, kalkulacijom i realizacijom paket aranžmana. Zadatak *product manager*-a je da u saradnji sa sektorima prodaje, marketinga i finansija isprati ceo tok svog proizvoda. Ja sam bila zadužena za tri destinacije – Siciliju, Sardiniju i Sorento. Odeljenje u kojem sam radila bilo je zaduženo i za kongresnu i sajamsku delatnost, odnosno, za korporativne klijente. Imala sam veliku podršku svih kolega i nadređenih, što mi je kao jednom od najmlađih članova u timu mnogo značilo.

• *Već duže od godinu dana ste na poziciji izvršnog asistenta Nacionalne asocijacije turističkih agencija YUTA. Šta je tačno vaš posao?*

- Ovaj posao omogućava sagledavanje šire slike turizma kao delatnosti. Jedna od prednosti svakako su brojni kontakti sa ljudima, ne samo iz agencijske delatnosti, već i iz komplementarnih oblasti, kao što su hoteli, avio kompanije, osiguravajuće kuće, brojne međunarodne asocijacije i organizacije, ambasade, mediji, itd. Neke od svakodnevnih aktivnosti obuhvataju poznavanje zakonske regulative i dešavanja na tržištu, rad na projektima, saradnju sa sličnim asocijacijama i međunarodnim organizacijama, organizovanje različitih skupova, kao i marketinške aktivnosti u cilju promocije same asocijacije, njenih članova i aktivnosti.

• *Koje sve standarde agencije moraju da ispune da bi dobile licencu, a, s druge strane, kako se licenca gubi?*

- Uslovi koji moraju da se ispune za obavljanje poslova turističke agencije i dobijanje licence propisani su važećim Zakonom o turizmu i drugim zakonskim podaktima. Neki od uslova odnose se na posedovanje garancija putovanja u slučaju insolventnosti i odgovornosti, što je uređeno posebnim pravilnikom. Takođe, za rukovodioca organizatora putovanja propisani su uslovi u pogledu stručne spreme, radnog iskustva u oblasti turizma, kao i poznavanja stranih jezika. Licencu za organizovanje i realizovanje turističkih putovanja u zemlji i inostranstvu izdaje Registrator turizma, u okviru Agencije za privredne registre, sa rokom važenja od tri godine. Licenca se može izgubiti ukoliko dođe do povrede odredbi Zakona o turizmu. Iako članstvo u asocijaciji YUTA nije obavezujuće za turističke agencije, YUTA danas, kao reprezentativna asocijacija turističkih agencija, okuplja više od 300 članica koje ostvaruju više od 90% prometa organizovanih turističkih putovanja u Srbiji.

RAZVOJ RECEPTIVNOG TURIZMA – PRIORITET

• *Koliko vam posao izvršnog asistenta daje prostora za kreativnost?*

- Imam sreću da radim u sjajnom timu gde pristupamo radu kroz podsticanje kreativnosti i tu zaista nema mesta za pritisak i stres. U

takvim uslovima, u kojima ste motivisani i od strane nadređenih, kreativnost se maksimalno ispoljava, čak i u nekim svakodnevnim zadacima, a najviše prilikom organizacije određenih događaja i planiranja marketinških aktivnosti. Na primer, Internacionalni susreti turističkih asocijacija - ISTA tradicionalno se održavaju na svakih 6 meseci i okupljaju predstavnike 6 asocijacija iz regiona (Srbija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Albanija i Makedonija). Ovaj četvorodnevni skup podrazumeva radni deo, *B2B Workshop*, sportski deo i druge aktivnosti. ISTA, kao i slični skupovi u kojima YUTA učestvuje predstavljaju poseban izazov i zahtevaju profesionalan i originalan pristup organizaciji, budući da su svi učesnici predstavnici turističke industrije. Osnovna ideja o saradnji nacionalnih asocijacija turističkih agencija temelji se na zajedničkom delovanju kroz projektne i razvojne aktivnosti s ciljem razvoja turizma i agencijske delatnosti, kako u regiji, tako i na tržištima pojedinih država. Među najvažnijim planovima je da se utemelje modeli nastupa, promocije i razvoja zajedničkih turističkih programa, po kojima bi turisti u jednoj turi obilazili dve, tri ili četiri zemlje regiona, s ciljem plasmana i promocije na tržištima Dalekog istoka, Evrope i sveta.

• *Kako vidite situaciju u Srbiji, bar što se turizma tiče i da li je on u prvim rukama, obzirom da je sve više mladih koji žele da se bave ovim poslom?*

- Nažalost, turizam u Srbiji još uvek ne predstavlja privrednu granu od značaja, budući da je, bar što se agencijske delatnosti tiče, najveći deo korisnika ovih usluga vezan za emitivni turizam, što našim turističkim agencijama daje status klasičnih uvoznika usluga i stavlja ih u veoma nepovoljan položaj. Razvoj receptivnog turizma u Srbiji će u narednim godinama biti jedan od prioriteta i zahtevaće brojne izmene zakonske regulative, razvoj infrastrukture, kao i obrazovane kadrove iz oblasti turizma i hotelijerstva. U tome vidim priliku za brojne mlade ljude koji bi želeli da se bave ovim poslom i koji će, nadam se, u godinama koje dolaze videti svoju šansu kroz napredak ove zemlje i odlučiti se da svoju karijeru grade u Srbiji.

Katarina Ilić

LUKSUZAN HOTEL

za savršen odmor



Na istom događaju na kojem su ovog leta, u organizaciji globalne kampanje World Travel Awards za 2014, hotel „Zira“ i „Squer Nine“ proglašeni za naše vodeće hotele u svojim kategorijama, bugarski Yastrebets Hotel Wellness & Spa proglašen je za vodeći rizort u svojoj zemlji. U razgovoru sa **Dessislavom Gospodinovim**, generalnim menadžerom ovog ekskluzivnog bugarskog rizorta u skijaškom centru Borovec, saznali smo šta je suština luksuza, posvećenosti poslu, brige o gostima... Otkrio nam je da za njih ništa nije previše specijalno, osim njihovih gostiju, za koje se bore kvalitetom usluge, čineći dodatne napore da bi se osećali prijatno... A rezultat svega toga su priznanja i – napredak, čak i u vreme recesije.

• *Ovog leta Yastrebets Hotel Wellness & Spa dobio je međunarodno priznanje "Bulgaria's Leading Resort 2014" – specijalnu nagradu za izvanredane hotele. Šta ova nagrada za vas predstavlja?*

- Ona mnogo znači svima nama u hotelu, jer predstavlja veliko priznanje za kvalitet naše usluge i za naš posao. Rekao bih da ovakva nagrada doprinosi motivaciji zaposlenih. Svi smo bili uzbuđeni i zadovoljni kad su nas proglasili za pobednike i još uvek nas drži to uzbuđenje. Osim toga, ovom nagradom se izdvajamo od drugih, i pošto smo veoma posvećeni poslu, ona za nas znači veliku odgovornost da obezbedimo još bolju uslugu i kvalitet.

TRENUTAK ISTINE

• *Vaš hotel, koji je simbol luksuza, nalazi se u parku prirode u blizini poznatog bugarskom ski centra Borovec. Šta je to posebno u Yastrebets hotelu?*

- Postoje mnogi luksuzni hoteli širom sveta, ali ono što nas izdvaja je fantastična lokacija. Hotel se nalazi visoko na planini, na 1600 m nadmorske visine, sa pogledom na snežne padine, prelepu planinu Rila i borovu šumu. Ovo je savršeno mesto za odmor - usred prirode, a u isto vreme ste okruženi komforom i delikatnom brigom svih zaposlenih. Hotel ima privatni parking za goste pored hotela na 50 ari, teretanu na otvorenom, staze za mountain bike,

neverovatne staze za šetnju, drvene skulpture, itd.

Pored hotela se nalazi i 12 identičnih finskih brvnara na dva sprata, svaka sa privatnom saunom. Brvnare su savršene za goste koji žele drugačiju vrstu smeštaja i više privatnosti.

Za najmlađe goste, ispred hotela je izvanredno igralište na otvorenom sa drvenim kućicama, mostovima i ljuljaškama... Postoji i igralište u hotelu sa puno igraćaka i profesionalnom animacijom. Deca ga obožavaju, a i roditelji, jer imaju vremena za sebe. Kako sam i sam roditelj, znam koliko je to ponekad dragoceno.

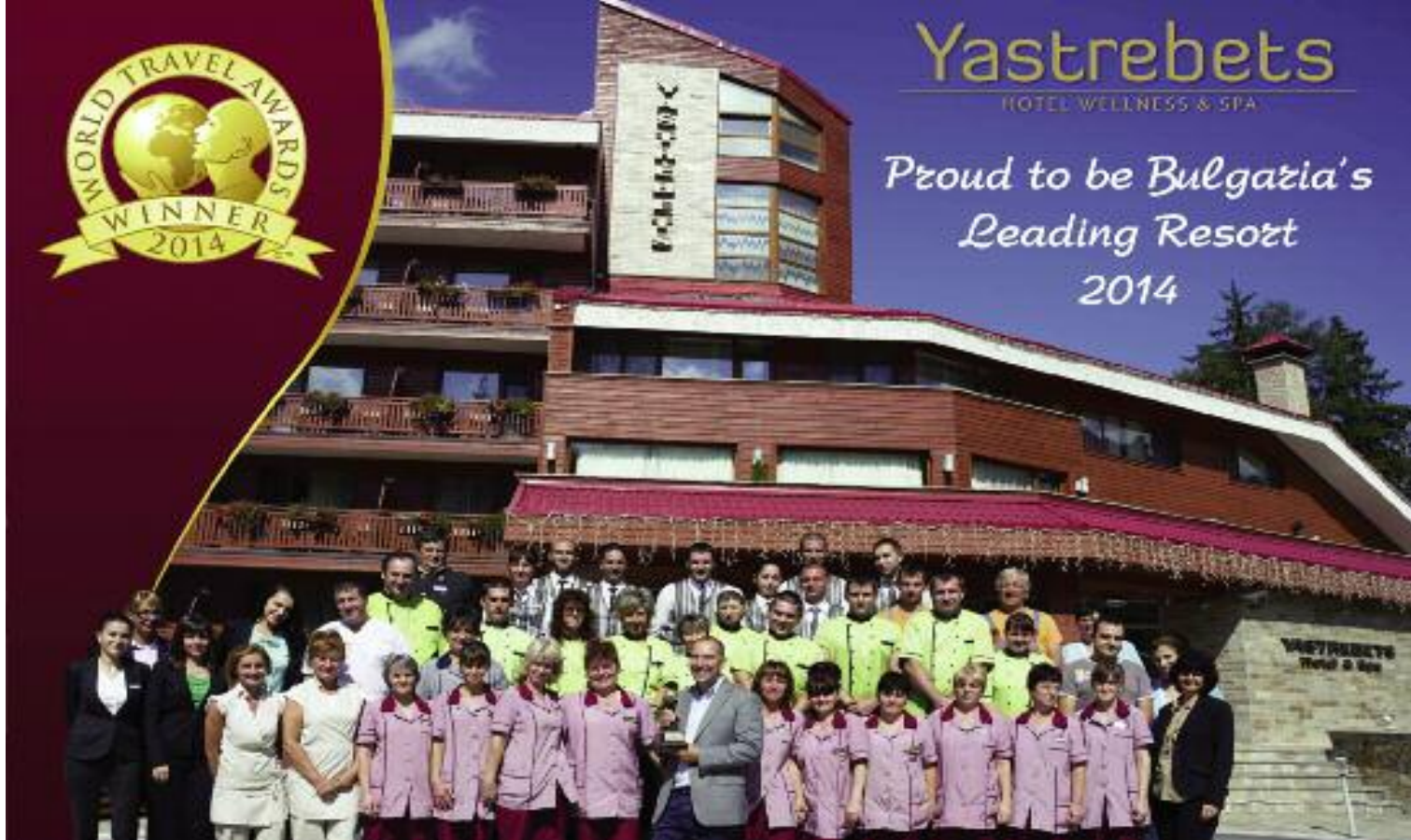
Hotel ima jedinstven SPA centar sa bazenom, teretanom i termalnom zonom – biljne kupke,



Yastrebits

HOTEL WELLNESS & SPA

Proud to be Bulgaria's
Leading Resort
2014



lakonijum, *kneipp*, egzotični tuševi, finska sauna, parno kupatilo – mesto na kome se podmlađujete posle dana provedenog u skijanju i šetnji po planini. Naši terapeuti su visoko kvalifikovani profesionalci, a kozmetika je takođe najbolja u sektoru.

Pošto smo mi wellness hotel, obroci se prave od najkvalitetnijih proizvoda, a postoji i specijalni wellness meni kao dodatak meniju u restoranu. Naš kuvar ima dar da izabere najbolje kombinacije i priredi nezaboravno gastronomsko iskustvo. U oba naša restorana i u lobiju su kamini, što doprinosi prijatnijoj atmosferi. Vatrca pucketa, vi uživate, a onda dolazi konobar sa specijalnim vinom iz naše obimne vinske liste, savršeno uklopljenim uz jelo. To je ono što bih ja nazvao – trenutak istine.

• *Koja vrsta gostiju najčešće odseda u vašem hotelu? Da li su zahtevni?*

- Imamo nekoliko vrsta gostiju, među kojima su porodice, parovi i poslovni gosti. Uz poštovanje zahteva i želja, ništa nije previše specijalno za nas, osim naših gostiju. Ovo je luksuzni hotel, što samo po sebi znači da treba da budemo

sposobni da odgovorimo na potrebe i želje klijenata i učinimo dodatni napor da bi se oni osećali prijatno.

TEŽIMO DA IZHENADIMO GOSTE

• *Svedoci smo da u vreme globalne krize neki hotelijeri posluju, dok drugi jedva preživljavaju. Kako pridobijate goste ili bolje: kako ih zadržavate?*

- Da, to je istina, u poslu je kao u džungli: samo najjači prežive. U našem slučaju, veoma sam srećan zbog činjenice da u ovim teškim vremenima ne samo da preživljavamo, nego i napredujemo. To postizemo ličnom posvećenošću našeg profesionalnog osoblja gostima i prilagođenoj usluzi. Turistički proizvod je iskustvo, doživljaj, stoga je nivo usluge presudan za zauzeće hotelskih kapaciteta. Zato se trudimo da iznenadimo goste interesantnim paketima kojima je teško odoleti i dodamo vrednost onome što nudimo.

• *Možete li nam reći više o budućim planovima hotela vezanim za renoviranje, vaše nove programe lojalnosti itd.*

- U toku je uređenje hotela, i ove godine radićemo samo sobe. Sledeće godine dolaze na red finske kolibe. Programi lojalnosti su takođe u pripremi i do kraja godine ćemo uvesti jedan potpuno nov program. U skorijoj budućnosti planiramo i proširenja hotela.

• *Na kraju, samo jedno pitanje. Bugarska je deo Evropske unije. Srbija je na putu ulaska u EU. Šta savetujete vašim kolegama u Srbiji? Šta mogu da očekuju kad konačno postanemo deo EU? Koja je razlika između danas i juče?*

- Kada postanete član EU podrazumeva se da prihvatate mnoge standarde i propise. Stoga, rekao bih da treba planirati na dugoročnom nivou i prilagoditi sopstvene ciljeve prema EU standardima i procedurama. Što se tiče turizma, kada ste deo EU zajednice podrazumeva se da se vaša usluga poredi sa onima iz drugih zemalja članica. Mnogi naši gosti nas više ne upoređuju sa lokalnim hotelima, već sa onim u Austriji, na primer, i mi nastojimo da pružimo čak i bolji proizvod kako bismo bili bolji od konkurencije. Sad je, takođe, i destinacija veoma bitna.

Ljiljana Rebronja



Within the global campaign World Travel Awards for 2014, Yastrebits Hotel Wellness & Spa in Bulgaria was pronounced as a leading resort in their country. In an interview with **Dessislavom Gospodinovim**, General Manager at this exclusive Bulgarian resort in ski centre Borovec, we discovered what is the essence of luxury, dedication to work, guest care... He revealed that for them no request is too special, only thing special are their guests, for who they provide quality service, make extra efforts to make them feel pleasant... And as a result of that come the awards and – prosperity, even in the time of recession.

STOTEX
STOTEX

Tekstil
za hotelske zvezde



office@stotex.rs
www.stotex.rs

HOTEL RAFFLES ISTANBUL

NEPREVAZIĐENI luksuz

Istanbul je prvog septembra dobio novi hotel sa pet zvezdica - Raffles Istanbul. Hotel se nalazi se u Zorlu centru, centru mode, dobre hrane i umetnosti na evropskoj obali Besiktasa, iznad Bosfora. Hotel je interesantna mešavina virtuozone arhitekture, očaravajućih enterijera, izvrsne hrane i svih oblika luksuza.

Svetli i prostrani enterijeri delo su Hirsch Bedner Associates studija. U potpunosti savremeni, puni različitih prefinjenih tekstura sa orijentalnim elementima, enterijeri ovog hotela dekorisani su savršenom kolekcijom umetničkih dela turskih umetnika (i onih koji u Istanbulu pronalaze inspiraciju) rađenih po porudžbini. Skulpture, pronađeni predmeti i savremene interpretacije klasičnih šablona, komadi inspirisani Vizantijom - u ovom hotelu spaja antičko i moderno na najprefinjeniji način.

Raffles Istanbul ima 132 sobe i 49 apartmana, prostranih i ispunjenih prirodnom svetlošću, čiji dizajn čini kombinacija

turskih i savremenih elemenata. Prozori od poda do plafona vode do savršeno opremljenih terasa i balkona, sa kojih se pruža veličanstveni pogled na Bosfor i sam grad.

Sa devet soba i apartmana za tretmane i izborom bazena, sauna i hamama, Raffles Spa centar je jedan od najluksuznijih u Istanbulu. Gazelli Skincare i Organic Pharmacy nude luksuzni meni tretmana, uz poznate Rose, Honey i Sugar Hammam tretmane.

Dva restorana, dva bara i lože, kao i umetnička poslastičarnica - nude savršene obroke i predstavljaju neverovatna mesta za potpuno uživanje - i danju i noću.

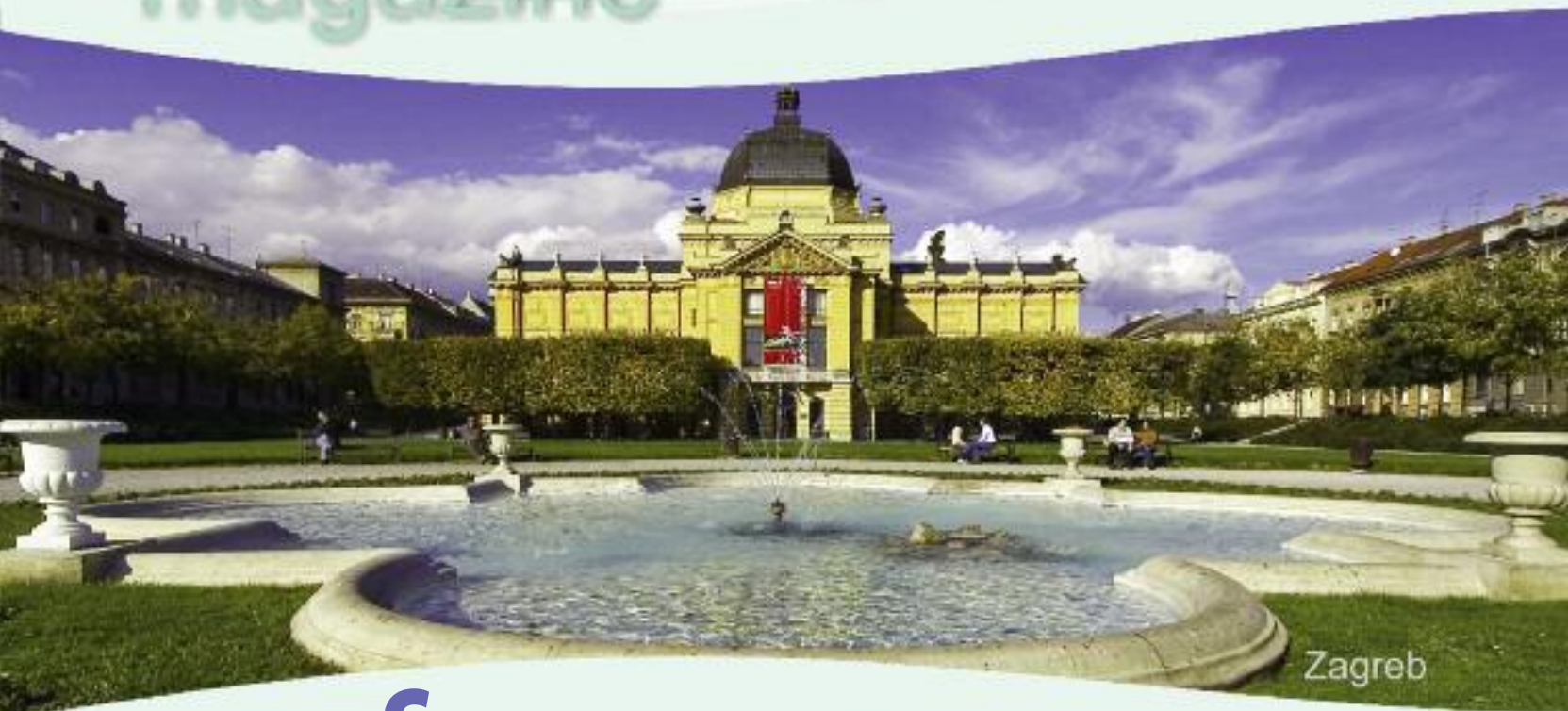
U svojoj ponudi Raffles Istanbul ima i inspirativni izbor modernog prostora za privatne i poslovne događaje, sa najmodernijom tehnologijom, vrhunskom uslugom i podrškom osoblja. Oni koji žele da stignu u ovaj hotel sa stilom, treba unapred da rezervišu heliodrom, da se opuste i - uživaju.

www.luxlife.rs



BSS
magazine

N°1
2014



Zagreb

SKUP NAJUTICAJNIJIH U ZDRAVSTVENOM TURIZMU REGIONA



4th BALKAN SPA SUMMIT

SPA, WELLNESS, THALASSO, THERMAL & HEALTH TOURISM
EXPO & CONFERENCE OF THE BALKAN COUNTRIES

CROATIA

TUHELJSKE TOPLICE

9.10 - 12.10.2014.



REPUBLIKA HRVATSKA
PREDSJEDNIK

WELLNESS I FITNESS UDRUGA HRVATSKE

*Poštovani predstavnici Wellness i fitness udruga Hrvatske,
Dragi gosti,
Dragi čitatelji BSS Magazina,*

Dopustite mi da vam ovim putem poželim dobrodošlicu na 4. Balkan Spa Summit, koji se ove godine održava u Termama Tuhelj, u Republici Hrvatskoj!

Kao Predsjednik Republike, svjestan sam golemog gospodarskog potencijala zdravstvenog turizma i stoga sam sa zadovoljstvom dao svoju potporu ovom značajnom međunarodnom skupu.

Uvjeren sam kako spoj znanja vrhunskih medicinskih, marketinških i turističkih stručnjaka, kao i podizanje kvalitete spa i wellness proizvoda i usluga, može imati presudan utjecaj na razvoj ovog posebnog oblika turizma, osobito u kopnenim dijelovima Hrvatske i ostalih zemalja regije.

Posebno pozdravljam regionalnu suradnju i razmjenu iskustava, koja će nesumnjivo dovesti do jačanja konkurentnosti i širenja tržišta za sve poslovne partnere u našem neposrednom susjedstvu.

Iskreno se nadam da će sudionici 4. Balkan Spa Summita, prateći predavanja međunarodnih stručnjaka i sudjelujući u diskusijama i radionicama, steći nova znanja i uvid u najnovije trendove ove rastuće industrije, ali i ostvariti korisne poslovne kontakte.

Svima njima želim ugodno druženje, kao i nezaboravan boravak u Termama Tuhelj, a organizatorima puno uspjeha u ostvarivanju zadatih ciljeva!

Srdačno,

Zagreb, 3. rujna 2014.

*Predsjednik
Republike Hrvatske*



Ivo Josipović

Poštovane kolegice i kolege,

Po četvrti put sastat će se predstavnici balkanskih zemalja povodom najvećeg stručnog simpozija u području spa i wellness industrije.

Iznimna mi je čast i zadovoljstvo u ime Wellness i fitness udruge Hrvatske u ulozi domaćina 4. Balkan Spa & Wellness Summit-a poželjeti vam dobrodošlicu u Terme Tuhelj.

Cilj ovog stručnog skupa je međusobno povezivanje i suradnja na podizanju kvalitete spa i wellness ponude, zdravstvenog turizma i ljudskih potencijala. U tu će svrhu govornici i sudionici konferencije razmotriti neke od sljedećih tema: razvoj zdravstvenog turizma, međunarodna iskustva na području privatizacije i poslovno-pravnih odnosa povezanih s rehabilitacijskim i zdravstvenim objektima, globalni marketinški trendovi u zdravstvenom turizmu, inovacije i potencijalne investicije u navedenom području, EU fondovi, kao i utjecaj razvoja menadžmenta ljudskih potencijala na uspješnost poslovanja.

Balkanska regija obiluje izvorima prirodne termalne mineralne vode, te drugim povoljnim uvjetima, poput područja s pogodnom klimom, šumama, morskom obalom i prirodnim povijesnim čudima bitnim za razvoj ovih grana. Balkanske države imaju snažnu i živu tradiciju korištenja ovih prirodnih dobara u svrhu zdravlja i blagostanja svojih naroda.

Zajednički rad započeli smo prije četiri godine u Bugarskoj na prvom Balkan Spa Summit-u, nastavili u Turskoj i Srbiji, a ove godine tradicija se nastavlja u Hrvatskoj. Složni smo u ocjeni da je spa industrija u svim balkanskim državama obećavajuća dok god kombiniramo spa tradiciju i spa kulturu, kao i metode koje su jedinstvene u balkanskoj regiji s modernim konceptima i trendovima iz spa svijeta, na inovativan način.

4. Balkan Spa Summit organizira Wellness i fitness udruga Hrvatske uz suorganizaciju Hrvatske gospodarske komore, pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma Republike Hrvatske, a uz potporu Predsjednika Republike Hrvatske. Partneri su Grad Zagreb, Krapinsko-

zagorska županija i Udruga hrvatskih putničkih agencija.

Ovoj trenutno najvećoj manifestaciji iz područja zdravstvenog turizma, odazvale su se delegacije iz Turske, Rumunjske, Bugarske, Srbije, Crne Gore, Bosne i Hercegovine, Slovenije i Hrvatske.

Posebna nam je čast najaviti sudjelovanje i nekih od najvećih svjetskih stručnjaka iz područja zdravstvenog turizma iz Austrije, Njemačke, Velike Britanije i SAD-a.

Vaše sudjelovanje u ovom zajedničkom projektu je dragocjeno, jer pred svima nama je puno zadataka i izazova. Iskoristimo ovu priliku, razmjenimo svoja znanja i iskustva, obogatimo tradiciju i približimo se zadanim ciljevima.

Dobrodošli na 4. Balkan Spa & Wellness Summit!

U ime organizatora

Wellness & fitness

Udruge Hrvatske (WUH)

Marko Jurakić



WE HAVE A COMMON HISTORY, LET'S CREATE A COMMON FUTURE!

Respected colleagues,

For the fourth time, representatives of the Balkan countries will meet on the occasion of the largest professional meeting in the spa and wellness industry.

It is my great honor and pleasure on behalf of the Wellness and Fitness Association of Croatia as a host of 4th Balkan Spa & Wellness Summit to welcome you to Terme Tuhelj.

The aim of the symposium is to interconnect and agree collaboration to improve the quality spa and wellness offer, health tourism and human resources. For this purpose, speakers and conference participants will consider some of the following topics: the development of health tourism, international experience in the field of privatization and the business and legal

issues associated with rehabilitation and health facilities, global marketing trends in health tourism, innovation and investment potential in this area, EU funds, as well as the effect of the development of human resources management on business performance.

The Balkan region is rich in natural springs of thermal mineral water and other favorable conditions, such as areas with a suitable climate, forests, the coast and the natural and historical wonders essential for the development of these sectors. Balkan countries have a vibrant tradition of using these natural resources to promote health and well-being of their people.

Working together, we started four years ago in Bulgaria at the first Balkan Spa Summit, continued in

Turkey and Serbia, and this year the tradition continues in Croatia. We are united in assessment that the spa industry in all Balkan countries is promising, as long as we combine the tradition of spa and spa culture, as well as methods that are unique in the Balkan region with modern concepts and trends in the spa world, in an innovative way.

4th Balkan Spa Summit is organized by the Wellness and Fitness Association of Croatia, co-organized by the Croatian Chamber of Commerce, sponsored by the Croatian Ministry of Tourism, with the support of the Croatian President. Partners are the City of Zagreb, Krapina-Zagorje County and the Association of Croatian Travel Agencies.

This currently the largest event in the field of medical tourism, attend

delegations from Turkey, Romania, Bulgaria, Serbia, Montenegro, Bosnia and Herzegovina, Slovenia and Croatia.

We are honored to announce the participation of some of the greatest world's experts in the field of medical tourism from Austria, Germany, UK and USA.

Your participation in this joint project is valuable, because in front of us there are a lot of tasks and challenges. Take this opportunity; exchange our knowledge and experience, enrich tradition and get closer to the set goals.

Welcome to the 4th Balkan Spa & Wellness Summit!

In the name of the Wellness & Fitness Association of Croatia

(WUH)

Marko Jurakić



Udruženje banja Srbije

Udruženje banja Srbije osnovano je odlukom skupštine 12. juna 1970. godine u Vrnjačkoj Banji. Danas ga sačinjavaju lokalne opštine i zdravstvene institucije 25 banja, kao i fakulteti iz oblasti medicine, turizma, sporta, menadžmenta i hidrogeologije. Osnovano je na neodređeno vreme radi promocije srpskog banjskog turizma i istraživanja, ispitivanja i upotrebe prirodnih medicinskih faktora kod medicinske rehabilitacije.

Zadaci Udruženja su sledeći:

- Pomaže banjama i klimatskim mestima u promociji zdravstvenih, ekonomskih, komunalnih, urbanih i drugih aktivnosti.
- Predlaže nadležnim državnim institucijama usvajanje zakona i propisa kojima se reguliše razvoj, izgradnja, organizacija i poslovanje banja i klimatskih mesta i njihovih aktivnosti.
- Saraduje sa drugim institucijama, organizacijama i udruženjima u Republici Srbiji i inostranstvu koje se bave pitanjima razvoja i promocije ekonomskih i društvenih aktivnosti. To su: skupštine udruženja, parlament, ministarstva, privredne komore, turističke, zdravstvene, naučne i druge organizacije.
- Ohrabruje naučna istraživanja i primenu prirodnih medicinskih supstanci.
- Organizuje u zemlji i inostranstvu promotivne aktivnosti, unapređuje kontakte sa poslovnim partnerima (B2B) i potrošačima (B2C) u inostranstvu, sa ciljem promocije medicinskih programa i drugih programa u oblasti zdravstvenog i rekreativnog turizma.
- Obezbeđuje svojim članicama uslove za praćenje naučnih i profesionalnih publikacija u različitim oblastima, prvenstveno u vezi sa racionalnom upotrebom prirodnih medicinskih faktora u zaštiti i promociji zdravlja ljudi.

- Obezbeđuje stalnu razmenu i trening ljudskih resursa u svim profesijama koje su potrebne članicama.
- Ohrabruje i učestvuje u povezivanju banja i klimatskih mesta u zemlji i inostranstvu, kao i tela i organizacija koje imaju interes u razvoju banja i klimatskih mesta.
- Zastupa interese članica pred Vladom i drugim organima u zemlji i inostranstvu.

○ SRPSKIM BANJAMA

Na raskršću bogatih kultura Zapada i uvek interesantnog i mističnog orijenta, nalazi se Srbija – zemlja poznata po banjama, lekovitim vodama, izvandrednim prirodnim lepotama i istoriji ... Srbija obiluje lekovitim vodama (više od 500 mineralnih izvora), a postoje dokazi o njihovoj primeni čak i u vreme Ilira, kasnije Rimljana i sve do danas.

Od ranog XIX veka, kad je dokazana lekovitost srpskih izvora, ništa nije ostavljeno slučaju. Tih godina, srpski kraljevi počeli su da grade letnjikovce, koje su kasnije sledili preduzimljivi hotelijeri i gosti kojih je bilo svake godine sve više. Za samo nekoliko decenija, naše banje su se razvile u urbana naselja koja je svako želeo da poseti. Veliki broj posetilaca svako je uticao na bavljenje medicinom u banjama. U početku bila su to istraživanja doktora iz Zapadne Evrope, a posle dva veka iskustva, balneologija u Srbiji i dalje ne prestaje da ispituje efekte prirodnih lekovitih faktora na ljudski organizam. Većina banja u Srbiji datira iz XIX veka. Nekada centri kulturnog, umetničkog i društvenog života Srbije, banje su danas mesta koja okružuju očuvana prirodna sredina, čist vazduh i mir. Boravak u bilo kojoj od njih vratice ravnotežu uma i tela, i osvežiti vašu dušu. Staze za šetnju, veliki parkovi, okruženje bogato prirodnim retkostima i dokazima burne istorije, kao i maštovita kuhinja u lokalnim restoranima, ostaće dugo u vašem sećanju.

Zato zadovoljite svoju radoznalost. Posetite banje u Srbiji!

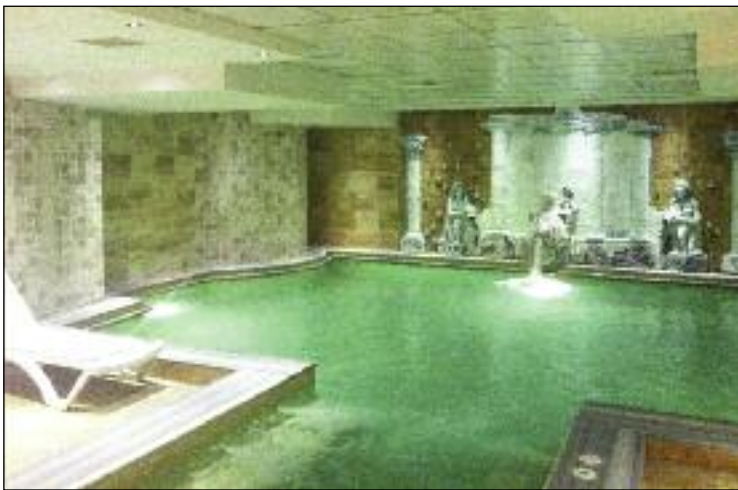


Serbian Spas Association was established on 12th June 1970 in Vrnjaska Banja. Today, this Association gathers local municipalities & health institutions in 25 spas, and faculties for medicine, tourism, sport, management and hydrogeology. The Association is established in order to attain its objectives in promoting Serbian spa tourism and researching, investigating and using natural factors in medical rehabilitation.



TURKSPA - Udruženje banja, talaso centara i lečilišta Turske

Udruženje banja, talaso centara i lečilišta Turske (TURKSPA) je udruženje koja teži da okupi banje, ustanove koje pružaju usluge talasoterapije i drugih prirodnih tretmana i wellness centre u Turskoj, kao krovna asocijacija od njenog osnivanja 2001. godine. TURKSPA je jedan od inicijatora Balkanskog spa samita i članica Evropske asocijacije banja – ESPA, koja zastupa spa industriju Evropske unije.



GLAVNI CILJEVI UDRUŽENJA TURKSPA

- Štiti zajedničke interese banja, centara za talasoterapiju i lečilišta u Turskoj i obezbeđuje njihovo ekonomsko i moralno jačanje na organizovan način;
- Ulaže napore u modernizaciju i unapređenje kvaliteta standarda u ustanovama članica;
- Uvodi članica iz Turske na međunarodni nivo, prvenstveno u Evropu i region;
- Saraduje sa predstavnicima banja, centrima za talasoterapiju i wellness centrima iz inostranstva u cilju promovisanja ovih sektora regionalno i globalno;
- Podržava naučnu primenu spa tretmana i prirodnih metoda lečenja i wellness-a kako bi pružili uslugu najvišeg kvaliteta;
- Obezbeđuje zapošljavanje profesionalnog osoblja u spa centrima, lečilištima i centrima za talasoterapiju;
- Promoviše i ohrabruje nove i kvalitetne ustanove, tako što članice povezuje sa investitorima i poslovnim inicijativama na lokalnom, regionalnom i međunarodnom nivou.



Turkish Spas Thalasso and Health Resorts Association (TURKSPA) is a sector organization trying to gather spa, thalassotherapy and other natural therapy establishments and wellness facilities in Turkey as an umbrella organization since its establishment in 2001. TURKSPA has also an international status as being one of the initiators of the Balkan Spa Summit and as being a member of European Spas Association, ESPA, which is a nonprofit organization representing the spa industry in European Union.

BALKANSKI SPA SAMIT I TURKSPA

Zajedno sa Udruženjem banja Srbije, Bugarske i Grčke, TURKSPA je inicijator Balkanskog spa samita, koji se svake godine organizuje udruženim snagama i naporima udruženja banja iz regije Balkana i podržan je od strane drugih nacionalnih udruženja balkanskih zemalja i predstavnika spa industrije na Balkanu. Jaka i živopisna tradicija banja u lečenju stanovnika balkanskih zemalja je osnova razvoja Balkanskog spa samita.

Članice udruženja TURKSPA ponose se činjenicom da Balkanski spa samit postaje najznačajniji “spa događaj” na Balkanu. Doprinos i učešće udruženja TURKSPA u ideji Balkanskog spa samita će nastaviti da raste.

Prof. dr M. Zeki Karagülle,
predsednik



GRAD koji ima priču i VELIKO SRCE

Zagreb, glavni grad Republike Hrvatske, jedan je od najstarijih europskih gradova, ali i jedna od najmlađih europskih metropola.

O dugoj povijesti govori podatak da je njegova biskupija osnovana 1094. godine, a 1242. godine proglašen je slobodnim kraljevskim gradom. Nastao je na mjestu gdje se posljednji obronci Alpa spajaju s rubovima panonske doline, stvarajući obroncima planine Medvednice i dolinom rijeke Save prostor idealan za izrastanje grada.

Danas gotovo milijunski, Zagreb je administrativno, gospodarsko, diplomatsko i kulturno središte Hrvatske. Zagreb je grad znanosti i kulture. U njemu djeluju vrhunski znanstvenici, a ima i pedesetak muzejsko-

galerijskih prostora i privatnih zbirki, te 20-tak kazališnih i glazbenih scena.

Šetnja Zagrebom zanimljivo je i ugodno putovanje kroz povijest i sadašnjost. Najduža zagrebačka ulica – Ilica, dijeli stari i romantičan Gornji grad od mladeg i uvijek

poslovno užurbanog Donjeg grada. Najstariji dijelovi, Gradec i Kaptol iz kojih je Zagreb izrastao, ubrajaju se među najljepše sačuvane secesijske jezgre u Europi. Gornji i Donji grad povezuju i Kamenita vrata, još jedna prepoznatljiva zagrebačka razglednica koja se povezuje uz legende i vjerovanja, vjeru i mir.

Možda ćete Zagreb najbolje upoznati u šetnji gradom, uz cappuccino u nekoj od mnogobrojnih gradskih kavana. Najveća vrijednost ovoga grada za mnoge je ipak njegova atmosfera i ljudi zbog kojih nikad niste sami.

Zagreb ima priču i srce, veliko srce. I baš zbog tog spoja on je, priznaju to njegovi gosti, grad specifičnoga šarma i gostoljubivih, srdačnih ljudi. Mnogi kažu, bez konkurencije!



Zagreb, the Croatian capital, is one of the oldest European cities, and is the city of science and culture. The oldest city parts, Gradec and Kaptol from which Zagreb has grown, are among the most beautiful preserved art nouveau center in Europe. But the greatest value of this city is its atmosphere and the people who prevent you to feel alone.

SISAČKO-MOSLAVAČKA ŽUPANIJA

DESTINACIJA zdravstvenog turizma

Jedan od ključnih turističkih proizvoda na području Sisačko-moslavačke županije je ogroman potencijal zdravstvenog turizma.

U Topuskom se danas nalazi moderno lječilište s termalnom vodom iz tri glavna i nekoliko manjih izvora, koja je ocijenjena kao jedna od najkvalitetnijih u Europi, te kao takva daje izvrsne rezultate kod liječenja ozljeda i bolesti lokomotornog, živčanog i mišićnog sustava, pri čemu se primjenjuju



One of the key tourism products in the area of Sisak-Moslavina County is a huge potential in health tourism. In Topusko today there is modern health resort with thermal water, which is rated as one of the best in Europe, and as such it gives excellent results in the treatment of injuries and diseases of the musculoskeletal, nervous and muscular composition.



posebno razrađene metode liječenja primjerene za sve dobne skupine, kao i spoj tradicionalnog liječenja, te najsuvremenijih tretmana laserom, magnetoterapijom, ultrazvukom i drugim procedurama elektroterapije, što za posljednicu ima vrlo pozitivne rehabilitacijske učinke.

Sisačko-moslavačka županija nastoji u narednom periodu postati prepoznata kao destinacija zdravstvenog turizma, a konstantno se radi na postizanju sinergije sektora turizma i pratećih djelatnosti, kako bi se ostvarili još veći gospodarski učinci i kako bi ovu županiju učinili dodatno privlačnom turističkom destinacijom.

KVARNER HEALTH AND WELLBEING

Kvarner je oduvijek bio mjesto kamo se dolazilo po zdravlje, a ovogodišnje je obilježavanje 170 godina organiziranog turizma u Opatiji, ujedno i obilježavanje zdravstvenog turizma na Kvarneru, jer je u potrazi za zdravljem sve i počelo!

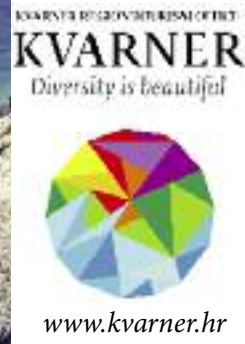
Duga tradicija njegovanja, unapređenja i čuvanja zdravlja, kombinirana s prirodnim i kulturnim vrednotama, očituje se u širokom rasponu zdravstveno-preventivnih postupaka – od šetnji mirisnim šumskim stazama i kupanja u morskim valovima do modernih wellness-metoda i medicinskih usluga na najvišoj razini svjetskih dostignuća.

Turistička zajednica Kvarnera provodi projekt brendiranja zdravstvenog turizma pod nazivom "Kvarner Health and Wellbeing", kroz koji okuplja i uključuje zdravstvene ustanove, hotelske kuće, turističke agencije i druge subjekte s utjecajem na zdravstveni turizam, te nizom zajedničkih promidžbenih aktivnosti zajednički nastupa na inozemnim tržištima.

Prilikom nedavnog održavanja prve tematske radionice "Buy Croatia" u organizaciji Turističke zajednice Kvarnera i Hrvatske turističke zajednice, na kojem su sudjelovali specijalizirani agenti za zdravstveni turizam iz 6 zemalja, predstavljen je po prvi puta Klaster

zdravstvenog turizma na Kvarneru u osnivanju, koji proizlazi iz Strategije razvoja zdravstvene industrije Primorsko-goranske županije od 2013. do 2020. godine i projekta Turističke zajednice Kvarnera "Kvarner Health & Wellbeing".

Kvarner – destinacija zdravlja, poziva vas da otkrijete u čemu se ogleda tradicija, sadašnjost i budućnost zdravstvenog turizma na Kvarneru.



The Kvarner County Tourist Board implements the project of health tourism branding called "Kvarner Health and Wellbeing", through which gathers and involves health care facilities, hotel companies, travel agencies and other entities with influence on health tourism and appears on foreign markets with a series of joint marketing activities.

SPECIJALNA BOLNICA ZA MEDICINSKU REHABILITACIJU STUBIČKE TOPLICE

CENTAR ZDRAVSTVENOG I KREATIVNOG TURIZMA

Termalne vode Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju Stubičke Toplice poznate su još iz rimskog doba, a u kontinuiranoj uporabi za balneološke svrhe su od 1776. godine.

Indikacije za liječenje su degenerativne bolesti zglobova i kralježnice, upalne reumatske bolesti, izvanzglobni reumatizam, posljedice politraume, stanja nakon operativnih i rekonstruk-

tivnih zahvata na sustavu kretanja, ispadi funkcija perifernog i središnjeg živčanog sustava, stanje nakon neurokirurških zahvata i operativnih zahvata na krvnim žilama udova i periferne krvožilne bolesti, kao i stanja nakon sportskih ozljeda, te podizanje i očuvanje općeg kondicijskog stanja zdravih ljudi.

Specijalna bolnica opremljena je suvremenom medicinskom opremom za potrebe



Thermal waters of the Special Hospital for Medical Rehabilitation Stubičke Toplice are in continuous use for balneological purposes from 1776. Indications for healing are: degenerative joint and spine diseases, rheumatism, the consequences of multiple trauma, post operative and reconstructive interventions on a system of movement, outbursts function of the peripheral and central nervous system, preservation of the general fitness state of healthy people...



Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Stubičke Toplice

Park Matije Gupca 1, 49244 Stubičke Toplice, Tel.: +385 49 201 000; Fax: +385 49 201 000
www.bolnicastubicketoplice.com; bolnicast@gmail.com, ravnateljstvo.bolnicast@gmail.com

dijagnostike, pružanja fizioterapijskih usluga i medicinske rehabilitacije. U ponudi su i medicinske i zdravstveno turističke usluge u okviru wellnesa, terapijskih bazena i whirlpools punjenih termalnom vodom, fitness, masaže, kriosauna.

Specijalna bolnica raspolaže s kapacitetom od 235 kreveta u apartmanima, jednokrevetnim i dvokrevetnim sobama, u tri međusobno povezana objekta – "Toplice", "Dijana" koja je na nivou tri hotelske zvjezdice i "Maksimilijan" na nivou četiri zvjezdice.

FROM THE ROYAL SPAS to modern wellness centers

Beginning of Serbian spa tourism is linked with a first summer house that Prince Milos Obrenovic built in Bukovicka Spa in 1811. First formal analysis with confirmation of Serbian spa's healing factor came to Ribarska and Brestovacka Spa in 1834.

BEGINNING OF SERBIAN SPA TOURISM

By the end of the XIX century, all of nowadays famous spas had a certificate of salubrity of waters that were at their disposal. With these analyses, all Serbian rulers of that time had sufficient motive to build summer houses around healing springs in Serbia for their own purposes. Certainly, ordinary people like to go where kings go, which is the thing that entrepreneurial people know very well. The "golden age" of the Serbian spas begins with the construction of first hotels at the end of the XIX century. From early XX century to the World War II, Serbian spas recorded permanent rise in the number of beds and overnight stay. It can be said that spa tourism was the only form of organized tourism in Serbia, thus in former Yugoslavia until second half of the XX century.

As we mentioned earlier, the beginning of Serbian spa tourism is related with members of royal dynasties Obrenovic and Karadjordjevic. Maximum usage of Serbian healing springs was the only thing two dynasties agree about. Construction of summer houses for courtiers was followed by the intensive construction of hotels and boarding houses, medical offices and additional contents. Domestic balneology appeared in the middle of the XIX century, based on the knowledge and experience of western balneologists.

THE FIRST LAW ON SPAS

Kings' connection with the value of spas was "crowned" on June 2nd, 1914. Then, just three weeks before the start of the World War I, King Peter Karadjordjevic The 1st signed the first law on spas. At the very beginning of this law, it was

said: *"All mineral and hot spring water are state property. They are managed and controlled by the Minister of Internal Affairs, through the Sanitary Department. If mineral or hot water exists, or is discovered on private property, the Government has the right to, if necessary, purchase the land at hand and that in the vicinity, by free agreement and purchase or by expropriation at the expense of the sanitary budget."* Because of the importance of this law to further development of spas and the neutrality of this event, June 2nd is

magazine "Turisticki Svet" from Belgrade. We find this way of branding a very good marketing strategy as well. The rights to use a logo and a name of "Serbian Royal Spa" have those spas that were long – term "hosts" to members of royal dynasties. These eight spas are: Brestovacka, Bukovicka, Vranjska, Vrnjacka, Koviljaca, Niska, Ribarska and Sokobanja.

After World War II, the new Government, in accordance with its ideas, wanted to provide a stay in spas to all members of the society. Because



announced as the "Day of Serbian spas" by our association. We would be very pleased if current Serbian Government had at least similar relationship with spas.

"SERBIAN ROYAL SPAS" PROJECT

In gratitude to Serbian kings, we supported, together with the Royal palace, the project "Serbian Royal Spas", that was created by the

of demographic characteristics of users of spa services, that period is called "the union (syndicate) tourism". As spas were places, where rich people went earlier, at that time spas were becoming the gathering place of the working class, and because of that, they lost all characteristics of fashionable place. Their characteristics became: social realistic architecture, huge number of



Početak banjskog turizma u Srbiji povezan je sa prvim letnjikovcem, koji je princ Miloš Obrenović izgradio u Bukovičkoj banji 1811. godine. Do kraja XIX veka, sve danas poznate banje imale su potvrdu o lekovitosti vode. "Zlatno doba" srpskih banja počinje izgradnjom prvih hotela u XIX veku. Od ranog XX veka do početka II svetskog rata, srpske banje beleže stalan rast broja smeštajnih kapaciteta i noćenja turista. Posle II Svetskog rata, nova Vlada, u skladu sa svojim idejama, želela je da obezbedi boravak u banjama svim članovima društva. Banjski medicinski centri više su ličili na bolnice, nego na moderne spa centre sve do 2002. godine. Te, 2002. godine, posle demokratskih promena u društvu, nastala je promena u upravljanju banjskim kapacitetima, a sa tim i promene koje se odnose na kapacitete namenjene slobodnom tržištu. Danas, srpske banje imaju moderne wellness sadržaje, i udružene sa banjama Balkana, zbog svojih specifičnosti mogle bi postati dobitna kombinacija na svetskom tržištu!

patients, low consumption of tourists and unregistered (illegal) private accommodation facilities. In late 70's the Pension Fund directs surplus funds to the construction of new health facilities, so this period can be considered as another prosperous for spas. However, from then to the present day, there were few investments in spas (except medical equipment). That's why spa's medical centers have been more like hospitals than modern spa centers until 2002.

SERBIAN SPAS VS. OPEN MARKET

Health facilities in Serbian spas are in the property of the state by the Ministry of Health. From a total number of beds in Serbia (119.427), there are 60.114 (50%) beds in spas and climate resorts. From 7.500 beds in health

facilities in spas, about 3.500 of them are intended for rehabilitation. The rest of it is on the open market. This means that the state finances 50% of the capacity and has access to 100% of the capital! Thereby the state finances rehabilitation by the contracted price, which is lower than the regular price for tourists.

In 2002, after democratic changes in the society, there was a change in the management of spa facilities, and thus a change in a relation to the capacities on the open market. As we are aware, that the fastest way to knowledge, is to see how others do, since 2003, our association has organized several study tours, which purpose was to get familiar with the way of work at foreign spa centers. So, we visited spas in Italy, Czech



Republic, Slovakia, Hungary, Slovenia, Germany, Romania and Turkey last year. We learned a lot and applied that knowledge in practice.

THERE IS NO SPA WITHOUT THE MEDICINE

Investments in wellness contents are always cost-effective, especially when an institution has a medical staff that has learned their job for two centuries. We agree with the ESPA attitude that there is "no spa without the medicine", and that combination in Serbia confirms ESPA's opinion. Today, Serbian spas have modern wellness contents at their disposal, whose visitors are constantly monitored by a medical staff. We have adjusted knowledge we obtained during the visits to foreign spas, to the conditions of business in Serbia.

The specificity of Serbian spas in regard to spas in Western Europe is the quality balneology in combination with the traditional hospitality of the Serbian people and imaginative cuisine.

BALKAN'S SPAS - THE BINGO COMBINATION

But this combination is not related just to Serbia, then to all of the Balkan countries. As I've already mentioned the word "combination", specificities of Balkan's spas might be a winning combination on the World market, "the BINGO combination"! But, a difficult job is ahead of us, we have to be diligent, and above all, unique and solidary. We must do our best to connect all the Balkan countries. So, I especially welcome countries that attend our Summit. Our mission is to collect all of the common ethnic components of the Balkan countries (traditions, culture, gastronomy, music, customs and certificates tumultuous history) profiling them, and put into use the definition, creation and promotion of new tourist product in Europe - Balkan Spas.

We will succeed if we follow all the quality programs of relaxation, prevention, and rehabilitation in our spas, "packed" in an authentic and intriguing tourist package, and show the rest of the world why we are unique. And why we are together.

Vladan Vesković,
Secretary General at Serbian Spa Association

LUKSUZNI HOTELSKO-TURISTIČKI KOMPLEKS "IZVOR" - ARANĐELOVAC





Autor fotografije: Goran Kovačević



IZVOR DOBRE ENERGIJE *za sve generacije*

Najprestižniji wellness centar u Srbiji nalazi se, nimalo slučajno, u hotelu „Izvor“ u Bukovičkoj Banji – mestu gde je priroda bila toliko izdašna da je rasula izvore mineralne vode po celoj teritoriji opštine Aranđelovac. I upravo na jednom takvom izvoru lekovite vode podignuto je ovo luksuzno hotelsko zdanje, koje je po njemu i dobilo naziv, postavši izvor mladosti, lepote, zdravlja i dobrog raspoloženja.



The most prestigious wellness center in Serbia is located, no coincidence, at the Izvor Hotel in Aranđelovac, where mineral water, with the temperature of 29-36 °C, fills all hotel's pools, including three swimming pools at the Aqua Park. Nenad Ikonić, Operation Manager at this hotel, says that wellness center at the Izvor Hotel is specific for its rich offer, highly professional staff and individual approach to every guest, from couples, people in mature age, families, children, expectant mothers to business guests.

Gosti koji dolaze u hotel „Izvor“ u Arandjelovcu, bilo da su u pitanju mladi parovi, osobe u zreлом životnom dobu, porodice ili poslovni ljudi, u početku ni ne slute da će ovde, u srcu Šumadije, dobiti wellness & spa uslugu svetskog kvaliteta, prilagođenu svakom posetiocu ponaosob.

specijalne zahteve gostiju, našu ponudu menjali i prilagođavali gostima, što se pokazalo kao pun pogodak. Jer, koliko ste fleksibilni i koliko dobro oslušujete vaše goste, toliko uspešno i poslušete. I baš zato što maksimalno izlazimo u susret našim gostima, mi beležimo konstantan rast. Toliki, da su trenutni kapaciteti kojima raspolažemo nedovoljni, te će spa & wellness centar u narednom periodu

biti proširen sa još šest soba za masažu i jednom relaks sobom – otkriva Ikončić.

SVE ČARI MINERALNE VODE

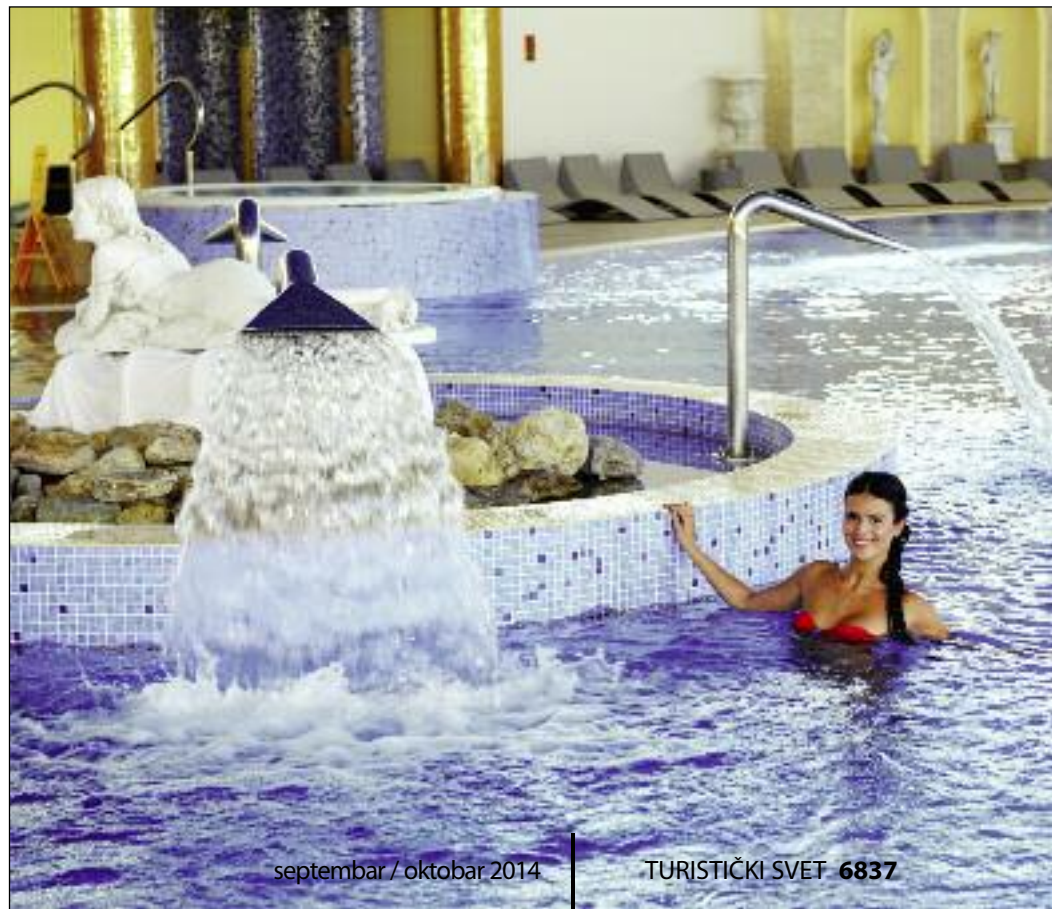
Osim uživanja u najraznovrsnijim tretmanima i masažama, koje garantuju osveženje, opuštanje i podmlađivanje, gosti hotela „Izvor“ svoj mir mogu pronaći i u relaks sobi, hidromasažnoj kadi, turskoj i ruskoj banji,



BOGATA PONUDA UZ INDIVIDUALNI PRISTUP GOSTU

- Naša zamisao bila je da gosti hotela „Izvor“ u potpunosti obnove svoju energiju i telo, kroz raznovrsne tretmane, nastale prožimanjem moderne i tradicionalne prakse. Vrlo su popularni „anti-age“, detoks, vitaminski i anti-stres tretmani, kao i indijska, švedska i turska masaža. U narednom periodu planiramo da uvedemo i „thai“ masažu, koja je idealna za ljude koji se bave kancelarijskim poslovima i mnogo vremena provode u sedećem položaju. Mislili smo i na naše najmlađe goste, kojima smo ponudili neke osnovne masaže neutralnim uljima. Osmislili smo i ponudu za trudnice, tako da smo obuhvatili sve uzraste i ciljne grupe, na šta smo jako ponosni – ističe operativni menažer hotela „Izvor“ **Nenad Ikončić**, koji je od samog otvaranja hotela obavljao funkciju menadžera spa i rekreacije.

- Na samom početku poslovanja, trudili smo se da ponudimo što raznovrsniju wellness & spa uslugu, okrenutu različitim ciljnim grupama, a kasnije smo, kroz razgovore, ankete i





parnom kupatilu, bio sauni, finskoj suvoj sauni... Ljubiteljima aktivnog odmora na raspolaganju su fitness centar, kuglana sa šest staza, stolovi za bilijar i sportski tereni, a ljubiteljima zabave – akva park.

- Mineralna voda, temperature od 29 do 36 °C, popunjava sve hotelske bazene, uključujući i tri bazena u akva parku. Boravkom u ovoj vodi, koža postaje glatka, elastična i dobija zdraviji izgled. Blagotvorno i relaksirajuće deluje na celo telo, a naročito na krvotok,

zglobove i kosti. U našem hotelu je u upotrebi najsavremeniji sistem za preradu i prečišćavanje mineralne vode, a specifični smo i po tome što sami proizvodimo hlor – kazuje naš sagovornik, dok čitaocima časopisa „Turistički Svet“ otkriva i inovacije koje su na pomolu.

LEKOVITO BLATO I KOZMETIČKA LINIJA

- Kvalitet jednog wellness centra ogleda se u njegovoj autentičnosti – u onome što nudite

samo vi, i što vas razlikuje od ostalih. Istraživanja su pokazala da se na tlu Šumadije i Aranđelovca nalaze tri različite vrste lekovite gline. Spajanjem gline sa našom mineralnom vodom, dobićemo i tri različita benefita za kožu i telo. Dokazano je da ova glina povećava nivo energije i, zahvaljujući pozitivnom zračenju, ubrzava kompletan oporavak tela, regeneriše ga i detoksikuje. Uz to, planiramo i pokretanje kozmetičkog brenda grupacije „A Hoteli“, kao i obu-



hvatanje kompletne spa ponude u jedinstveni „spa shop“, gde će se naći autentični šumadijski spa proizvodi, poput sapuna, svećica, putera, pomada... – ističe naš sagovornik, inače profesor fizičkog vaspitanja po vokaciji, koji je završio wellness & spa akademiju u Londonu, pohađao kurs masaže kod čuvenog Peđe Filipovića, a poseduje i međunarodnu licencu fitness instruktora i licencu animatora.

- Svo osoblje wellness centra ima višu ili visoku stručnu spremu, govori bar jedan strani jezik i uspešno prolazi kroz najrazličitije treninge i obuke u hotelu. Zato ne čudi što je naš hotel postao rasadnik kadrova! Naši bivši radnici su našli posao u najprestižnijim svetskim grupacijama - „Starwood“, „Hilton“ i „Accor“ i to u ultra lux hotelima, kao što su „Sofitel“, „Waldorf Astoria“ i „St. Regis“. Rade na različitim pozicijama, od spasioca do fitness instruktora, terapeuta, animatora i svi su ostvarili brz napredak. Organizacija u tim grupacijama, planiranje, edukacija i treninzi slični su onim koje mi radimo u našem hotelu i lako se prilagođavaju, lako napreduju, jer već poznaju sistem – kazuje Ikonić.

OD MASERA DO TURISTIČKOG VODIČA

- Raduje nas činjenica što se mnogi naši radnici, oplemenjeni novim iskustvom i znanjem



stečenim u inostranstvu, vraćaju u hotel „Izvor“. Mladoj osobi je bitno da može da napreduje u svojoj karijeri, što joj politika naše grupacije omogućava. Jer, rad u samom hotelu „Izvor“, ali i u celoj grupaciji „A Hoteli“ pruža priliku za usavršavanje, napredak i sticanje novih znanja – tvrdi operativni menadžer hotela „Izvor“, koji svojim gostima organizuje i ribolov na Garaškom jezeru, biciklističke i pešačke ture, jahanje, ali i obilazak planine Bukulje, pećine Risovače, Orašca, Oplenca, obližnjeg muzeja i manastira.

- Naš kadar je obučan ne samo za rekreaciju, animaciju i masaže, već i za posao turističkog vodiča. Zaposleni su prošli jednu kvalitetnu i

nesvakidašnju obuku kod direktora hotela „Izvor“ Dragana Todorovića, koji je živa enciklopedija. Imamo tu čast da učimo od čoveka koji poznaje svaki pedalj ove destinacije i njen istorijat, pa ovi izleti i obilasci dobijaju sasvim drugačiju dimenziju, što je jako zanimljivo ne samo turistima iz inostranstva, nego i iz Srbije – konstatuje naš sagovornik, dodajući da se kompletan tim animatora i rekreatora wellness centra hotela „Izvor“ bavi i organizacijom „team-buildinga“, a neretko su i „glavni krivci“ za svako sudbonosno „da“ izgovoreno u wellness centru ovog hotela, gde organizuju brojne prosidbe – diskretno, tajno i sa ljubavlju.

Biljana Bosnić



Moja energija je **LJUBAV!**

Medicinski i zdravstveni turizam spadaju u grupu najbrže rastućih i najprofitabilnijih oblasti turizma. Možda baš zato, u trci za novcem, mnogi zaboravljaju da su pacijenti ili klijenti, u stvari, ljudi koji imaju svoje ime i prezime, obrazovanje, posao., ali i osećanja, očekivanja, strahove... Zaboravljaju da njihovo fizičko telo prati um i duh, i da to sveto trojstvo, samo tako kao trojstvo, mora stalno da bude u fokusu terapeuta. Mnogi zaboravljaju, ali ne i Peđa Filipović, čovek izrazite osećajnosti, gotovo ekscentričan u potrebi da ljudima prenese dobru energiju koju u njemu generiše ljubav kao elementarno osećanje na kojem je utemeljena njegova životna i poslovna priča. Što više daješ – više primaš, osnovna je teza na kojoj Peđa gradi svoj odnos s ljudima, bili oni klijenti ili njegovi studenti, s poštovanjem koje zaslužuju za poverenje s kojim se prepuštaju svom terapeutu.

BAJKA U BAJCI

- Kad radim sa svojim studentima vrlo često se vraćam na poštovanje i svest o tome da nam je ljudsko biće ukazalo poverenje, da se pred nama skinulo, otvorilo – kazuje Peđa Filipović.

- Svih pet čula treba da budu aktivirana. Ne možemo da pričamo dok radimo, ne možemo da puštamo muziku koja nije adekvatna, o svakom detalju mora da se vodi računa. Mi pravimo bajku u bajci i treba da budemo čarobnjaci koji će svojom energijom, svojom rukom punom ljubavi, krunisati tu bajku. Trudim se da to prenesem mojim studentima koji me često ne razumeju, ali dođe vreme kad im moja priča postane bliska i jasna, vreme kada se otvore za ovu bajku. Svi oni koji su ušli u nju i uneli svoju lepotu, danas su sjajni terapeuti, pozicionirani na divnim mestima, u luksuznim domaćim hotelima, poput Izvora, ili u velikim hotelskim brendovima širom sveta.



Prava istorija wellnessa u Srbiji, počinje pre otprilike četvrt veka, a vezuje se za jednu posve neobičnu ličnost, za koju mnogi tvrde da je - brend za sebe. On je glumac, muzičar, novinar, instruktor joge, predavač u autorizovanoj školi masaže „Profesional” – danas Wellness akademiji Peđa Filipović, u kojoj je za 25 godina edukovao više od 30.000 studenata, kreator brojnih autorskih metoda masaža i utemeljivač selfness koncepta „Upoznaj samoga sebe”, spiritus movens Art masaže - novog pravca u wellness & spa filozofiji... Čovek neverovatne, kosmičke energije, iz kojeg izvire ljubav, s misijom da u svom traganju za „svetim gralom”, druge čini boljim, vrednijim, lepšim... Pre svega, humanista - **Predrag Peđa Filipović**, istinski „ambasador srpskog wellness-a”, bez kojeg nijedna prava priča o wellness-u, pa ni ova u čijem je fokusu zdravstveni i wellness turizam - naprosto nema smisla. A koliko je Peđa zanimljiv i inspirativan sagovornik uverite se sami.

• *Koliko je takvih talentovanih studenata u generaciji?*

- Recimo da 30% studenata po generaciji izade kao umetnici. To je dobar znak, ali zahteva buđenje i stalno podsećanje da imaš to u sebi, da možeš, jer talenat jeste važan, ali on mora da se razvija. Kao što treba da shvate da masaža u wellness centru ima jedino smisla ako je ona jedan od bisera u ogrlici ostalih tretmana i da je najlepša kad je povezana sa saunom, turskim kupatilom, bazenom, jogom, vežbama disanja, ishranom, muzikom, aromaterapijom, prirodom... Insistiranje na holističkom pristupu, na objedinjavanju svih tih segmenata – čini suštinu mojih wellness konceptata. Za poslovanje hotela je veoma bitno da sve svoje kapacitete na najbolji mogući način stavi u kompoziciju. Upravo zato je najvažije ulaganje u ljude, u kadrove. Sve je u redu, i slavine od zlata i dijamanti i brilijanti, ali ako nema ljudi, nemamo tim koji voli i diše isti vazduh, kome je stalo da se gosti osećaju dobrodošlo i zadovoljno, onda nismo na pravom putu, jer wellness i zdravstveni turizam podrazumevaju da se posvećeno bavimo ljudima. Dobar primer za to su Terme Tuhelj i Olimija, gde sam bio pozvan početkom godine da radim edukaciju terapeuta za četiri moja autorska tretmana iz selfness koncepta, koji sam nazvao „Upoznaj samog sebe“. Kreirao sam za njih jednu holističku priču, koja je obojena lepotom raznih segmenata

INSTRUKTOR ZA AI CHI – ENERGIJU LJUBAVI

Krajem septembra Peđa Filipović je postao prvi i za sada jedini licencirani i sertifikovani instruktor za japansku metodu Ai Chi, autora Jun Konna, ne samo u Srbiji, već i na prostoru ex YU. On je proveo par dana u Mađarskoj, u mestu Göd, blizu Budimpešte, gde je od gospodina Juna Konna, učio filozofiju Energije Ljubavi, što u doslovnom prevodu znači Ai Chi. Ova izuzetna metoda, pored vrlo značajnog mesta u wellness centrima, u termalnoj vodi, i svog preventivnog anti stres karaktera, kao i podsticaja vitalnosti, vrlo je zastupljena i u procesu rehabilitacije i sastavni je deo mnogih koktela terapija za razna oboljenja. S velikim uspehom primenjuje se širom sveta, pa je za očekivati da, zahvaljujući Peđi Filipoviću, Ai Chi dobije terapijsku primenu i u nekoj od naših banja.

Zaljubljenik u vodu i njene lekovitosti, u sklopu svog autorizovanog selfness koncepta "Spoznaj samoga sebe" iskreirao je i novi tretman ATW- Angelic Touch of Water (Anđeoski dodir vode), u kojem je objedinio lepote masaže u termalnoj vodi, Džekobsonov sistem progresivne mišićne relaksacije, refleksoterapiju stopala, akupresuru, šiacu filozofiju i anđeoski reiki. U septembru ove godine metodu je prezentovao u Specijalnoj bolnici Banja Koviljača.

zapadnjačkih i istočnjačkih učenja i mojih iskustava. Moram priznati da sam srećan, zahvalan i počastvovan što sam ušao u Evropu i dobio potvrdu da ono što radim vredi i da postoje ljudi koji imaju sluha da to širimo i dalje.

Ono što mi se zaista dopalo u Termama Tuhelj i Olimija je takozvani ritual kuće - jutarnji ritual spajanja sa jedinstvom, sa zemljom, disanjem, sa sobom i ljudima oko vas. U toku dana se par puta radi ritual kuće i na velikom plazma televizoru tačno u određeno vreme kreće priča. Svi stanu, i zaposleni i gosti, i terapeut vas vodi: sklopi ruke, udahni vazduh, spusti ruke dole, ispravi nogu, zatvori oči, otvori oči, nasmej se,

pogledaj onog pored sebe... To je zaista fantastičan doživljaj!

MASAŽA - PUT SAMOSPOZNAJE

• *Da li su oni, imajući u vidu kulturološke razlike ali i životni standard, možda negde otvoreniji od nas za prihvatanje novih konceptata?*

- Mislim da su gosti možda otvoreniji za to i da terapeuti na tome rade. Tibetanske posude i zvučna masaža su nešto čarobno što oni imaju, a ja se još uvek trudim da u našoj zemlji pronađem neki lep hotel u čiji bih wellness to uključio. Isto je i sa art masažom. Mnogi govore o lepoti, ali lepota se ne govori, ona se živi, ona vas prožima.

• *Kada ste počeli da otkrivete svet wellness-a?*

- Još 1993. godine, u najteže, ratno vreme, dobio sam poziv iz Prolom banje da radim edukaciju za opšte masaže, šijacu tretman i neke terapeutske tretmane. Tada se to još nije zvalo wellness. Kod nas počinje da se priča o wellness-u tek negde oko 2000-te godine. Kao što rekoh, moje prvo iskustvo s banjama, bilo je Prolom banja, a nakon toga i Lukovska banja u kojoj sam držao predavanja. Ali moj pravi ulazak u svet wellness-a i spoznaja sadržajnosti i ozbiljnosti tog sveta, kreće tek 2005. godine, s poverenjem koje mi ukazuje Banja Koviljača i direktor dr Sremčević. Tu sam dobio potvrdu da sam na neki način priznat od zvanične medicine, što me još više obavezuje da učim i da se razvijam. U Banji Koviljači sam počeo sa pravljnjem kompletnog wellness koncepta. Tamo sam uradio Kraljičinu snagu, brend koji je



Peđa Filipović sa kolegama iz Terma Tuhelj i Olimije



Wellness akademija "Professional"

zaštitni znak ove banje - jedan poseban ritual koji, pored toga što ima fenomenalne tehnike masaže, koristi i bilje iz tog kraja. Radio sam i klasične masaže, i pakovanje tela u kombinaciji sa disanjem, sa saunom, bazenom, korišćenjem biserne kade. U gotovo isto kreće priča i sa Ribarskom banjom u kojoj su me angažovali da radim edukaciju masaža, ali kada su došli na ideju da se bave wellnessom, počinje da se inkorporira naš koncept. Potom dolazi ozbiljan poziv iz hotela Mediteran iz Bečića, od Blaže Dedića, koji mi je rekao: „Ja želim da razgovaram sa arhitektom i da mu napišem kako treba da izgleda prostor sa masažama“. Sedam sa arhitektom i do detalja razrađujem prostor. Ja ne znam kako mi je dolazila inspiracija (valjda je otvoren kanal od univerzuma!), ali 80% ideja je prihvaćeno. I danas sjajno izgleda. Njima sam uradio prvi crnogorski wellness brend na nivou zemlje - Montenegro mediteran masažu, čija je suština da osetite da ste na Mediteranu, u Crnoj Gori. Zato se tu uključuje lavanda, pomorandža, ruzmarin, jastučići sa mirisnim biljem, ulje koje je kombinacija lavande i pomorandže, topli kamenčići na kojima ležite,

vežbe disanja kroz koje upijate sunce da vas regenerišete, a pokreti koje sam radio su kao talasi koji idu prelaze preko vašeg tela, ljuljuška vas i pušta da zaronite u svoje dubine i sebe prihvatate, volite... Uvek mi je bilo važno da masaža bude put samospoznaje. Ako si terapeut, ti si onda ljubav koja cirkuliše, ti si od boga dar, i tu si samo da usmeravaš i pališ prekidače.

WELLNESS S LOKALNIM PEČATOM

• *Kakav, u stvari, treba da bude hotelski wellness & spa?*

PEĐIN FAVORIT: WATSU

Watsu je vrsta terapije u vodi koju je 1980. godine razvio Harold Dull. Ona ima značajno opuštajući efekat i može da se koristi za lečenje širokog spektra tegoba, uključujući i razne tipove hroničnog bola. Watsu tretman podrazumeva da plutate u toploj vodi, dok vas terapeut pridržava i pomera u različite položaje, u cilju istezanja delova tela. Pored benefita na fizičko zdravlje proisteklih iz pokreta i istezanja, Watsu ima veliki uticaj na oslobađanje od stresa i preporučuje se prvenstveno kod rehabilitacija.

- Hotelski wellness bi trebalo da nosi pečat zemlje i regiona u kojem se hotel nalazi. Zašto bih u južnoj Srbiji morao da doživim isto što i na severu zemlje, ako se ti krajevi već razlikuju? Zašto u sred Beograda imam isti tretman koji ću dobiti na Mediteranu? Hoću beogradsku priču! Naravno da zbog klijenata koji to vole treba uključiti i tretmane koji mogu da nadomeste more, ali to je jedan deo priče.

Otežavajuća okolnost u hotelima je što je terapeut uslovljen vremenskim trajanjima koji moraju da budu u minut i sekund. Masaža 15 ili 30 min, tretman 45 minuta - svi radimo isto, moramo da radimo po tom programu. Ali kako bi bilo da se malo više bavimo potrebama čoveka, da vidimo šta je to što čoveku treba kad dođe kod nas u hotel. Da li je to biće preumorno, besno, zaljubljeno? Kako da isti tretman dam biću koje je zaljubljeno, koje cveta i osobi koja je nervozna? Hajde da porazgovaramo sa ljudima, da ih pitamo šta oni vole od mirisa, koji čaj bi voleli da popiju posle tretmana, nevezano za program. Da se svojim poslom bavimo holistički, da bismo izašli iz segmenta kozmetičkih salona.

To podrazumeva i neophodnost da se popunjavaju upitnici o indikacijama i kontraindikacijama za svakog klijenta koji dolazi na masažu. U banjama se to uglavnom radi kada su u pitanju pacijenti, ali u wellness centrima gotovo da se o tome i ne govori. Hoteli moraju da budu veoma obazrivi i da insistiraju na informacijama o zdravstvenom stanju klijenata koje mogu da budu od koristi terapeutu. Kad neko zakaže kod mene, on je popunio formular gde piše da li ima visok pritisak, šećernu bolest, reumu, operacije diskus hernije, alergije... Ako sam terapeut, ja to moram da znam da ne bih pogoršao zdravstveno stanje klijenta. Šta ako je čovek alergičan na neki sastojak ulja za masažu, ili ima visok krvni pritisak a vi mu masažom dodatno pojačate cirkulaciju?

KAO DA VAS ANDEO VODI...

• Uvek me je zanimalo šta profesori žele za sebe kada su u prilici da budu klijenti. Šta vi očekujete, u čemu najviše uživate?



The true history of wellness in Serbia begins about a quarter of a century ago, and is associated with a completely unusual personality, for whom many say is - a brand for himself. He is an actor, musician, journalist, yoga instructor, lecturer in a certified school of massage - today Wellness Academy "Professional", where for 25 years were educated more than 30,000 students, a creator of many authors method of massage and great wellness concepts, spiritus movens of Art massage - a new trend in wellness & spa philosophy ... A man of incredible, cosmic energy from whom flows love, with a mission to, in his quest for the "holy Grail" make others better, more valuable, more beautiful... First of all, humanist - Predrag Pedja Filipovic, is a true "Serbian Ambassador of wellness", without whom no story about wellness simply does not make sense.

- Želim mir, da u vazduhu osetim da sam dobrodošao, želim da se neko bavi sa mnom, da me opusti, da ne gleda na sat, da me ne opterećuje suvišnim pitanjima i razgovorima u toku programa. Ja mnogo volim holističke masaže, gde me terapeut oseti i tačno zna gde da stavi ruku, gde da me pritisne, da li da izvuče vrat, da čuje šta želim od ulja, da li sam preumoran da me ubaci u alfa stanje da idem u san ili oseća da treba da se razbudim jer posle idem u ludo druženje itd. Zaljubljen sam u

masažu koje kod nas nema: watsu masažu - šijacu u termalnoj vodi. To je masaža koja u vama budi osećaj kao da ste u placenti, u plodovoj vodici, kao da vas anđeo vodi... Vi ste u bestežinskom stanju, a svaki mišić je tretiran. Doživeo sam ga na Paličkom jezeru od svojih učitelja koji su došli iz Indije. Video sam razne, neverovatne stvari, mnogo toga probao, ali nikad neću zaboraviti watsu, termalni bazen i šijacu u vodi. Watsu je moj favorit!

Ljiljana Rebronja

• PREOBLIKOVANJE TELA

• GIPSANE BERMUDE

• NEGA LICA I TELA

• MASAŽE

• FRIZERSKE USLUGE

• PEDIKIR, MANIKIR DEPILACIJA

• EDUKACIJA

• PRODAJA ITALJANSKIH PREPARATA



NACTIVE®

NACTIVA CENTAR, U OKVIRU HOTELA BALI PARADIZO - SPA ZONE, DO APRILA 2015. GODINE IMA SPECIJALNU PONUDU ZA WELNESSE U BANJAMA, HOTELIMA I SALONIMA - 25% POPUSTA ZA EDUKACIJU!

EDUKACIJOM I NAŠIM ISKUSTVOM SAMO U JEDNOJ PROSTORUJI VAŠEG HOTELA, PRIJATNO OPREMLJENOJ ZA MASAŽU, MOŽETE DRISTIČNO POVEĆATI PRIHODE I IMATI VELIKI BROJ ZADOVOLJNIH GOSTIJA I KLJENATA.

NACTIVA CENTAR NUDI INDIVIDUALNI PRISTUP SVAKOM GOSTU I KLJENTU, SPECIJALNIM TEHNIKAMA MASAŽE ZA USPOSTAVLJANJE BALANSA DUHA I TELA.

ENERGETSKIM POKRETIMA PRESURE, STIMULIŠEMO ŽIVOTNU ENERGIJU I OTKLANJAMO NAPETOSTI I ENERGETSKE BLOKADE U TELU.

ITALJANSKIM PREPARATIMA TOPIMO MASNE NASLAGE I DETOKSIKUJEMO TELO. HIJELURONSKOM KISELINOM, SASVIM BEZBOLNO, POPUNJAVAMO BORE I PODMLADUJEMO IZGLED KOŽE.

KAKO ZNANJE I SPOZNAJA NAPREDUJU U SVIM SEGMENTIMA, TAKO I U TEHNIKAMA MASAŽA DOLAZIMO DO SVE VIŠE INFORMACIJA VEZANIH ZA NAŠE TELO KAO CELINU.

Više informacija:

063/775-8-169 - nacionalni trener i ajurvedski tehničar

www.nactivecentar.com

LIČNI VODIČ

do harmonije tela i duha



Živimo u vremenu brzih dešavanja, mnogobrojnih promena i često imamo utisak da nemamo kontrolu nad svojim životom. Želimo da se osećamo bolje, da izgledamo bolje i da imamo više energije, ali ne znamo kako. Ključna ličnost u tome je wellness trener! U tekstu koji sledi, videćemo kako hoteli, suočeni sa sve većim i sofisticiranijim zahtevima klijenata, angažovanjem licenciranih wellness trenera ne samo što obogaćuju svoju ponudu, već ostvaruju i značajnu konkurentsku prednost.

Wellness treneri su visoko akreditovani zdravstveni, fitness i wellness profesionalci koji rade sa svojim klijentima kako bi im pomogli da poboljšaju fizičku kondiciju i težinu, redukuju stress, da povećaju energiju i opšte zadovoljstvo, poboljšaju zdravlje i ishranu kao i svoje mentalno i emocionalno stanje. Tom prilikom se služe znanjima iz oblasti bihevioralne psihologije tj psihologije ponašanja, nutricionizma, psihologije odraslih i metodologijama motivacionih razgovora, kao i teorijama zasnovanim na rešavanju problema. Ove osobe postavljaju određene ciljeve za pojedinca tokom vežbanja i onda zajedno rade na njihovom ostvarivanju. Kada se prethodni ciljevi ostvare, postavljaju se novi. Istraživanja su pokazala da metoda wellness treninga jednom

nedeljno u trajanju od 3 do 6 meseci, daje dovoljno vremena klijentima da uspeju u nastojanjima da promene svoj život na bolje.

Verovatno se pitate kako da ovaj sistem primenite u svojim hotelima i gostima ponudite nešto više od uobičajenog luksuza, kao i šta ćete na taj način postići. Evo odgovora na to pitanje.

HOUSTONIAN HOTEL CLUB & SPA - SAD

U *Houstonian Hotel Club & Spa*, proglašenim od strane američkog CNBC za jedan od najluksuznijih fitness klubova, program *wellness coaching-a* se nalazi u okviru specijalnih programa fitness centra gde rade isključivo akreditovani profesionalci. Svaki trener mora pre svega da ima licencu za





Wellness trainers are highly accredited health, fitness and wellness professionals, who work with clients in order to help them improve physical condition and weight, reduce stress, increase energy and general satisfaction, improve health and diet, as well as mental and emotional condition. Their engagement in hotels is the right way to point out the significance of healthy and balanced life style. Exercising makes guests feel better, happier, healthier and full of energy. But, what is the most important are the programs developed by trainers, which are personalized and created for each individual guest.



bavljenje ovim poslom. Akreditacija je od velike važnosti i u Americi je potrebno imati potvrdu ACSM tj. Američkog fakulteta za sportsku medicinu kojom se stiče pravo držanja wellness trening programa, kao i sertifikovan program od strane *Wellcoaches* korporacije.

Usluge wellness treninga su dostupne članovima kluba, a mesečno je potrebno izdvojiti oko 360\$, dok inicijalna cena članarine iznosi 24.000\$. Na raspolaganju su savremena oprema i mogućnost da se biraju raznovrsni programi iz njihove ponude, a wellness trening program se sastavlja na osnovu upitnika koji gosti popunjavaju.

Pitanja su različitog karaktera: od provere zdravstvenog stanja, mentalnog stanja, istorije bolesti, načina ishrane do načina vežbanja i provera nivoa lične satisfakcije i stanja depresije i imaju za cilj da se na bolji način napravi program koji će da zadovolji potrebe i ispuni očekivanja gosta.

GLENEAGLES HOTEL – ŠKOTSKA

„Kada se čini da zadacima i obavezama nema kraja, da je vremena malo, da se borimo sa konstantnim zahtevima kolega i klijenata, vrlo često zaboravljamo na nas same. Možda se osećate napeto i nemate energije, možda želite da poboljšate svoje zdravlje, kondiciju i način ishrane ili pak tražite alternativne načine za lečenje.“

Na ovaj način *Gleneagles Hotel* skreće pažnju poslovnim ljudima da zdravlje i opšte blagostanje treba da im bude primarno. Kroz ponudu

wellness treninga, oni žele upravo da to i postignu. Program je koncipiran na praktičnim strategijama koje pomažu da se razvije razumevanje prema samom sebi i svom telu i zdravlju, a sve to uz pomoć wellness trenera. Cena je 175£ i obuhvata inicijalne konsultacije u trajanju od 75 minuta i 80-minutni Spa ili ESPA tretman izabran u saradnji sa wellness trenerom.

THE BREAKERS PALM BEACH – SAD

Brčkanje u vodi i uživanje u suncu kao i u čarima Palm Beach-a gosti mogu zameniti vrhunskim programom koji nudi spa centar u hotelu *The Breakers*. Usluge zdravstvenih i wellness treninga od strane iskusnih i već priznatih stručnjaka su pravi način da se gostima ukaže na značaj vođenja zdravog i uravnoteženog načina života. Vežbanje čini da se osećate bolje, srećnije, zdravije i puni energije, tvrde instruktori i treneri, članovi tima koji već godinama zajedno rade. Njihov wellness trening se ogleda u pružanju usluga različitog spektra od samoprocenjivanja do toga kako se na najbolji način boriti sa stresom, davanja smernica koje se tiču zdrave ishrane i kupovine, meditacije i osećaja svesnosti. Programi su personalizovani i kreirani za svakog ponaosob, a savetuje se da ih kombinuju i sa drugim programima poput, *body composition analysis* (programa koncipiranog da ustanovi odnos mišićne mase i masti u telu), treninga za dvoje, treninga u grupi kao i sa raznim fitness programima.

Katarina Ilić

HOTEL ZLATIBOR MONA

Mi smo tu zbog vas!

Uvek isti scenario: ustajanje uz budilnik, jurnjava do posla, sastanci, službena putovanja, folderi prepunjeni neodložnih poslova... umor, stres... Kad ćete se vratiti sebi, misliti o sebi, učiniti nešto dobro za sebe pre nego što „izgorite“? Kraći a češći odmori su pravo rešenje za vas, a hotel Zlatibor Mona pravo mesto za opuštanje i revitalizaciju. Dobrodošli u naš hotel i Wellness Mona Centar!

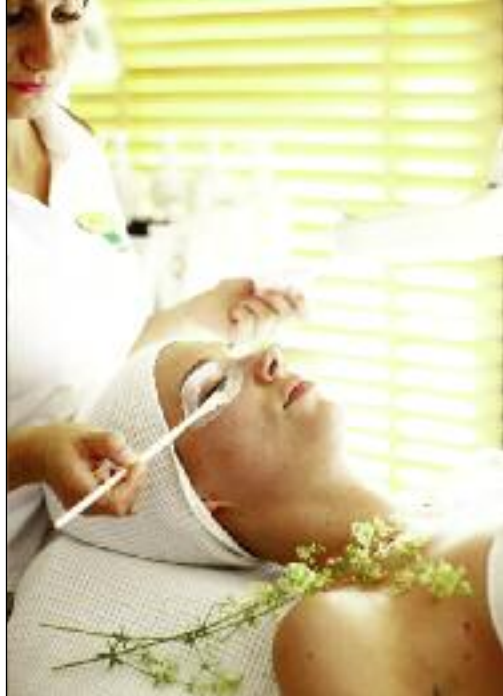


Prvo se dobro naspavajte u udobnoj sobi našeg hotela. Kakvo god vreme napolju bilo bar odškrinite prozor sobe, jer tik uz hotel je borova šuma čije krošnje garantuju miran san. Zatim, prionite na pravi zlatiborski obrok da vas okrepi svojim mirisima, ukusom i snagom! Onda izvucite vetrovku iz prtljaga, cipele za pešačenje i uhvatite se u koštac sa planinskim puteljcima od kojih svaki vodi do čistih proplanaka i osećaja slobode koji će vas preplaviti čim duboko udahnete rezak zlatiborski vazduh i pogledom prigrlite vidik koji se pruža pred vama.

NA PONOSNOJ PLANINI, BAJKOVITI WELLNESS

Kada se „pošteno nakupite zime“, sledeće odredite je: Wellness Mona Centar, spreman da vas ugrije, opusti i umiri, nezaobilazni delić slagalice koju Hotel Mona Zlatibor brižljivo i sa ljubavlju godinama kreira! Mi otvaramo vrata i naša srca dragim gostima, dočekujući ih kako dolikuje Zlatiboru, ponosnoj i bajkovitoj planini. Kao što svaki dobar domaćin u našem kraju pred gosta iznosi so i domaću pogaču, „šljivu prvenac“ ili proju, mi pred svoje goste prostiremo udobnost, provereni kvalitet i dobar osećaj!

Voda, vazduh, vatra – sveto trojstvo prirodnih elemenata našlo je svoje mesto i kod nas.



Always the same scenario: getting up with the sound of clock alarm, chasing to work, meetings, business travels, folders full of urgent duties... exhaustion, stress... When will you return to yourself, think about yourself, do something good for yourself, before you „burn out“? Short, but frequent vacations are just the right solution for you, and Zlatibor Mona Hotel is a right place for relaxation and rest. Welcome to our hotel and Wellness Mona Centar! We recommend: Promo weekend – Relaxation for two...

Voda koja ispira i odnosi sve nečistoće iz tela, duše i skida breme sa ramena. Bazen čeka da vas razgali svežom vodom, masažnim gežirima i slapom koji pada iz umetnog kamena podsećajući na Gostiljski vodopad. Isplivajte se, pokrenite se a onda zatvorite oči i pustite telo da lebdi na površini vode koja se prosto poigrava vama, noseći vas tamo gde ona želi. To je opet onaj osećaj slobode, zar ne!?

Vazduh sa čuvenom zlatiborskom „ružom vetrova“ već je dovoljno bogat i dragocen, a u našem centru i dodatno oplemenjen aromaterapijom na svakom koraku.

U hidromasažnom bazenu vas zajedno sa mehurićima mazi i opija miris kamilice, u parnom kupatilu vas budi ruzmarin, a domaća nana otvara sve disajne puteve.

Preпустите se oblaku pare blagotvorne arome i odaberite neko lepo pakovanje iz naših bogatih sauna-programa. Možda je za vas prava pre-

poruka upravo obloga od zelene gline i sušenog bilja. Nanesite je na ramena, ruke, neka celo telo zamiriše i uživa u blagodetima prirode!

OPUŠTANJE, DETOKSIKACIJA, A ONDA REVITALIZACIJA

Napravite predah u relax sobi uz napitak iz Vital-Bara, koji se nalazi i okviru Wellness centra. Preporučujemo „Zlatiborski uranak“ – vitaminski koktel sa domaćim medom i brusnicom! Okrepite se, zatvorite oči pod „zvezdanim nebom“ relax prostora i otplovite uz zvuke pažljivo odabranih instrumentala.

Vatra je svoje mesto kod nas našla kroz užareno kamenje u sauna pećima. Vrelina drveta u sauni podseća na vrelinu peska na plaži. Takva vrelina leči umorne kosti, bolna leđa, čisti telo od nakupljenih nečistoća urbanih sredina - smoga, nikotina... Oznojite se i izbacite sve iz sebe! Sve što vas tišti! Možete da birate između Finske ili Bio –saune.. Obe odišu mirom, čistotom drveta i biljnim esencijama u vazduhu.

Sutrašnji dan rezervišite za negu, lepotu i „punjenje baterija.“ Jutro je pravo vreme za trening na kardio programu kod nas. Ali, ako je vedar dan, ipak savetujemo da od nas potražite štapove za nordijski hod ili možda bicikle. Mapu Zlatibora u ruke i pratite označene staze! Probudite istraživački duh u sebi.

Nakon takve aktivnosti spremni ste i za opuštanje i prepuštanje sigurnim rukama profesionalnih fizioterapeuta i kozmetičara, punim poverenja i pozitivne energije. Koju god masažu odaberete, od standardne, terapijske masaže, preko reflexoterapije, do holističke masaže i ajurvede - ona će biti prava i nepogrešiva, jer je prilagođena upravo vama i vašim potrebama. Nakon toga, preporučujemo tretman u kapsuli zdravlja za stišavanje upalnih procesa i detoksikaciju. A potom, lepota. Slobodno se prepustite izboru kozmetičara koji će vam preporučiti pravi tretman lica i tela, i najbolje preparate, jer saradujemo samo sa sigurnim i proverenim kozmetičkim kućama čiji je cilj isti kao i naš – vaša zdrava lepota!

Kada sledeći put dođete, iznenadićemo vas sa novim osveženjima prostora, ideja, ponude! Hotel Zlatibor Mona već dugo sanja da bude kuća gostoprimstva za dobar ukus i osećaj! Taj san je postao naša vizija koju, korak po korak, pretaćemo u stvarnost. Zato ekuzivno najavljujemo renoviranje Wellness Mona Centra. Uskoro vas očekuju komfornije saune, nove vodene površine i još lepši, topliji i komforniji ambijent! Nastavljamo da „oslušujemo“ vaše želje i potrebe, nastavljamo da stremimo i bude- mo još bolji! Jer mi jesmo tu zbog vas!

Marija Radišić, menadžer wellness centra

PREPORUČUJEMO: PROMO VIKEND - OPUŠTANJE U DVOJE...

Neka ovaj vikend bude samo Vaš! Odabrane masaže i tretmani koji će pomoći da Vaše vreme odmora pamтите i po mirisu, svetlosti sveća i zajedničkom doživljaju potpunog opuštanja...

Vikend aranžman: 3 dana/ 2 noći • Smeštaj sa doručkom i večerom • Korišćenje wellness-a sa zatvorenim bazenom.

Usluge u wellness centru: masaža Aroma Sense x2 • hidromasažni bazen 20 min. • kapsula zdravlja x 2 • noćno kupanje • čokoladna obloga za telo u sauna programu x 2 • bade-mantil i papuče u sobi • vitaminski napitak x 2

Kasno odjavljivanje u nedelju do 18h

Čist vazduh, ljubazno osoblje!

www.monazlatibor.com



VOX TRADE

ime koje predstavlja

KVALITET

Firma VOX TRADE već više od dve decenije uspešno opstaje na tržištu, izgradivši tokom godina stabilnu lider-sku poziciju kao distributer najkvalitetnije Wellness & SPA opreme i aparata, poznatih svetskih brendova koji se nalaze u najelitnijim hotelima širom planete. U ovu oblast su, kako u zanimljivom i inspirativnom razgovoru za „Turistički svet“ ističe **Mladen Vojinović**, generalni menadžer, ušli pionirski, s misijom da kvalitetom distributerskog programa, posvećenošću visokim profesionalnim standardima i nastojanjem da se drži korak sa svetskim trendovima – osvajaju svoj deo prostora na tržištu, a danas s ponosom mogu da kažu da su razvijajući sopstvenu firmu, značajno uticali i na razvoj Wellness & SPA industrije u Srbiji.

• *VOX TRADE je aktivni učesnik na tržištu Wellnes & SPA opreme već čitave 22 godine. Čime ste se rukovodili kada ste započinjali posao? Šta je to što vas je održalo na ovom turbulentom tržištu, a potom i učvrstilo vaše liderske pozicije?*

- Firma VOX TRADE je osnovana u Beogradu 1992. godine sa idejom da se, pre svega, bavi spoljnom trgovinom koja, logično, podrazumeva putovanja. Obilazeći mnoge zemlje i različite hotele, vremenom sam zapažao ozbiljne promene koje su se dešavale u hotelskoj ponudi. Bio sam potpuno siguran da će i naši hotelijeri kad-tad morati da prihvate Wellness & SPA kao novi i sve više obavezujući standard ne samo za hotele visoke kategorije, pa sam odlučio da se lagano usmeravamo ka ovoj veoma ozbiljnoj i interesantnoj oblasti. Pored opreme za hotele, slična oprema se

može ponuditi i kozmetičkim salonima koji su, da budem iskren, prvi reagovali na našu kompletnu i izuzetno kvalitetnu ponudu. Kada ste u nekom poslu pionir, onda imate ogromnu prednost da, obilazeći sajmove pažljivo izaberete ono najbolje što se može naći na tržištu, pa su se tako u našoj distributerskoj ponudi našle najpoznatije firme čiji se aparati i oprema mogu videti i u najelitnijim hotelima širom sveta. Ovo je svakako velika prednost u odnosu na našu konkurenciju i to ozbiljni hotelijeri znaju, a može se videti i u našoj referentnoj listi hotela i turističkih objekata koji koriste opremu iz našeg distributerskog programa. Ta posvećenost kvalitetu rezultirala je 2012. godine priznanjem „Wellnes Award“ za Spa&Wellness opremu, koje dodeljuje Centar za promociju Spa &Wellnes-a i Klub privrednih novinara Srbije. Iako je naša

postojeća ponuda raznovrsna, ne spavamo na lovorikama, već se, prateći zbivanja na svetskom tržištu, trudimo da stalno dodajemo nešto novo, po našoj proceni vredno i aktuelno. Tako smo u portfolio naših najznačajnijih poslovnih partnera, kao što su SYBARITIC (USA), IONTO-COMED&SUDA (Nemačka), ALISUN (Holandija), MAYSTAR (Španija), ETOILE (Italija), ove godine dodali i sjajnog proizvođača „suvih“ hidromasažnih kreveta - nemačku firmu WELLSYSTEM, čiji će proizvodi, sigurni smo, zainteresovati mnoge. Kvalitet i aktuelnost ponude su bile i biće razlog za nabavku opreme koju nudimo.

WELLNESS JE POTREBA A NE LUKSUZ

• *Kako ste već dugo u poslu, šta biste rekli: kakvo je stanje Wellness & SPA industrije u svetu, a onda i u Srbiji? Gde smo u odnosu na Evropu ili svet u toj oblasti?*



Dermalife

PREMIUM HYDROSPA CAPSULES

AlphaLED
LIGHT-SPA™

WEIGHT LOSS / DETOXIFICATION

FITNESS ANTI-AGING

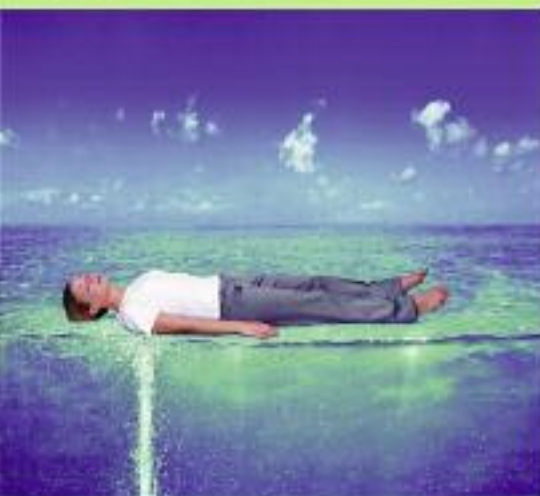
AESTHETICS FACE

BODY CARE

Made in USA

SYBARITIC.

Global Aesthetic Solutions



wellsystem™

TALASOTERAPIJA - ciljne grupe

MEDICAL - terapija i prevencija

WELLNESS - relaksacija za dušu i telo

FITNES - relaksacijom do top forme

KOMPANIJE - relaksacija u pauzi za ručak

KOMBINOVANI TRETMAN KLASIČNE

MASAŽE I TOPLLOTNE TERAPIJE

Made in Germany



SUDA

**APARATI I NAMEŠTAJ ZA
WELLNESS TRETMANE
LICA I TELA**



alisun

look good. feel better



Made in Germany

**SOLARIJUMI I KOLAGEN APARATI
POSLEDNJE GENERACIJE**



Made in Holland

**VOX
TRADE**

Milentija Popovića br. 9
(SAVA CENTAR)

II sprat/11070 Novi Beograd

Tel: 011-3016-230 Fax: 011-2140-689

www.vox-trade.com

- Poslednjih godina svet se sve više okreće prirodi, jer savremeni način života, naročito strahovito brz tempo života u gradskim sredinama, predstavljaju potencijalnu „bomбу“ za svakoga, pa je korišćenje Wellnessa prosto neophodnost da bi se rasteretili fizički i psihički. Svako od nas bi morao da pronađe neku svoju „oazu“ u kojoj će moći da se prepusti pozitivnim mislima uz relaksaciju koju nam pružaju Spa & Wellness usluge. Danas u svetu ne postoji nijedan ozbiljniji hotel, banja, kantri klub, teniski centar, motel ili odmaralište a da u svojoj ponudi nemaju i poseban prostor za SPA i Wellness tretmane. Austrija, na primer, ima više od 2.000 registrovanih SPA&Wellness centara koji donose ogroman prihod i direktno utiču na reputaciju i popularnost hotela. Kod nas još uvek ima hotela u kojima je akcenat na teretani, što je po mom mišljenju pogrešno, a i u svetu je takav koncept odbačen još pre 15-20 godina. Teretane zahtevaju veliki prostor, skupu opremu, a koriste ih pretežno muškarci između 18 i 40 godina. S druge strane, Wellness ne pravi razliku prema polu i godinama starosti, kao ni prema fizičkim predispozicijama, što znači da će svi od 5-85 godina naći nešto za sebe.

• *Kakav je, po vašoj proceni sadržaj i kvalitet hotelskih Wellness & SPA centara? Čime se rukovode investitori, a kako bi trebalo da bude, naročito u objektima visoke kategorije? Šta vi preporučujete svojim klijentima?*

- Ne smemo da zaboravimo da su gosti danas sve zahtevniji, probirljiviji. Njima nije dovoljno ponuditi samo dobru hranu i pristojan



smeštaj. Oni često putuju i imaju veoma izgrađene kriterijume kvaliteta, i očekuju da im ponudite u najmanju ruku ono na šta su navikli. Nažalost, Srbija je u teškoj ekonomskoj situaciji, pa se ne može očekivati da u potpunosti prati sve novosti koje možemo naći na svetskom tržištu, ali trebalo bi da postoji želja za napretkom i inovacijama u ovoj oblasti, što se, praksa je pokazala, uvek višestruko isplati. Jeftin enterijer i loša oprema nikome neće biti zanimljivi. Osim toga, može vam napraviti i dosta problema zbog čestih kvarova, pa skrećemo pažnju budućim investitorima da ne ulaze u takva jeftina a ipak loša i privremena rešenja. Luksuz i glamur uvek imaju svoje pristalice, kakva god bila ekonomska situacija, pa od toga ne treba bežati. I kvalitetnija ponuda i oprema dovela bi vas do platežno moćniju klijentelu, produžile sezonu, dobićete stalne goste, a sve to zajedno doneće vam i mnogo veće prihode. Stara izreka "nisam toliko bogat da kupujem jeftine (nekvalitene) stvari", može se i ovde primeniti, naročito u objektima visoke kategorije, u kojima ne sme biti improvizacije.

Za VIP GOSTE – VIP WELLNESS APARTMANI

• *Nije popularno baviti se predviđenjima, ali ipak, šta je po vama budućnost Wellness & SPA industrije u svetu i u Srbiji? Kako vidite VOX TRADE u godinama koje dolaze?*

- Velika i zaista interesantna oblast kao što su Spa&Wellness u svetu ima tendenciju rasta, uz stalno dodavanje novih elemenata koji obogaćuju postojeću ponudu i čine je još atraktivnijom, a to znači - unosnijom. Od

novina svakako treba istaći takozvani Day Wellness&SPA, naročito popularni u urbanim sredinama gde zaposleni mogu da iskoriste pauzu tokom rada za relaksaciju da bi tako opušteni mogli da nastave svoj posao bez pada koncentracije i kvaliteta rada. Druga novost koja se sve češće nalazi u Wellness centrima je prostor namenjen za takozvani Medical Wellness&Spa. Ova oblast pored relaksacije uključuje i tretmane koji su bazirani na medicini ili specifičnim tretmanima kao što su: trajna epilacija, tretmani u Wellnes i kiseoničkim kapsulama Sybaritic, kavitacija sa različitim tretmanima celulita, specifični tretmani lica i tela koje ste mogli naći samo u najkvalitetnijim medicinskim i kozmetičkim centrima. I na kraju, novina koja sve više uzima maha, pre svega, u luksuznim hotelima Amerike i Evrope su takozvani VIP Wellness apartmani. Umesto da vaš gost ide u Wellness koji je namenjen svima, apartman tog specijalnog gosta hotelijeri opremaju raznim aparatima, kao što su Sybaritic Wellness i OXY kapsule ili specijalni IONTO ležajevi za masažu, pa gost može u tišini svog apartmana da uživa i relaksira se. Ovo je svakako daleko komotnija varijanta, namenjena, pre svega, VIP klijenteli koja hoće i može da plati ovakve usluge.

Ove novosti bez obzira na ekonomsku situaciju svakako neće mimoći ni Srbiju, ali je neophodno da se potencijalni investitori blagovremeno i što bolje obaveste o svim tim novostima, pa je i ovo dobar način za to.

Ljiljana Rebronja



VOX TRADE Company, for more than two decades successfully operates on the market, building over the years, stable leading position as a distributor of highest quality Wellness & SPA equipment and appliances by well-known world brands, who found their way into world's most prestigious hotels. In an interesting and inspirational interview for the magazine Turisticki svet, **Mr. Mladen Vojinovic**, a general manager, says they entered in this field as pioneers, with the mission to win their share of the market space with quality distributive program, commitment to high professional standards and concerted efforts to keep pace with global trends. Today, they can proudly say that by developing their own company, they significantly impacted also on development of Wellness & SPA industry in Serbia.

The New York Times RECOMMENDATION FOR 2014

Kongresni hotel Galleria otvoren 2007. godine u centru Subotice, jedini je hotel iz Srbije koji je preporučio New York Times za 2014. godinu u sklopu godišnjeg editorijala "52 destinacije koje morate posetiti u ovoj godini", u kojem je Subotica posebno istaknuta.

Hotel Galleria:

- 90 smeštajnih jedinica,
- 7 konferencijskih sala kapaciteta 40-550 mesta,
- Atrium površine 1.300 kvm natkriven staklenom konstrukcijom visine 25 m,
- Obezbeđen parking na nivoima -1 i -2,
- Galleria Wellness centar na 1.600 kvm, jedan je od najvećih u Srbiji,
- 5 ugostiteljskih objekata kapaciteta i do 400 mesta!

Hotel Galleria - pravi izbor za sve individualne i grupne posete severnoj Srbiji. Od otvaranja do danas poznat je po idealnom odnosu cena / kvalitet kod organizacije svih vrsta poslovnih skupova.



Matije Korvina 17
24000 Subotica
+381 24 647 111

www.galleria-center.com
facebook.com/Hotel.Galleria



TEKSTIL *s potpisom*



Hotel Izvor - Aranđelovac



Hotel Izvor - Aranđelovac

Mnogi nikada neće razumeti da je jedna od najvažnijih stvari u hotelijerstvu – kvalitet tekstilnog programa. Ali oni koji to znaju i čiji visoki hotelski standardi to podrazumevaju, svojim gostima nikada neće uskratiti miran san u udobnom krevetu, presvučenom kvalitetnom, bogatom posteljinom u kojoj se ne znoji, sa jastucima po meri svakog gosta, niti će zaboraviti da svoje goste obrađuju mekim, prijatnim peškirimima koji vas u trenutku osuše... Jer, oni brinu o svojim gostima i znaju da brinući o njima doprinose renomeu i poslovnoj uspešnosti svog hotela. U tome im od 1995. godine pomaže jedna dama, čije je ime postalo znak prepoznatljivosti za vrhunski kvalitet hotelskog tekstila – Borica! Od 2013. ona je na čelu firme HoReCa Textil doo u Novom Sadu, ali i dalje sva hotelska vrata otvara svojim imenom.

Delatnost firme koju vodi je isključivo opremanje i uređenje unutrašnjeg prostora hotela stonim, posteljinim i dekorativnim tekstilom, a njihov bogati program čine:

- posteljina, jastuci, jorgani i protektori,
- peškiri, bade mantili, papuče,
- stolnjaci, nadstolnjaci, salвете,
- zavese, draperi, black-out i



Crowne Plaza - Beograd



Hotel Moskva - Beograd

NAŠE REFERENCE

HYATT REGENCY BEOGRAD,

IZVOR - Aranđelovac,

MASTER - Novi Sad,

MOSKVA - Beograd,

GRAND - Kopaonik,

CROWNE PLAZA - Beograd,

PALACE - Beograd,

PRAG - Beograd,

PARK - Novi Sad

LEOPOLD I - Novi Sad,

VILA BREG - Vršac,

VOJVODINA - Zrenjanin,

PUTNIK / TULIP INN - Beograd,

IN HOTEL - Beograd

HOTELI TARA - Bajina Bašta,

COUNTRY CLUB HOTEL BABE -

Kosmaj-Beograd,

PANORAMA - Novi Sad,

AERODROM - Niš,

ORFEJ - Banja Luka

HOTEL COMSAR RUDO - Rudo

kao i

GRAD NOVI SAD – Gradska kuća,

NIS NAFTNA INDUSTRIJA - Novi Sad

– hoteli i restorani,

ELEKTROVOJVODINA - Novi Sad –

hoteli i restorani,

VILA AKACIJA - Zemun

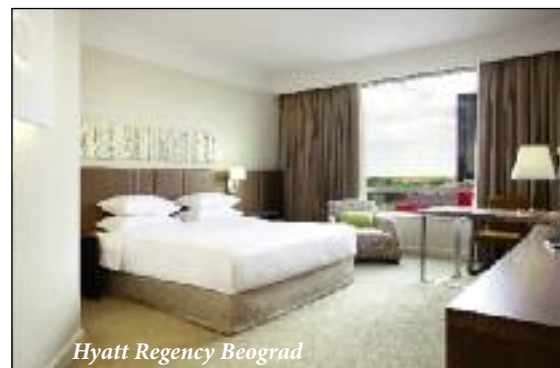
SLOBODA - Šabac

- dekorativni prekrivači, jastuci i karneri za krevete.

Prateći svetske trendove i hotelske standarde, HoReCa Textil je upotpunio svoju ponudu proizvodima od finih, visokokvalitetnih materijala, namenjenih za profesionalnu upotrebu, proizvodima koji mogu da zadovolje i najrazličitije ukuse, jer je primarni cilj vlasnice bio i ostao da svojim klijentima pruži visok kvalitet proizvoda i – personalizovanu uslugu!

Upravo to je ono što HoReCa Textil izdvaja od drugih, ali ono što ga kao partnera preporučuje je pažnja s kojom osluškuje želje svojih klijenata i prepoznaje njihove potrebe, odgovornost s kojom pristupa poslu i poštuje rokove, sa željom, koja je u njihovom slučaju tako transparentna, da na kraju vide zadovoljnog klijenta, sa kojim će se produžiti već podugačka lista njihovih stalnih kupaca.

Potreba da svakom prostoru svojim idejnim rešenjem daju magiju rafinirane elegancije, raskoši i udobnosti, čini HoReCa Textil tako posebnim, a ime Borica čiji potpis sve ovo povezuje – u hotelskom svetu - prepoznatljivim.



Hyatt Regency Beograd



Vojvodina Zrenjanin



Villa Breg - Vršac

HoReCa textil

Novi Sad

Tel./fax: 021 33 77 55

Tel./fax: 021 6442 438

horecatextil@eunet.rs



Hotel Master - Novi Sad



WELLNESS & SPA

oaza hotela "Prezident"

Sve brži način života danas podrazumeva i sve veću izloženost stresu. Da bismo što zahteva uspešnu borbu protiv negativnih posledica stresa. To podrazumeva pravo opuštanje, uživanje i prikupljanje nove snage u nekoj oazi mira.

Wellness & Spa hotela "Prezident" svojim gostima nudi opuštanje, uživanje u raznim sadržajima, mogućnost da revitalizuju svoj organizam i naprave sopstveni štit

od negativnog uticaja svakodnevnog stresa.

Na 1.000 kvm Wellness & Spa centra nalazi se:

- Otvoreni bazen (17 x 8 m) koji se zajedno sa plažom prostire na 600 kvm. U okviru bazena je čakuzi za 10 osoba, vodene atrakcije (turbo jet, lastin rep). Temperatura vode je 26-28 °C.
- Zatvoreni bazen (parno kupatilo), ovalnog oblika (9 x 6 m). Temperatura vode je, takođe, 26-

28 °C. U bazenu su mlaznice koje omogućavaju hidromasažu, kao i masažu lastin rep. Čakuzi kada u okviru zatvorenog bazena ima nešto višu temperaturu, a istovremeno može primiti 6 osoba.

- Suvu finsku saunu za 6 osoba.
- Hidromasažni bazen sa vodom temperature od 35 °C u ambijentu koji gostima pruža intimnu atmosferu.
- Fitness centar koji je opremljen najnovijom TechnoGym opremom: multifunkcionalnim spravama, slobodnim tegovima, kardio programom (bicikl, trake za trčanje, steper)...

Gostima su na raspolaganju usluge kozmetičkog salona i masaže (relax masaža celog tela, relax parcijalna masaža, aroma masaža i sportska masaža). Wellness centar ima dve prostorije za masažu.

Usluge Wellness & Spa centra su na raspolaganju i eksternim gostima,

Hotel "Prezident" se nalazi u prekrasnom ambijentu nedaleko od stoletnog parka, na 50 metara od obale jezera Palić. Mir, tišina i osećaj kućne atmosfere čine ovo mesto idealnim za odmor. Profesionalno i ljubazno osoblje ovog otmenehotela sa četiri zvezdice pružiće vam vrhunsku uslugu, opuštanje, odmor i miran san u privlačnom i ugodnom ambijentu. Enterijer odgovara najvišim standardima sa akcentom na funkcionalnost i udobnost.

Hotel je idealan za seminare i "team building", kao i za sve goste koji žele da, barem na kratko, pobegnu iz stvarnosti i uživaju u raznovrsnoj ponudi Palića i Subotice, i jedinstvenoj vojvođanskoj atmosferi.

uz obaveznu rezervaciju na recepciji hotela.

www.hotelprezident.com



BANJA RUSANDA - MELENCI

Banatski biser U LEKOVITOM BLATU

Specijalna bolnica za rehabilitaciju „Rusanda“ nalazi se na obali najvećeg slanog jezera u Srbiji, u jedinom šumolikom parku u Banatu, bogatom florom i faunom. Poseban raritet je podatak da se tu gnezdi ili odmara u toku migracija više od 220 vrsta ptica. Lečilište je i nastalo u ovoj oazi mira još daleke 1867. godine. U julu 2014. to područje je proglašeno za zaštićeni park prirode, a Specijalna bolnica je dobila status upravljača. Prirodno okruženje je od posebnog značaja za bolesnike, zaposlene i posetioce, kao i za prosperitet same ustanove.

Boravak u banji „Rusanda“ preporučuje se i bolesnicima i zdravim osobama. U Specijalnoj bolnici na lečenje i rehabilitaciju dolaze bolesnici sa oboljenjem ili povredom nervnog sistema, koštano-zglobno-mišićnog sistema, kao i reumatskim, kardiovaskularnim i dermatološkim oboljenjima. Terapijski tretman im pruža novu šansu za kvalitetan život i vraća veru u budućnost.

Zdravim osobama, koje vode računa o očuvanju svoga zdravlja, banja „Rusanda“ pruža wellness usluge, kao što su: relaksacija, različite vežbe (disanja, istezanja, izdržljivosti, jačanja mišića), aplikacija lekovitog peloida, masaže (orijentalna, relaksaciona, vulkanskim kamenjem, anticelulit, podvodna, biserna kupka...), tretmane savremenim aparatima (neki se koriste za zatezanje kože lica, uklanjanje masnih naslaga i celulita), boravak u sauni, tepidarijumu, termo kabini ili zatvorenom bazenu. Ustanova raspolaže sa 360 postelja u 114 soba.

U Banji se budi uz poj ptica, šeta po parku i među cvetnim lejama, uz šum fontana ili meditira i opušta uz suncem pozlaćenu površinu jezera i prepušta brizi stručnog, posvećenog i ljubaznog osoblja i uživa u pesmama tamburaša, lokalnom folkloru i izvrsnoj hrani, specifičnoj za podneblje. Ko želi, može da poseti i druge bliske destinacije kao što je Carska bara sa Ečanskim ribnjakom, Slano Kopovo, Okanj i Belo jezero, grad Zrenjanin i Novi Bečej sa svojim znamenitostima i biserima arhitekture, Bečej i dvorac Dunderski sa ergelom konja, da se vozi fijakerom, brodićem po Tisi ili da uživa u lovu.

Zbog kompleksnosti poslovanja i tradicije Banje, Vlada Pokrajine Vojvodine je krajem prošle godine za direktora postavila prof. dr Nadu Naumović, specijalistu fizikalne medicine sa rehabilitacijom, redovnog profesora Medicinskog fakulteta, Univerziteta u Novom Sadu. U cilju podizanja rejtinga Ustanove, a na zadovoljstvo korisnika, direktorica svojom stručnošću, autoritetom, pozitivnom energijom i domaćinskim poslovanjem nastoji da unapredi nivo i kvalitet zdravstvenih usluga, izgrađuje timski rad i uzajamno poštovanje zaposlenih, očuva dostojanstvo bolesnika i zaposlenih, unapredi komfor i energetska efikasnost kompleksa, uz očuvanje prirodnih resursa. Ceo kolektiv od 270 zaposlenih trudi se da kao dobro uigrani tim svojim zlaganjem, stručnošću i ljubaznošću unapredi nivo i kvalitet zdravstvenih usluga i da korisnici odlaze zadovoljni i sa željom da se vrate.



The Special Hospital for Rehabilitation Rusanda is located on the bank of the largest salt lake in Serbia, in a park full of trees in Banat region, rich in flora and fauna. In this oasis of peace, the health resort appeared in the 1867, and this year whole area is declared to be a protected nature park. In Rusanda spa are achieved great results in nervous system's disorders, osteoarticular and muscular system, rheumatic, cardiovascular and dermatological diseases. Those who are healthy can relax and enjoy in wellness centre offer: massages, application of medicinal peloid, cosmetic treatments with modern appliances, various exercises, sauna, tepidarium, thermo cabin or indoor swimming pool. This institution has 360 beds in 114 rooms.



Specijalna bolnica za rehabilitaciju „RUSANDA“ - Melenci

23270 Melenci, Banja Rusanda bb

Recepcija: +381 23 732 152, +381 69 8513 068, Fax. +381 23 731 075

www.banjarusanda.rs, office@banjarusanda.rs

ŠEST RAZLOGA zbog kojih klijenti ostaju verni

Ekonomska kriza koja je zahvatila ceo svet, učinila je da klijenti svoje odluke donose mahom na osnovu kvantiteta, a sve manje na osnovu kvaliteta proizvoda i usluga. Trude se da uštede na svakom „koraku“, što je dovelo do pojave nelojalne konkurencije koja drastično snižava cene u odnosu na svoje „rivale“, ali i onih koji uvode razne inovacije i dovijaju se koristeći različite strategije za privlačenje i zadržavanje klijenata.

Prema rečima Maribet Kuzmeski, autorke knjige o odnosima sa klijentima, odnos sa svojim gostom/potrošačem/saradnikom se mora podići na viši, emocionalni nivo. Na osnovu istraživanja tržišta, izdvojeno je nekoliko preporuka šta treba činiti da bi se klijenti vraćali svojoj „matičnoj“ kući.

1. Izenadite ih time što ćete uvek biti korak ispred njih. Ljudi očekuju besprekornu uslugu od luksuznih kompanija. Na primer, uvek odsedaju u Ritz-Carltonu, jer znaju da su usluga i komfor besprekorni. Ili rado posećuju određeni wellness centar, jer su navikli da ih isključivo odabrana osoba masira. Međutim, svi oni će biti više nego oduševljeni ukoliko dobi-ju i dodatnu vrednost u odnosu na ono što su platili.

2. Omogućite im da pričaju o vama. Poznato je da se dobar glas daleko čuje, pa im stoga i „dajte“ dobru priču. Ali ne bilo kakvu. Priču koja će biti uzbudljivija od konkurencije i koja će obezbediti da se ponovo vrate. Na primer, razmena biznis kartica je postala uobičajena stvar. Ali biće interesantnija ukoliko to parčence kartona bude totalno drugačije od ostalih, klasičnih biznis kartica. Upravo ta različitost vas može istaći i izdvojiti od konkurencije. Zato je „Biti inovativan, biti dugaćiji“ danas imperativ uspešnih.



Economy crises spread throughout the world, and with the lack of new clients, it is necessary to keep existing with different loyalty programs, innovations and well-designed sales strategies. According to Maribet Kuzmeski, the author of a book about client relations, a relation with the guest/consumer/associate must be on higher emotional level. Based on market researches, set aside several recommendations on what should be done to make clients come back. Choose high-touch instead of high-tech – is one of six recommendations for successful client relations in time of recession.

3. Ne jurite samo nove klijente, već obratite pažnju i na one koji su vam lojalni. Kada nađu teška vremena ili neki problemi, ljudi imaju ružnu naviku, izbegavaju da razgovaraju o tome. Naprotiv, tek tada bi trebalo negovati odnos sa svojim klijentima, založiti se za njih i pokazati im da vam je zaista stalo do njih.

4. Izaberite „high-touch“ umesto „high-tech“. Tehnologija nam umnogome pomaže i olakšava posao. Ali ništa ne doprinosi vašem poslu toliko kao razgovor uživo i topla reč. Saosećajte sa svojim klijentima, pitajte ih kako su, kako im je porodica, da li su zadovoljni poslom itd. Imajte na umu da „izgubljen“ minut tog razgovora, ostaje u sećanju potrošača daleko duže. I to može biti samo plus za vas.

5. Ponašajte se kao da su deo vaše porodice. Razmislite na koji način biste mogli da podstaknete ovaj osećaj kod njih, osećaj pripadnosti i na taj način kreirajte lojalnog klijenta. Morate razviti emocionalnu vezu sa osobom kojoj ste gotovo svakodnevni deo života. Ta veza bi trebalo da bude toliko jaka, da joj nikada ne bi palo na pamet da vas zameni konkurentskom kućom.

6. Stvorite doživljaj. To deluje lakše nego što zaista jeste. Ali ukoliko učinite da su klijenti uvek u vašoj blizini, to znači da će vam se uvek vraćati. Poenta je kreirati doživljaj koji će navesti ljude da žele da ga iznova ponavljaju, i to baš kod vas. Primeri uspešnog doživlja su beskonačni: trudite se da uvek odgovorite na poziv klijentu; dočekajte ga pićem dobrodošlice; pošaljite mu rođendansku čestitku...

„Lojalnost nije izumrla recesijom“ – kaže Kuzmeski. Zapravo, ona ju je utemljila, jer onaj ko je veran sada, ostaće veran do kraja. Emocionalna povezanost sa klijentom, inovativnost i dobra volja – ključ su uspeha!

Vanja Leskovic

„ELITTE PALIĆ“: U SUSRET 170 GODINA TURIZMA NA PALIĆU

Sve se menja i prolazi, samo „MALA GOSTIONA“ – ostaje!



The beginning of tourism in Palic was in the year 1845, when was built the first spa bath - inn with wooden tubs where one could bathe in the heated water. One hundred and seventy years later, in this magical place in northern Serbia, the Master Plan envisages the construction of a spa-hotel complex with a modern wellness center and Aqua Park, as well as a construction of a golf course. In the story of 170 years of tourism in Palic, fits several major anniversaries: twenty years of "Elite Palic," a leader of tourism in this place, under whose umbrella are hotels "Park" and "Jezero" - both four-star properties, as well as the restaurant "Riblja čarda" and the iconic restaurant "Mala gostiona," which since the early 1852, has never closed its door for guests. It has not even been hampered by the wars or bombing strikes ... "Mala gostiona" is, as its Sunday lunch with 20 years of tradition and 150,000 guests – simply an landmark!

Početak turizma na Paliću računa se od 1845. godine, kada je izgrađeno prvo banjско kupatilo – gostionica sa drvenim kadama u kojima se moglo kupati u zagrejanj vodi. Sto sedamdeset godina kasnije, u ovom bajkovitom mestu na severu Srbije, Master planom je predviđena izgradnja banjско-hotelskog kompleksa sa modernim wellness centrom i akva parkom, kao i izgradnja golf terena – čime će, zasigurno, biti zadovoljeni svi prohtevi savremenog gosta.

DVE DECIENJE „ELITTE PALIĆA“

U priču o velikom jubileju – 170 godina turizma na Paliću, uklapa se još nekoliko važnih godišnjica: dvadeset godina firme „Elite Palić“, glavnog stožera turizma u ovom mestu, pod čijom kapom posluju hotel „Park“ i depandans „Jezero“ - oba sa četiri zvezdice, kao i restoran „Riblja čarda“ i kulturni restoran „Mala gostiona“, koja od davne 1852. godine, nijednog trenutka nije zatvorila vrata za svoje goste. Nisu je omeli ni ratovi, bombardovanja, štrajkovi... „Mala gostiona“ je naprosto institucija!

I svi putevi na Paliću vode do „Male gostione“. Zanimljivo je da na Paliću nije opstala nijedna druga, veća gostiona, poput Velike terase i Velike gostione, ali ova mala – jeste. Kuriozitet je i to, da za 162 godine, koliko postoji, nikada nije promenila svoje jednostavno i prepoznatljivo ime. Za sve

Subotičane ona je uvek bila i ostala „Mala gostiona“ – mesto koje povezuje ljude i generacije i koje je u svim turbulentnim vremenima - i nekad i sad - ostalo jedina prava konstanta, sigurna oaza ili lajt motiv po kojem se prepoznaju oni koji su je redovno pohodili. Tajna njene dugovečnosti je, kažu upućeni, to što je postavljena na energetski „dobrom mestu“, zbog čega je sve u njoj i oko nje prosto prirodno blagorodno i dok se sve menja i prolazi, „Mala gostiona“ – ostaje!



FENOMEN NEDELJNOG RUČKA

U njoj su se oduvek služili najukusniji vojvodanski specijaliteti, jeo se najukusniji perkelt i „drveni tanjir za dve osobe“, koji su i danas na meniu. Ali fenomen koji je vezan za „Malu gostionu“, nigde druge ne postoji. Već čitavih 20 godina, bez prekida, u njoj se priprema nedeljni ručak, na kojem bude u proseku oko 140 gostiju, a posluži se čak 80 različitih jela! Uz ručak ide i vino na račun kuće, a obrok staje otprilike onoliko koliko bi svakog gosta koštao i kod kuće. Vodi se računa o dijabetičarima, vegetarijancima, podržavaju svi narodni praznici i brine o deci dok roditelji ručaju! To je čarobna a tako jednostava formula uspeha za kojom mnogi tragaju: odlična lokacija, standardni kvalitet, vrhunska usluga i – najvažnije: briga svih zaposlenih o gostima, bez koje ni „Mala gostiona“ nikada ne bi stigla do svog 150.000. gosta na nedeljnom ručku!

www.elittepalic.rs



WELLNESS PO MERI „pametnog“ hotela

Sredinom ove godine, u mestu Rudo u Republici Srpskoj, otvoren je hotel COMSAR RUDO, moderan hotelski objekat sa četiri zvezdice, koji uz visoke standarde kvaliteta usluge, bogatstvo sadržaja i pratećih programa, svojim gostima pruža, pre svega, iskonsko balkansko gostoprimstvo.

Hotel se prostire na 2.400 kvm i raspolaže sa ukupno 64 ležaja u 29 „pametnih“, komfornih soba, jer je zahvaljujući solarnim panelima i LED rasveti, ceo objekat energetski efikasan. U sklopu hotela je i konferencijska sala, kao i odličan, multifunkcionalni restoran za 150 do 200 osoba, koji će iznenaditi i veoma probirljive goste

specijalitetima od uvek svežih, domaćih namirnica. Ali ono što predstavlja pravo dobro iznenađenje je moderan i savremeno opremljen Wellness & SPA centar hotela COMSAR RUDO, intimnog karaktera, čija ponuda podstiče ideju o životu u skladu sa prirodom i temelji se na prirodnim materijalima. Prostor wellnessa u tonovima zelene boje, vizuelnim doživljajem sugerise vrhunsku relaksaciju kojoj je jedini imperativ osećati se dobro. Gostima hotela, kao i onima koji prepoznaju značaj zdravog života, na raspolaganju su: parno kupatilo, finska sauna, hidromasažna kada, tepidarijumi, različite vrste masaža i fitness centar sa kardio spravama.



Modernly equipped Wellness & SPA center at the COMSAR RUDO hotel encourages the idea of living in harmony with nature and is based on natural materials. The wellness area in shades of green, with its visual perception suggests the ultimate relaxation where the only imperative is to feel good. Hotel guests, as well as those who recognize the importance of healthy living have at their disposal: steam bath, Finnish sauna, Jacuzzi, tepidarium, different kinds of massages and fitness center with cardio equipment.

Ako pitate poslovne ljude, reći će vam da im je najvažnije da hotel ima 24 - časovni pristup Internetu, da svaka soba ima telefon sa direktnom izlaznom linijom, mini-bar i sef, ali im je jednako važno da im je na raspolaganju room servis, kao i usluge pranja i peglanja veša, a nije naodmet ni Wellnes & SPA centar.

Hotel Comsar Rudo sve to ima, ali to nije njegov najvažniji kvalitet. Ono što ostavlja definitivno najveći ili odlučujući utisak o ovom hotelu, nije lepota zgrade i njen sadržaj, već njegovi zaposleni – 30 mladih i visokoobrazovanih Ruđana, koji su ovom hotelu udahnuili dušu.



Vožda Karađorđa Petrovića 11 A
73260 Rudo
Republika Srpska, BiH
Recepcija: +387 (0) 58 711 100
www.hotelcomsarrudo.com





PEČAT KVALITETA

i garancija bezbednosti u EU

Sa širenjem Evropske unije, raste i broj turista koji putuju u banje i zdravstvene centre unutar Evrope. Na tržištu Unije trenutno postoji više od 1.500 banja i svaka od njih se takmiči za deo kolača sektora zdravstvenog turizma sa godišnjim prometom od 25 milijardi eura. Jedan od ključnih kriterijuma za pridobijanje poverenja posetilaca je kvalitet, ali ono što će im svakako olakšati odabir banje su dodatne, objektivne i nezavisne smernice. Takve smernice Evropsko udruženje banja (ESPA) sublimiralo je u EUROPESPA sertifikat – pečat kojim se potvrđuje da njegov nosilac ispunjava standarde u oblasti terapijske infrastrukture, higijene i bezbednosti, koje propisuje ESPA.

Jedan od ključnih kriterijuma za pridobijanje poverenja posetilaca na tržištu Evropske unije je kvalitet, ali ono što će im svakako olakšati odabir banje su dodatne, objektivne i nezavisne smernice. Drugi problem mogu biti slični termini koji se koriste za opisivanje banja i medicinskog wellness-a u sektoru zdravstvenog turizma Evrope, kao i propisi i standardi koji se odnose na razne aspekte, kao što su terapijska infrastruktura, higijena, bezbednost i udobnost, jer često variraju od države do države. Stoga, sa drugačijim standardima kvaliteta oslikanim u cenama, visokokvalitetnim centrima je teško da se izdvoje od jeftinijih konkurenata.

Na pitanje kako se najbolje može predstaviti stepen kvaliteta usluga, odgovor je pronašlo Evropsko udruženje banja (ESPA) u vidu EUROPESPA pečata odobrenja, kojim se potvrđuje da nosilac ispunjava standarde Evropskog udruženja banja, koji se odnose na infrastrukturu, higijenu i bezbednost. Ovaj pečat namenjen je banjama i zdravstvenim centrima u segmentu opšteg zdravstva, kao i centrima koji su specijalizovani za medicinski wellness sa tretmanima i lekovitim sredstvima.

PREDNOSTI ZA ZDRAVSTVENE CENTRE

(SPA HOTELE, SPECIJALNE BOLLNICE I SANATORIJUME)?

Na prvom mestu je povećanje broja posetilaca, jer ugled koji pruža EUROPESPA sertifikat

svakako će izdvojiti nosioca od konkurencije i demonstrirati međunarodno priznanje o visini kvaliteta usluge koju pruža. Šta više, pečat odobrenja ima atraktivan dizajn koji lako ostaje u pamćenju i zato je pogodan za korišćenje u promotivne svrhe u brošurama turoperatora. Studija Evropskog instituta za turizam dokazala je da veliki broj korisnika traži

pečate koji garantuju kvalitet kada se odlučuju gde da putuju.

Isto tako svaki nosilac pečata kvaliteta nalazi se u međunarodnoj EUROPESPA datoteci najboljih zdravstvenih centara u Evropi na internet stranici www.europespa.eu.

Kao prednost može se istaći i fokus na stalnom povećanju kvaliteta. Revizija u okviru udruženja



EUROPESPA nosiocima pečata dostavlja statističke analize koje sadrže podatke o drugim zdravstvenim centrima u zemlji i inostranstvu koji pružaju sličnu uslugu. Na taj način moguće je izvršiti upoređivanje sa konkurentima na više polja. Kako bi obezbedili da su trajno ispunjeni potrebni standardi, EUROPESPA pečat može biti dodeljen samo onim institucijama koje već imaju ISO 9001 standard ili je u planu njegovo uvođenje.

NA ŠTA UKAZUJE EUROPESPA PEČAT?

EUROPESPA pečat odobrenja potvrđuje visok stepen kvaliteta, koji se odnose na lokalna sredstva za lečenje, higijenu, terapijsku infrastrukturu i procedure i sigurnost pacijenata. EUROPESPA pečat je podržan od



With European integration in full swing, more and more people are keen to visit spas and other health resorts abroad. Those who can gain the trust of potential visitors clearly have the upper hand. And one of the key criteria involved is quality. How can quality best be communicated? The answer lies in the EUROPESPA seal of approval specially developed by the European Spas Association (ESPA), which means the holder meets the exacting standards of ESPA in terms of general therapy infrastructure, hygiene and safety. It is designed for spas and health resorts in the classical healthcare segment as well as centers specialized in medical wellness whose services include treatment and cures.



strane vodećih nemačkih osiguravajućih kuća iz oblasti zdravstva.

- Što se tiče osiguravajuće kuće u oblasti zdravstva, *Taunus BKK*, EUROPESPA pečat označava banje sa najvišim kvalitetom usluga, modernim medicinskim standardima, pouzdanom bezbednosti i predusretljivoj usluzi za naše klijente - kaže Udo Sennlaub, predsednik kompanije *TAUNUS BKK*, koja osigurava više od milion korisnika.

Osiguravajuća kuća *Techniker Krankenkasse* (sa više od 6 miliona korisnika osiguranja), takođe podržava koncept EUROPESPA pečata.

- Dobar kvalitet garantuje održiv uspeh terapija, zato je važno da budu ispunjeni visoki standardi bezbednosti, održavanja higijene i obučavanja osoblja. EUROPESPA pečat potvrđuje da banja ispunjava međunarodne standarde, prvenstveno vezane za upravljanje kvalitetom i bezbednošću - kaže Thomas Schlicht, menadžer odeljenja za prevenciju i rehabilitaciju u kompaniji *Techniker Krankenkasse*.

Skup kriterijuma potrebnih za dobijanje pečata sadrži oko 400 zahteva i odnosi se na sledeć:

1. **Upravljanje sistemom i usklađenost** – uključuje između ostalog strukture i procedure koje odgovaraju zdravstvenim centrima, planove tretmana, mere prevencije, analize lokalnih sredstava za lečenje, balneološke izveštaje, kvalitet vode za piće, upravljanje otpadom, trening medicinskog osoblja, obezbeđivanje kvaliteta u medicinskim procedurama, bezbednost podataka, planovi održavanja higijene, planovi u vanrednim situacijama, analiza vode i blata koji se koriste za lečenje, dokumentova analize lečenja, analize rizika za medicinska sredstva, mere čišćenja i dezinfikovanja pri kontaktu sa lekovitim sredstvima, redovne analize pomoćnih prostorija, mere zaštite od izbijanja legionarske bolesti, i dr;
2. **Nabavka i zalihe sredstva za lečenje** – odnosi se na zaštitu lekovitog bilja i blata i njihovih izvora u prirodi, kao i procedure čuvanja, obrade i transporta lekovitih sredstava;
3. **Terapijska primena i dobrobit** – odnosi se na stanje i standarde prostorija za spa i wellness tretmane i relaksaciju;
4. **Smeštajni kapaciteti** – zahtevi u vezi sa higijenom, bezbednošću pacijenata u sobama, sanitarnim prostorijama i javnim prostorima;
5. **Kuhinja** – opšta bezbednost hrane (HACCP) i raznovrsnost jela u ponudi.

Pripremila: Marija Obradović

MEDICINSKI TURIZAM

IZ PRAVNE PERSPEKTIVE



Medicinski turizam, tvrde ekonomski stručnjaci, velika je šansa za dodatnu zaradu našim klinikama i lekarima, ali i za punjenje budžeta Srbije. Istovremeno, na taj način se povećava i broj inostranih turista u Srbiji, jer medicinski turizam podrazumeva putovanje u drugu zemlju zarad određene medicinske usluge – bilo da je u pitanju popravka zuba, hirurški zahvat ili rehabilitacija. Pitamo našeg sagovornika, advokata **Ljubišu Živadinovića**, zbog kojih medicinskih usluga inostrani turisti najčešće dolaze u Srbiju?

- Širok je spektar usluga za koje su zdravstveni radnici u Srbiji stručni i osposobljeni. Prema našim dosadašnjim iskustvima, neke od najzah-tevnijih usluga svakako su promena pola, estetska, plastična i rekonstruktivna hirurgija, stomatologija, vantelesna oplodnja i autizam. Što se tiče manje rizičnih usluga sa pravne tačke gledišta, najtraženije su hemodijaliza, dermatologija, oftalmologija i fizikalna medicina sa rehabilitacijom u banjskim uslovima – otkriva Živadinović.

• *Kakvog kvaliteta je medicinska usluga koja se pruža turistima u Srbiji?*

- Treba reći da Srbija polako postaje ozbiljan konkurent zemljama koje su vodeće u ovoj oblasti. U našoj zemlji postoji veliki broj

zdravstvenih ustanova, ordinacija, poliklinika... koje rade po visokim svetskim standardima, a znanje i bogato iskustvo naših zdravstvenih radnika doprinosi kvalitetnom rešavanju zdravstvenih problema pacijenata. Hirurške sale i ordinacije savremeno su opremljene, a pacijentima stoje na raspolaganju komforni i luksuzni apartmani i sobe.

• *Da li je naša ponuda konkurentna u odnosu na druge zemlje?*

- U odnosu na druge, u prednosti smo zbog velikog broja medicinskih profesionalaca, zbog pristupačnih cena traženih medicinskih procedura, širokog spektra zdravstvenih usluga i mogućnosti ulaska u zemlju bez vize. Međutim, ima i određenih slabosti: novi smo na svetskom tržištu, nedostaje nam međunarodni ugled, kao i lekari i osoblje koje govori više od jednog stranog jezika, te međunarodna akreditacija i pitanje pravne odgovornosti.

KONSTANTNA BRIGA O PACIJENTU

• *Šta sve pružaoci medicinskih usluga treba da znaju i poseduju da bi mogli da primaju pacijente iz inostranstva?*

- Kada strani pacijenti putuju u inostranstvo zbog medicinskih usluga, oni očekuju da dobiju uslugu „svetske“ klase, poput one u svojoj zemlji. U tom smislu, ovi pacijenti pretpostavljaju da će pružalac usluge obaviti sve neophodne pripreme za kvalitetnu medicinsku uslugu, što znači da očekuju pomoć kroz ceo proces, od momenta podnošenja zahteva, do vremena dolaska, odnosno, odlaska iz Srbije.

Pružalac usluge u Srbiji pre prijema pacijenta organizuje početne konsultacije sa njim ili njegovim lekarom iz matične zemlje. Na osnovu te početne konsultacije, identifikuju se tražene usluge, pružaju se potrebne informacije, vrši se odabir lekara (specijaliste), predlaže se pacijentu da u svojoj zemlji uradi određena testiranja

Svedoci smo da je medicinski i/ili zdravstveni turizam u sve većoj ekspanziji, ali je pitanje da li oni koji se upuštaju u taj ozbiljni biznis na međunarodnoj sceni znaju kakva su pravila „igre“ i moguće posledice ukoliko nešto krene po zlu. U razgovoru sa advokatom Ljubišom Živadinovićem, pravnim zastupnikom firme „Afeja“, saznajemo koje su prednosti i mane bavljenja medicinskim turizmom sa pravnog aspekta, kakav je kvalitet domaće medicinske usluge, te kakve zahteve imaju inostrani turisti koji u našu zemlju dolaze po zdravlje i lepotu.

pred prijem (laboratorija, rendgen i dr.), nakon čega će rezultate dostaviti pružaocu usluge i lekaru; predočava se predračun troškova, uključujući i način plaćanja; organizuje se osiguravajuće pokriće u slučaju da dođe do neočekivanih ozbiljnih događaja prouzrokovanih medicinskom uslugom, uključujući prolongiranu hospitalizaciju; šalju se odgovori na sva pravna pitanja, dostavlja se nacrt ugovora, saglasnosti...; vrši se rezervacija u bolnici za medicinsku uslugu i u smeštajnom ugostiteljskom objektu; razrađuje se postupak u postoperativnom oporavku, pravi se aranžman za postoperativnu negu u Srbiji, a po potrebi i turistički aranžman, uključujući angažovanje osobe koja bi se brinula o pacijentovim potrebama, itd.

Pružalac usluge je u obavezi da stručno prati pacijenta tokom boravka u Srbiji, ali i da sa njim ostane u elektronskoj ili telefonskoj komunikaciji nakon njegovog povratka kući. Po završenoj zdravstvenoj usluzi u Srbiji, pacijent dobija kompletnu medicinsku dokumentaciju o izvršenim uslugama, tako da njegov lekar u matičnoj zemlji ima kompletan uvid u rad lekara u Srbiji.

• *Važnu ulogu u zaštiti pacijenta ima i tzv. „izjava o privatnosti“?*

- Zaštita privatnosti je pravno pitanje od velikog značaja za strane pacijente koji žele da obezbede međunarodnu zdravstvenu zaštitu. Reč je o zdravstvenim informacijama koje identifikuju pojedince. Medicinske informacije o pacijentu uvek su izložene većem riziku. Znajući ovo, postoji verovatnoća da će neki pacijenti koji razmatraju medicinski turizam kao opciju, odustati od procesa i opredeliti se za medicinsku uslugu u svojoj ili nekoj drugoj državi, ukoliko ovo pitanje nije rešeno izjavom o privatnosti. Izjavom o privatnosti, pružaoci usluga medicinskog turizma treba da učine sve da zaštite informacije o zdravstvenom stanju pacijenta i ublaže sve njihove strahove povodom ovog pitanja.

OSIGURANJE OD ODGOVORNOSTI

• *Na koje (pravne) zamke u medicinskom turizmu treba obratiti naročitu pažnju?*

- Za inostranog pacijenta, od velikog značaja su pitanja odgovornosti od nepodobnog načina lečenja, upotrebe nepodobnog medicinskog sredstva, neprimenjivanja odgovarajuće higijenske mere ili uopšte očiglednog nesavesnog postupanja, čime se može prouzrokovati pogoršanje njegovog zdravstvenog stanja.

„AFEJIN“ STRUČNI TIM

Privredno društvo „Afeja“ na ugovornoj osnovi ostvaruje saradnju sa više od trideset zdravstvenih ustanova i drugih pružalaca zdravstvenih usluga, kao i sa dve licencirane turističke agencije.

- Zapravo, reč je o saradnji sa oko 450 zdravstvenih radnika u stalnom radnom odnosu i oko 900 konsultanata sa više od 1.600 medicinskih usluga koje su na raspolaganju potencijalnim pacijentima iz inostranstva. Članice „Afeje“ imaju stručnjake iz različitih specijalnosti, a neki od njih su i profesori Medicinskog fakulteta. U „Afejinom“ timu su i lekari koji su se školovali u zemljama zapadne Evrope i SAD, kao i zdravstveni radnici koji su izučavali tehnike tradicionalne medicine – otkriva naš sagovornik.

www.afeja.com



In an interview with a lawyer Ljubiša Živadinović, legal representative at the company „Afeja“, we discover what are advantages and flaws in practicing medical tourism from a legal aspect, what is a quality of medical service in Serbia, and also what demand foreign tourists who come to our country for beauty and health.

Strani državljani su izrazito zabrinuti zbog pitanja pravne odgovornosti, koje je ključno za njihovu odluku gde će zatražiti zdravstvenu uslugu. Strani pacijent koji nije zadovoljan uslugom, ako nije unapred regulisano ugovorom, može zasnovati nadležnost suda u svojoj zemlji. I to je za njih najbolja solucija. Time se problem za našeg pružaoca usluga produbljuje i proširuje. Međutim, postoji mogućnost da međunarodni pružalac zdravstvenih usluga, zahteva kao uslov dobijanje pismene saglasnosti od pacijenta za isključivu nadležnost sudova i primenu zakona zemlje u kojoj se usluga pruža u slučaju bilo kakvih međusobnih sporova.

Većina država, kao i naša, zahteva da lekari imaju obavezno osiguranje od odgovornosti. Svrha osiguranja od ovakve odgovornosti je da zaštiti lekare i druge stručnjake od odštetnih zahteva proisteklih iz lečenja pacijenata i ono služi da obezbedi neku vrstu kompenzacije ako lekari odstupe od standarda prihvaćenih u praksi i dovedu do povrede pacijenata. Naknade štete su često vrlo visoke i ničim limitirane.

NISKA CENA – VISOK STEPEN RIZIKA

• *Na koji način se turisti informišu o medicinskoj ponudi u našoj zemlji?*

- Različiti su i mnogobrojni markentiški kanali kojim se turisti mogu informisati o našoj medicinskoj ponudi. Danas je na prvom mestu Internet. Međutim, treba voditi računa o tome kako medicinsku uslugu reklamirati na Internetu. Sudska praksa se i dalje bori sa analizom mogućnosti zasnivanja nadležnosti za vođenje spora koji je proizašao iz reklamiranja usluga putem Interneta. Sudovi sve češće Internet „trgovinu“ vezuju za personalnu nadležnost, što znači da neće nužno isključiti iz razmatranja nadležnost strane države za vođenje spora. Praktično, spor se može voditi u stranoj državi, i to zahteva određene troškove za pružaoca zdravstvene usluge, a u slučaju gubitka spora, ta se presuda može priznati i izvršiti u našoj zemlji.

• *Kakav nas glas bije na tržištu medicinskog turizma? Da li važno za zemlju sa kvalitetnom, a jeftinom uslugom?*

- Srbija je relativno novi činilac na tržištu medicinskog turizma, što predstavlja određeni izazov. Zbog velikog broja tržišnih lidera, našoj zemlji može biti teško da stekne dovoljnu prepoznatljivost u okviru ove industrije, što bi joj omogućilo da se takmiči na globalnom nivou i da napreduje dovoljno kako bi dobila značajan procenat „svetskog“ tržišta, koje je lojalno drugim konkurentskim zemljama kao što su Indija, Kostarika, Meksiko, Turska... Medicinski turisti koji putuju u inostranstvo ne odlučuju se uvek za najjeftiniju opciju kada su u pitanju zdravstvene usluge. Niska cena sugeriše nizak kvalitet usluge i visok stepen rizika, što medicinski turista pokušava da izbegne. Dakle, važno je da pokažemo da možemo da ponudimo vrednost i kvalitetan korisnički servis.

Biljana Bosnić



balansiranje telesne mase, preoblikovanje tela, anticelulit, relaks program

PRIČA IZ PRVE RUKE: **ALEKSANDAR DUNIĆ** U CENTRU ZA ESTETSKU MEDICINU SB „MERKUR“

Moj povratak *zdravom* *načinu* življenja

- Od doktora Popca do današnjih dana prošlo je mnogo vremena, a već je u seriji „Porodično blago“, u kojoj sam glumio Kokana, počelo posrtanje. Naime, Popac je bio doktor, Kokan – pacijent, a Ćirko u „Beloj lađi“ uveliko zapušten slučaj u medicinskom smislu – kroz šalu započinje razgovor za „Turistički Svet“ ovaj glumac, koji je popularnost stekao zahvaljujući ulogama u kulturnim Pavićevim serijama, čije reprize i danas rado gledamo na malim ekranima.

USPEH ZAVISI OD VAS

- Stil života koji sam vodio jedan duži niz godina, taložio je višak kilograma po mom telu u većem obimu nego što bi trebalo. Preko prijatelja sam saznao za novi „Centar medicinske estetike“ Specijalne bolnice „Merkur“, koji je startovao u julu i za koji se već pročulo. Upućeni ljudi su mi rekli da se radi o odličnom programu za mršavljenje zbog kojeg vredi posetiti Vrnjačku Banju. Ja sam bez ikakvog razmišljanja to prihvatio, ne znajući šta da očekujem, jer nikada ranije nisam imao takva iskustva. Međutim, u startu me je osvojilo osoblje svojom izuzetnom brigom, pažnjom i velikom posvećenošću – kazuje čuveni „Ćirko“, koji je na programu mršavljenja u „Merkuru“ proveo deset dana.

- Cilj boravka u „Merkuru“ je da se čovek prevaspita, da stekne neke nove navike ili povrati one stare koje je negde u svom životnom hodu zanemario. Poseban kvalitet ovog programa je što je pedagogija individualna, a ne kolektivna,

Kada je Siniša Pavić pisao scenario za seriju „Srećni ljudi“, nije mogao ni da nasluti da će mladi i zgodni Aleksandar Dunić, tada u ulozi doktora Popca, dve decenije kasnije pokucati na vrata Specijalne bolnice „Merkur“ u Vrnjačkoj Banji, i to ne u svojstvu lekara, nego pacijenta.



odnosno, što se tretmani prilagođavaju svakome ponaosob. S tim što za vaš uspeh ili neuspeh ne može biti odgovoran kompletan stručni tim. To sve počiva na individualnoj odluci i na dubokoj veri da ćete uspeti u onome što ste započeli. U krajnjoj liniji, to svaka ljudska delatnost i podrazumeva – veliku veru, nadu, trud i rad. Ne bih ovde apostrofirao odricanje, jer to čega smo se lišili nije nam nikad ni pripadalo. Sve je to bio samo jedan višak i preterivanje, suviše hedonizma u našem životu, koji je u suštini bio neodgovoran i neprimeren – kazuje Dunić, dok nam opisuje kako su tekli njegovi dani u Vrnjačkoj Banji.

ZA DESET DANA – 5 KILOGRAMA MANJE

- Stručni tim je odmah na početku napravio plan i program za svih deset dana mog boravka. Sve je bilo osmišljeno – od raznolike ishrane do tretmana. Ono što se svakoga dana ponavljalo kao konstanta, bile su jutarnje šetnje posle doručka i popodnevne vežbe u teretani. Naravno, tu je bila dodata i upotreba bazena, saune, turskog kupatila... što je ulazilo u domen slobodnih aktivnosti. Što se medicinskog dela tiče, prošao sam kroz tretmane strujom, koji



Serbian actor Aleksandar Dunić, who gained his popularity in the role of young and handsome doctor Popac in the TV show „Srećni ljudi“, two decades later knocked on the door of the Special Hospital "Merkur" in Vrnjačka Banja, not as a doctor, but as a patient who needs to lose weight. Thanks to an individual program for weight loss in new „Center of medical esthetics“, this actor managed to lose 4,7 kg and reduce waistline for 9 cm in just ten days!

pomažu pri skidanju masnih naslaga sa kritičnih tačaka, tretmane blatom, masaže... – otkriva naš sagovornik, koji je u „Merkuru“ za deset dana izgubio 4,7 kilograma i smanjio obim struka za čitavih 9 cm!

- Ovaj program je krajnje prijatan, prilagođen je svakome ponaosob, sve je okrenuto ka vama i ništa nije naporno. Nijednog momenta nisam osetio glad, niti sam u hranu dodao zrnice soli. Vi, u stvari, tek tada shvatite da se odričete svega onoga što i nije trebalo da se nađe na vašem jelovniku – kaže Saša Dunić, koji je na svom putu ka zdravom životu pronašao lek za telo, ali i dušu.

- Osećao sam se kao da sam se ponovo vratio u život. Zahvaljujući fizičkoj aktivnosti, čovek se i psihički odmara. Nikad nisam bio od onih ljudi koji vole pasivan vid odmora. Otišao sam u Vrnjačku Banju da pokušam da učinim nešto za sebe, da skinem višak kilograma, što se na kraju i obistinilo – vratio sam se u Beograd preporođen i psihički, i fizički. Pritom, nijednog momenta nisam sebe doživio kao pacijenta.

POVRATAK U REALNOST

Međutim, pitamo našeg sagovornika, šta sleduje kada se program završi, a život nastavi pod starim okolnostima – u zagušljivoj i prljavom gradu, gde, odrođeni od prirode, život trošimo u stalnoj žurbi, obavezama i stresu, hraneći se nezdravo, neredovno, prekomerno?

- Dobio sam jasna uputstva kako treba dalje nastaviti, i što se tiče same ishrane, i fizičkih aktivnosti, i uopšte svega što će popraviti moj životni stil. Poenta je u unapređenju načina života, povratku sebi i normalnom ponašanju. Ne treba preterivati u hrani, nego jednostavno biti spreman za uživanje u drugim sadržajima koje život pruža. Ideja je: vratiti se zdravom načinu življenja. Ovo je pravi potez koji je povukla SB „Merkur“, jer je gojaznost, zbog nepravilnog životnog stila u razvijenom svetu u ekspanziji. Sve više se otuđujemo od prirode, sve manje se krećemo, a ishrana je kaloričnija, jača i pritom veštačka, puna aditiva i hormona. Mogu samo da pohvalim „Merkur“ što je pokrenuo ovakvu

akciju, koja će, čini mi se, doneti velikog dobra hiljadama ljudi u godinama koje dolaze – tvrdi Dunić, koji posebne reči hvale ima za „Merkurov“ stručni tim.

STRUČNI TIM HVALE VREDAN

- Želeo bih javno da se zahvalim celom timu SB „Merkur“ na dobrodošlici i krajnje pozitivnom odnosu. Sve vreme sam imao osećaj da se nalazim u dobrom društvu, u pravoj sredini, među prijateljima. Ta podrška koju čovek stalno dobija tokom ovakvog programa mnogo znači. Svi smo mi ponekad kolebljivi, slabi, ranjivi i zapitamo se da li sve to što preduzimamo ima smisla, da li imalo napredujemo. I upravo se stručni tim, koji stoji iza vas, koji vas bodri i hrabri, daje vam komplimente i zanima se za vas, postara da prevazidete sve te krize. U „Merkuru“ mi takva briga, pažnja i podrška, koja je jako važna da bi se u ovakvom programu uspeo – nije nedostajala. Naprotiv, imao sam je na pretek. Sve što čovek treba da uradi je da dođe potpuno spreman, da raščisti sam sa sobom da li želi da uđe u takav program ili ne. Meni je bila velika čast i zadovoljstvo što sam upoznao divne ljude i što su mi oni zaista svesrdno pomogli – poručuje popularni glumac, kojeg i ove sezone imamo priliku da gledamo u dve predstave u Pozorištu na Terazijama – „Viktor Viktorija“ i „Cigani lete u nebo“, ali i kao brkatog vojvodu iz Prvog srpskog ustanka u monodrami Milovana Vitezovića „Mudri i junačni vojvoda Janko Katić“, koju sa velikom radošću igra svuda po zemlji i inostranstvu, pred đacima u školama, kao i raznim drugim povodima i prigodama koje neguju srpsku tradiciju. **Biljana Bosnić**



HAMAM KAO POSEBNA SPA FILOZOFIJA

Hamami – turska javna kupatila, nastala na tradiciji rimskih termi, bila su jedinstveno mesto za relaksaciju i muškaraca i žena – svih starosnih dobi, širom Otomanskog carstva. Integrisani u svakodnevni život, hamami su bili centar društvenog života, jer se u njima ljudi nisu okupljali samo zarad održavanja lične higijene, nego i zbog zabave i ceremonijalnih obreda.

Tursko kupatilo ili hamam je bliskoistočna varijanta parnog kupatila. Veruje se da su prve hamame izgradili Turci Seldžuci širom njihovog carstva u Anadoliji, gde su se susreli sa rimskom i vizantijskom tradicijom.

- Spajanjem antičkih i vizantijskih kupatila sa dotadašnjim turskim parnim kupatilima, tzv. „manču“, nastao je hamam. Turci kao muslimani, kojima religija nalaže da budu čistog tela i duše, brzo su nasledili tradiciju rimskog kupatila. Prorok Muhamed je verovao da toplota hamama povećava plodnost, a sledbenici vere treba da se razmnožavaju – objašnjava predsednik Udruženja banja Turske **prof. dr Zeki Karagülle**, dodajući da su u otomanskom periodu ova kupatila građena kao sastavni deo dobrotorne fondacije („vakif“), ili kao deo velikih verskih kompleksa poznatih pod nazivom "külliye", koji su uglavnom obuhvatali džamiju, bolnicu, narodnu kuhinju, biblioteku, škole i prebivališta za studente i sveštenike.

TURSKA TERMALNA KUPATILA

- Tokom otomanskog perioda, izgradnja hamama se umnožila. Najlepše hamame, koji spadaju u arhitektonska remek dela, Osmanlije su izgradile u tadašnjoj prestonici, Istanbulu. No, oni nisu gradili kupatila samo u Istanbulu, nego i širom Osmanlijskog carstva. Zato se primeri otomanskih kupatila mogu naći u različitim zemljama Evrope, Bliskog Istoka i severne Afrike, dok je najzapadnije tursko kupatilo pronađeno u Pečuju u Mađarskoj – otkriva naš sagovornik.

Reč „hammam“, izvedena od arapske reči „hmm“ - „toplota, vrućina“, u mnogim dijalektima arapskog jezika odnosi se na kupatilo ili toalet, dok u drugim dijalektima označava vruće izvore ili banju. Ova distinkcija se prenela i u samu praksu. Naime, u oblastima bogatim prirodnim termalnim vodama, Osmanlije su gradile posebnu vrstu turskih kupatila, tzv. „kaplica“ hamame.

- U klasičnim turskim kupatilima,

kroz poseban sistem cevi, zagreva se hladna voda, dok su „kaplica“ kupatila izgrađena direktno iznad ili u blizini vrućih, termomineralnih izvora vode. Za razliku od klasičnih hamama, ova kupatila imaju velike šestougaone ili osmougaone bazene sa vrućom termalnom vodom, umesto mermerne ploče istog oblika. I „kaplica“ kupatila su nasledena od Rimljana, koji su takođe podizali svoja termalna kupatila nad izvorima prirodne termomineralne vode – kazuje prof. dr Karagülle, inače ekspert za balneologiju.

HAMAMSKE ODAJE

Hamam se sastoji od niza prostorija koje imaju različite funkcije. Prva soba u koju se ulazi je „camekan“ - kvadratna prostorija sa pregradama i sobama za presvlačenje, koji okružuju ukrasnu mermernu fontanu smeštenu na središtu. „Camekan“ predstavlja najveću prostoriju u samom kupatilu, sa zasvođenim plafonom, većim i grandioznijim i od onog u glavnoj prostoriji hamama, koju Turci

zovu „sıcaklık“ ili „hararet“.

„Hararet“ je prostorija sa kupolom, dominantnim mermernim kamenom na sredini i privatnim nišama sa lavaboima u uglovima. Njeni zidovi i pod uglavnom su ukrašeni pločicama sa orijentalnim ornamentima. To je najtoplije i najvlažnije područje u celom kupatilu – vlažnost je čak stoprocentna, a temperatura se kreće u rasponu od



35 do 45 °C – u zavisnosti od sezone.

- Središnji deo ove prostorije zauzima topla mermerna platforma (tzv. „göbek taşı“) na kojoj korisnici hamama leže. Postavljena je direktno iznad centralnog sistema za grejanje vode i obično je šestougaonog ili osmougaonog oblika. Osvetljena je malim prozorima, prečnika između 15 i 20 cm, koji se nazivaju „slonove oči“ i rasuti su svuda po kupolastoj tavanici – opisuje naš sagovornik, dok nam objašnjava redosled tretmana u ovoj prostoriji:

- Nakon što neko vreme odležite na ovom kamenu, dobijate tretman ribanja tela, poznat po nazivu „kese“. Posle toga sledi specijalna masaža u sapunici, a po završetku svih ovih tretmana, otičićete do tzv. „kurne“ - lavaboa izrađenog od najfinijeg mermera, gde ćete detaljno biti oprani i očišćeni – kazuje prof. Karagülle.

Odatle se ulazi u „soğukluk“ - malu prostoriju za hlađenje i relaksaciju, u kojoj se uobičajeno nalazi fontana i prostor za sedenje. To je mesto gde se korisnici hamama mogu osvežiti pićem, ponekad i čajem, a nakon tretmana moguće

je i odremati u privatnim kabinama nakon masaže.

Pravila za kupanje, kao i cela koncepcija zgrade i redosled tretmana, odvijaju se u istom režimu: vrelo – mlako – hladno – suvo.

PARČE ŽENSKE SLOBODE

Hamam, poput svog prethodnika – rimskih termi, nije bio namenjen isključivo muškarcima. Javna kupatila bila su jedna od retkih mesta gde su žene smele da odu i da se

hamamski kompleksi sadrže posebne odaje za muškarce i žene, dok u drugim turskim kupatilima iste prostorije koriste i jedni i drugi, ali u različito vreme.

- Hamami su bili sigurna mesta u kojima su se žene mogle najbolje opustiti i uživati u slobodnim trenucima, posvećene samo sebi. Okupljale bi se satima u turskom kupatilu – jedinom mestu gde su im njihovi muževi dozvoljavali da se druže. Pritom, hamam nije bio

MESTO ZA DRUŽENJE I ZAJEDNIŠTVO

Integrisani u svakodnevni život, hamami su bili centar društvenog života – mesto gde su se ljudi okupljali ne samo zarad održavanja lične higijene, nego i zbog zabave (npr. orijentalni ples u ženskim odajama), ili ceremonijalnih obreda – poput proslave 40 dana od rođenja bebe, obrezivanja dečaka, tradicionalnog kupanja pred venčanje ili ceremonija žalosti.

MASERI U TURSKIM KUPATILIMA

Maseri u hamamima („tellak“, na turskom) isprva su bili dečaci, koji su korisnicima kupatila pomagali prilikom održavanja lične higijene. Uglavnom su regrutovani iz redova nemuslimanske populacije u Otomanskom carstvu, poput Grka, Jermena, Jevreja, Albanaca, Bugara, Roma i drugih. Oni su, takođe, nudili i seksualne usluge, te se neretko dešavalo da odnos između telaka i njegovog klijenta postane intiman. Zabeleženo je da je sredinom 18. veka jedan janičar imao telaka za ljubavnika, kog su oteli vojnici iz drugog puka i predali ga na korišćenje njihovom komandantu. Nakon tog čina, usledila je višednevna bitka između dva janičarska odreda, koja se okončala tako što je sultan naredio da telak bude obešen. Nakon raspada Otomanskog carstva, početkom 20. veka, ulogu telaka preuzeli su odrasli muški maseri.



druže, i to samo kada nije bilo muškaraca, obično posle podnevnog i pre večernje molitve. Veći


samo mesto za održavanje higijene žena, nego i „centar za negu lepote“, sa biljnim tretmanima za lice, kosu i telo – otkriva ovaj ekspert za balneologiju i profesor na Medicinskom fakultetu u Istanbulu.

Svakako treba pomenuti i poseban haremski „aksesoar“, kao što su „pestemal“ - specijalna svilena ili pamučna marama za prekrivanje tela, nalik pareu; „nalm“ - drvene nanule, obično ukrašene srebrom ili sedefom, koje sprečavaju da se osoba koja ih nosi oklizne na mokrom podu; „kese“ - grube rukavice za piling i masažu; lufa sunder; „tas“ - bakarna ili srebrna činija za polivanje, a neretko i kutije za nakit, pozlaćene kutije za sapun, ogledala, činije za kanu, parfemske bočice, i slično.

- Hamami su bili važna komponenta turske kulture i života – mesto za druženje, gde nije bila bitna starost, društveni ugled i prihod. Ljudi različitog ranga i statusa – i mladi, i stari, bogati i siromašni, građani ili seljani – imali su slobodan pristup turskim kupatilima. Ukratko, hamami su bili intimno vezani za svakodnevni život ljudi, pružajući im osećaj zajedništva – kazuje prof. dr Karagülle, koji naročito ističe lekovita svojstva „turskog wellness“-a, kao što su detoksikacija organizma, obnavljanje ćelija kože, pročišćavanje disajnih puteva, pozitivno dejstvo na nervni sistem... te ne čudi što su Turci hamam prozvali „tihim lekarom“.

Biljana Bosnić



 Hammam – Turkish public bath, founded on the tradition of Roman baths, was unique place for relaxation of man and women throughout Turkish Empire. Integrated in everyday life, hammams were the center of social life, including traditional way of having fun and ceremonial rituals.

Godina jubileja i velikih uspeha

Još jedna uspešno završena sezona samo potvrđuje lider-sku poziciju Ribarske Banje u segmentu zdravstvenog turizma. U godini jubileja, kada se proslavlja 180 godina od naučnog utemeljenja Specijalne bolnice Ribarska Banja, postignuti su i veliki uspesi na poslovnom i organizacionom planu ove ustanove. Delatnost rada je proširena nabavkom novih, najsavremenijih aparata za dijagnostiku (osteodenzitometar, ultrazvučni aparat i EMNG), kao i za terapijske procedure. Uspešno su završene velike investicije na uređenju banjskog centralnog platoa, poboljšanju energetske efikasnosti, funkcionalnosti i poboljšanju kvaliteta smeštaja. Kulturno leto je preraslo u „kulturnu godinu“, tako da će tokom cele godine posetioци uživati u brojnim kulturnim i sportskim sadržajima.

SVI RESURSI U SLUŽBI ZDRAVLJA

- Sve naše aktivnosti su u funkciji zdravlja. Medicinski deo naše ustanove odavno uživa epitet jednog od najboljih u regionu, što potvrđuje i veliki broj pacijenata koji svake godine dolazi kod nas. Međutim, prirodno bogatstvo kojim smo obdareni, a pre svega mislim na termalnu lekovitu vodu i čistu jastrebačku sredinu, stavili smo u funkciju zdravlja, ali u smislu prevencije. Kada je kralj Petar rešio da ovde izgradi modernu evropsku banju, na budućim pokolenjima ostalo je da sačuvaju to nasleđe. Danas sa ponosom ističemo da naša kraljevska Ribarska Banja nimalo ne zaostaje za modernim evropskim i svetskim banjskim centrima - kazuje **dr Dušan Šokorac**, direktor SB Ribarska Banja.

Zaista, kada se pogleda šta sve nudi i kako izgleda Ribarska Banja, može se reći da je i kraljevska i evropska. Svetski trend prevencije i očuvanja zdravlja ovde je uspešno primenjen kroz bogat spa i wellness program.



Zdrava hrana se ovde podrazumeva, a domaćini sa ponosom pozivaju u etno restoran „Vodenica“ u obližnjem Srndalju, gde je sve zdravo, osim količine hrane kojoj jednostavno ne možete odoljeti.

Može se mnogo toga pisati o Ribarskoj Banji. Nama jedino ostaje da vas pozovemo da posetite ovaj biser banjskog turizma i uverite se u njenu blagotvornost. Ne sumnjamo da ćete uživati.

PREKO HAMAMA DO KADE DRAGE MAŠIN

Prelep spa centar izgrađen na temeljima starog kupatila spojio je tradicionalni orijentalni način uživanja i meditacije sa modernim wellness konceptom. Brojne masaže, od relax, sportskih, šiacu, pa sve do egzotičnih sa lekovitim preparatima, povoljno utiču na psiho-fizičko stanje, a posebno u paketu sa toplim relax ležaljka, zvezdanim nebom, đakuzi kadom sa termalnom lekovitim vodom.

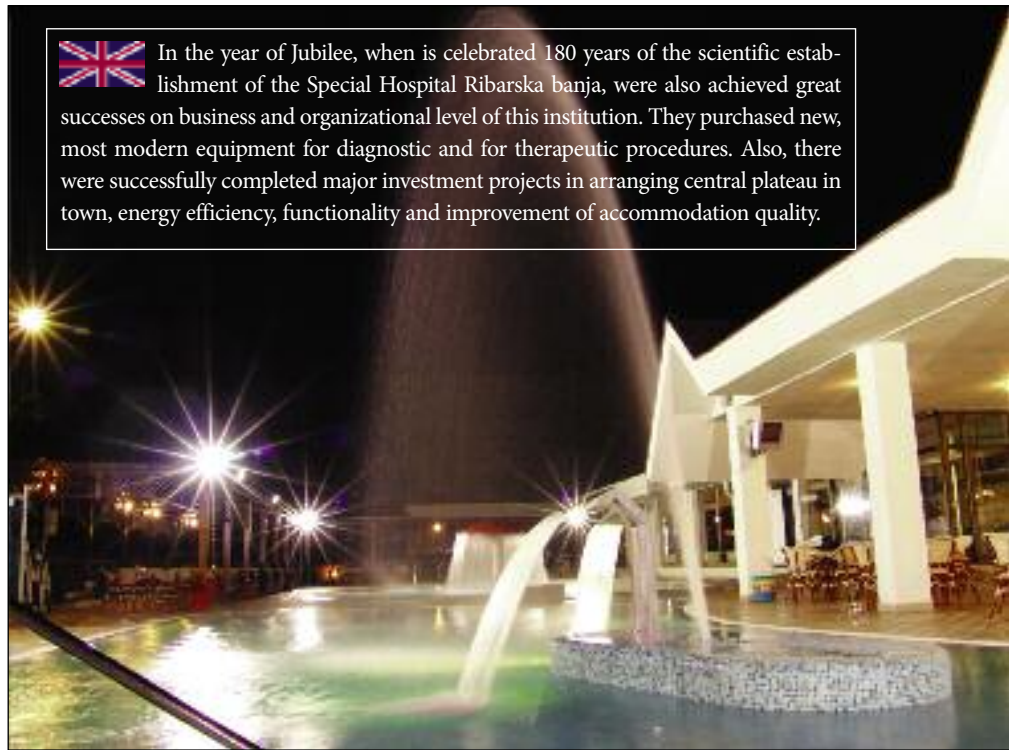
Sauna, slana soba, slana pećina, parno kupatilo, hamam, moderan fitness centar – standard su na koji ne treba trošiti previše reči. Za dame koje drže do svog izgleda i zdravlja, kada kraljice Drage Mašin pruža brojne lekovite kupke. Posebna atrakcija je svakako otvoreno-zatvoreni bazen sa termalnom lekovitim vodom, jedinstven i po izgledu, i po funkcionalnosti.

ŠETNJA ZA DOBAR APETIT

Osim spa centra, wellness program dopunjavaju i staze zdravlja kroz stoletne jastrebačke šume. Šetnja ovim stazama povoljno utiče na ceo organizam, a posebno na respiratorni sistem, zbog čega Ribarska Banja i uživa epitet vazdušne banje.



In the year of Jubilee, when is celebrated 180 years of the scientific establishment of the Special Hospital Ribarska Banja, were also achieved great successes on business and organizational level of this institution. They purchased new, most modern equipment for diagnostic and for therapeutic procedures. Also, there were successfully completed major investment projects in arranging central plateau in town, energy efficiency, functionality and improvement of accommodation quality.



Specijalna Bolnica Ribarska Banja

37205 Ribarska Banja

Tel.: 037/ 865-263; Fax: 037/865-129

Informacije i rezervacije

Tel.: 037/865-120, 865-270

Mob.: 063/87-82-886

ribarskabanja@yahoo.com

www.ribarskabanja.rs



SPA centar izazov za arhitekta

Prostor sa spa sadržajima ne treba da bude opterećen detaljima koji odvlače pažnju, koji deluju asocijativno, ili nas na bilo koji način vraćaju u svakodnevicu. Treba izbegavati fotografije, previše jaka svetla i ogledala. Nećemo pogrešiti ukoliko prostor za fitness opremimo moderno, minimalistički, sa dodatim elementima prirode ili zelenila. „Beauty“ deo treba da odiše elegancijom, sa nešto više detalja i ogledala – saveti su arhitekta Ivane Banović Đorđević.

Svaki moderan hotel koji se danas gradi ili adaptira, u sebi po pravilu ima spa centar, ili bar neke elemente spa centra, u zavisnosti od prostornih mogućnosti i kategorije. Neki hotelijeri smatraju da bazen i spa centar igraju važnu ulogu kod klijenata pri izboru hotela. Takođe su veoma popularni i tematski spa hoteli ili rizorti, koje biramo za odmor. Spa turizam je danas u zamahu, iako ta vrsta turizma datira možda i duže od turizma kakvog danas poznajemo.

GDE SMESTITI SPA CENTAR?

Sa aspekta organizacije prostora hotela, spa se može smestiti u bilo koji deo objekta, s obzirom da prirodno osvetljenje i ventilacija nisu obavezni.

U gradskim hotelima, zbog skučenosti prostora i parcele, spa centri i bazeni se smeštaju u podzemne etaže. Bazen i velike hidromasažne kade predstavljaju i veliko opterećenje za konstrukciju, i možda je to jedan od razloga zašto se često smeštaju u podzemne etaže hotela. Osim toga, u centrima velikih gradova, svaki kvadrat gradskog zemljišta se skupo plaća, dok se podzemne etaže računaju sa redukcijom, te na taj način investitor štedi sredstva. Nasuprot

ovakvom rešenju, imamo hotele u kojima su spa centri smešteni na najviše nivoe, gde se akcenat stavlja na pogled i gradsku panoramu.

U planinskim i morskim hotelima i rizortima, spa zauzima značajno mesto i površinu u okviru kompleksa, i obično se vezuje za prirodno okruženje i pogled.

Hotelski spa i fitness je organizaciono zasebna celina, i treba ga izdvojiti u odnosu na ostale hotelske sadržaje. S obzirom da spa centar nije namenjen isključivo gostima hotela, poželjno je da postoji nezavisan ulaz, povezan sa glavnim ulazom u hotel i parking prostorom, koji se kontroliše. Ukoliko organizacija i prostor hotela dozvoljavaju, spa, posebno bazenski deo, treba posredno povezati sa kuhinjskim ofisom i magacinom pića.

Spa centar je veoma zahtevna celina, posebno u tehničkom smislu. Da bi oprema funkcionisala, potrebno je obezbediti dodatne prostore za tehniku i instalacije. Bazen, hidromasažne kade i vodene atrakcije zahtevaju prateće filtere, pumpe, kompenzacione rezervoare vode, čija veličina nije zanemarljiva. Ovim prostorijama treba obezbediti adekvatnu temperaturu vazduha, taktilnu temperaturu površina,

provetravanje, određen nivo vlage u vazduhu, kako bi bili komforni za korisnike.

DIZAJN KOJI UMIRUJE I RELAKSIRA

Kao što je to uglavnom slučaj sa enterijerom hotela, u nekim prostorima se većina korisnika oseća prijatno, u nekima ne, bez obzira na ukuse. Spa i fitness deo hotela, u estetskom smislu, mora da zadovolji najviše kriterijume! U tom prostoru treba da se osećamo prijatno i zadovoljno. Dizajn enterijera spa dela treba da bude takav da na korisnika, uz ostale elemente (osoblje, mirisi...), deluje umirujuće i relaksirajuće. U većini spa centara boljih hotela to i jeste slučaj, i vidi se da je ovaj segment veoma bitan po tome što mu se posvećuje dosta pažnje i sredstava.

Deo namenjen fitnesu, fizičkoj aktivnosti, treba da bude uređen tako da na korisnika deluje stimulatивно, dok deo sa salonima za ulepša-



Spa area in a hotel shouldn't be burdened with details that distract or bring us in any way back into everyday life. There should be avoided photographs, too bright lights and mirrors. We will not go wrong if we choose to decorate a space for fitness in a modern and minimalist way, with added elements of nature and greenery. Beauty section should exude elegance, with more details and mirrors – are the tips of an architect, Ivana Banović Djordjević.

vanje treba da na korisnika deluje tako da se oseća lepo i zadovoljno. Prostor sa spa sadržajima ne treba da bude opterećen detaljima koji odvlače pažnju, koji deluju asocijativno, ili nas na bilo koji način vraćaju u svakodnevicu. Treba izbegavati fotografije, previše jaka svetla i ogledala. Nećemo pogrešiti ukoliko prostor za fitness opremimo moderno, minimalistički, sa dodatim elementima prirode ili zelenila. Beauty deo treba da odiše elegancijom, sa nešto više detalja i ogledala. Izvori svetla moraju biti projektovani tako da ne stvaraju dramatične senke na licima ili telima korisnika, posebno pri ogledanju.

Sledeći primeri spa i fitness centara svetskih hotela ilustruju kako se na različite načine i u različitim uslovima postiže kvalitetna organizacija i dizajn. U pojedinim spa centrima dominiraju detalji, boje i dizajn prostora, određeni se baziraju na potpunoj izolaciji u odnosu na spoljni svet, dok je u nekima osnovna tema upravo integracija sa prirodnim okruženjem, ili panoramom.

NAJBOLJI SVETSKI PRIMERI IZ PRAKSE

SIX SENSES SPA, Hotela Missoni u Kuvajtu je primer dizajn spa centra i zanimljiv je po tome što kombinuje moderan dizajn sa smelim bojama u akcentima, u pojedinim delovima spa centra, dok u drugim (smirujućim) delovima u enterijeru koristi paletu bež boja i arapske

motive. Za ceo ovaj spa karakteristično je difuzno, ali prilično jako svetlo. Materijali koji se primenjuju su isključivo prirodni: kamen, drvo, prirodne tkanine u „missoni“ bojama i šarama. Velika pažnja je posvećena detaljima: elementi drveta u njegovom sirovom, prirodnom obliku, ali i kroz karakteristične arapske oblike nameštaja; najfinije prirodne tkanine u „missoni“ bojama i dezenima; četkani bež kamen u najfinijoj obradi sa zaobljenim, profilisanim ivicama. Karakterističan detalj je otvoren bazen, čije je dno urađeno u mozaiku po „missoni“ šarama, što vam jasno daje do znanja da se nalazite u dizajn spa centru.

ESPA Life spa, Corinthia London Hotela idealan je primer spa centra gradskog hotela, koji karakteriše visoka i bezvremena elegancija. Prostire se na četiri podzemne etaže, na ukupno 3.300m², sadrži 17 soba za tretmane, privatni spa apartman, saunu, dva bazena, ledenu fontanu, teretanu, frizerski salon i salon za manikir i pedikir tretmane. Kao celina, pruža potpunu izolaciju od spoljnog sveta. Prostor je uređen prozračno, a kako se kroz njega krećete, sve više se rasplinjava, postaje mekši i tamniji. Na najnižem nivou nalaze se dva bazena, od kojih je jedan potpuno plitak sa srebrnim podom, tako da se kretanje vode reflektuje na tavanicu, što deluje prilično opuštajuće i stvara osećaj prostora koji je potpuno prozračan i bez čvrstih granica. Drugi bazen je opremljen

VEMEX PROJEKT DOO BEOGRAD

PROJEKTOVANJE, ARHITEKTONSKI DIZAJN, KONSALTING,
INŽENJERING, PROSTORNO PLANIRANJE I ISTRAŽIVANJE

Đure Daničića br.4, Stari Grad, Beograd

Tel: 011 322 49 51

www.vemexproject.com





ESPA Life spa, Corinthia Hotel, London



Lily Beach resort and spa, Maldivi

spa centru, što potvrđuje činjenicu da u prelepom prirodnom ambijentu ne treba insistirati na napadnoj arhitekturi, dovoljno je podržati lokalni način gradnje i što jednostavnije se uklopiti. Naravno, sve ovo je unapređeno luksuznom opremom, gde se luksuz ogleda u prvoklasnim materijalima i opremi, a nikako u suvišnim i preteranim detaljima i širokoj i kvalitetnoj ponudi sadržaja spa centra. Sadržaji spa centra su bogati, ali se takođe baziraju na lokalnim tretmanima i masažama.

Bilo da se nalaze u prelepom prirodnom prostanstvu, u podrumu prenaseljenog gradskog jezgra, ili na krovu oblakodera, hotelijeri, dizajneri i inženjeri mogu napraviti spa i fitness centre koji će fascinirati i najzahtevnijeg klijenta.

Ivana Banović Dorđević, d.i.a.

hidromasažnim stolicama za uživanje, sa više personalizovanih programa. U delu sa bazenima dominira crna boja, zidovi su obloženi crnim, sjajnim mermerom, koji je prošaran diskretnim zlatnim žilama. Sauna je dizajnirana tako da stakleni zidovi okružuju drvene platforme i krevete, te u njoj korisnik ima osećaj kao da lebdi. Potpuno opremljena teretana ima izdvojene prostore za korisnike koji žele privatnost, i centralni prostor za one koji radije vežbaju u društvu. Ovaj spa centar je tako organizovan i dizajniran, da svaki korisnik može da se oseća kao da je namenjen isključivo njemu, i da uživa u personalizovanim tretmanima.

SPA Hotela Arts, Barselona je spa centar koji karakteriše panoramski pogled na ovaj prelepi katalonski grad. Smešten je na 42. i 43. spratu hotela, sadrži osam soba za tretmane, uključujući terapiju prirodnim svetlom i hromo-terapiju. Dizajn ovog spa centra je sveden, kako bi panorama dominirala. Dok korisnik uživa u tretmanima, sauni, „vitality“ bazenu i masažama, istovremeno uživa u pogledu, koji je promenljiv u odnosu na doba dana, godine i vremenske prilike.

Lily Beach resort and spa, Maldivi predstavlja primer spa koji je potpuno integrisan u prirodu. Samo okruženje je dovoljno da se osećate kao u

„BUTIQ SPA“ HOTELA „MOSKVA“

Spa centar beogradskog hotela „Moskva“ zamišljen je, sa vizuelnog aspekta, kao prirodna translacija iz postojeće dokazane klasike u domen savremenih formi i oblikovanja, a pritom trudeći se da, samo korišćenje prostora održi osećaj smirenosti i spokoja, a u apsolutnoj funkciji svog sadržaja. Oblikovno, koncept je spoj dva stila koji su apsolutno dijametralni – nežne i meke elemente klasike, koji predstavljaju okosnicu ovog hotela, i snažne i oštre poligonale parametrike savremenog, naglašavajući nov sadržaj, likovno u svom vremenu, ali poštujući ono čemu se pripaja.

Sa projektantskog aspekta, zadatak je bio da se tadašnji tehnički podrum i grejne prostorije adaptiraju u spa ponudu širokog sadržaja, pritom u solidno maloj kvadraturi sa čistim visinama. Logičnim spletom, javila se ideja „boutique spa“ koncepta, koji će održati u velikoj meri širinu svoje ponude, ali će biti precizno formulisan i jasno definisan sistemom svog korišćenja i tipom korisnika koje želi da usluži. Ta privatnost koju smo postigli, uspevši da, pritom, čak i obogatimo ponudu, jeste ono što je najveći kvalitet ovog koncepta, što se i potvrdilo kroz zadovoljne korisnike.

Bojan Ćirović,

arhitekta, autor enterijera Spa centra hotela „Moskva“, Beograd



Mesto za lečenje, rehabilitaciju, *odmor i rekreaciju*



Niška Banja poznata je od davnina po blagotvornim uticajima svoje hipertermalne, oligomineralne vode, temperature 38°C, čiji su lekoviti učinak otkrili i počeli da primenjuju stari Rimljani već u 2. veku nove ere. Smeštena je na krajnjim obroncima Suve planine, u parku prirode koji se prostire na više od 70 hektara. Područje Niške Banje karakteriše se umereno kontinentalnom klimom, koja u medicinskom smislu spada u kategoriju umirujuće, sedativne klime i pogodna je za lečenje, odmor i rekreaciju.

Tridesetih godina prošlog veka, Niška Banja se naglo razvija u banjско-klimatko lečilište nalik evropskim banjama. Prirodni potencijali Banje bili su osnova za formiranje lečilišta, koje se razvija i 1966. godine prerasta u Zavod, a 1979. godine u Institut za prevenciju, lečenje i rehabilitaciju reumatskih i kardiovaskularnih bolesti „Niška Banja“ - Niš (skraćeno Institut „Niška Banja“).

Institut „Niška Banja“ je moderna zdravstvena i naučno-istraživačka ustanova iz oblasti reumatologije i kardiologije, specijalizovane rehabilitacije, fizikalne medicine i ortopedije. Nastavna je baza Medicinskog fakulteta Univerziteta u Nišu.

U okviru Instituta postoje i uspešno rade Klinika za kardiologiju, Klinika za specijalizovanu rehabilitaciju, Klinika za reumatologiju i Odeljenje ortopedije. Pri ortopedskom odeljenju nalazi se ambulanta za terapiju bola, koja se bavi lečenjem i tretmanom akutnog i hroničnog bola. Institut poseduje savremenu opremu za neinvazivnu dijagnostiku, lečenje i rehabilitaciju reumatskih i kardiovaskularnih bolesti, kao i savremenu opremu za operativno lečenje u domenu ortopedске hirurgije.

U Institutu rade lekari različitih specijalnosti, a mnogi od njih su doktori nauka, magistri i primarijusi, sa zvanjima doktora, docenta i asistenta na fakultetu.

Zdravstveni radnici Instituta „Niška Banja“ učestvuju u više multicentričnih međunarodnih studija i u isto vreme su učesnici mnogih domaćih i međunarodnih kongresa. Autori su brojnih radova, a veliki broj njih je objavljen u stranim časopisima i u drugim publikacijama.

Ukupan smeštajni kapacitet Instituta je 560 ležajeva, raspoređen u tri stacionara: „Radon“, „Zelengora“ i „Terme“. Svaki od stacionara čini celinu za sebe i raspolaže, osim smeštajnog dela,

i kompletnim terapijskim blokom (hidro, kinezi, elektro i peloido) i više različitih sala za organizovanu grupnu i individualnu rekreaciju i zabavu.

Decembra 2006. godine otvoren je renovirani hidro blok u stacionaru „Zelengora“, u okviru kojeg je izgrađen novi bazen sa pokretnim dnom, što je olakšalo korišćenje termomineralne vode teško pokretnim bolesnicima.

U stacionaru „Radon“ 2007. godine otvoren je Wellness & Spa centar „Sense“ sa svim sadržajima modernih evropskih Wellness & Spa centara, što je dodatno obogatilo ponudu Instituta „Niška Banja“. Wellness & Spa centar svojom širokom ponudom pruža priliku da svom telu pružite predah i neponovljive trenutke opuštanja i relaksacije. Spoj lepote i uživanja možete priuštiti kraljevskim tretmanima koje nudi Wellness & Spa centar „Sense“.

Potpun utisak o Institutu za lečenje „Niška Banja“ može se steći tek boravkom u izuzetno lepom i zdravom ambijentu Niške Banje, što uz dejstvo lekovitog prirodnog faktora, Institutu daje epitet izuzetnog mesta za lečenje, rehabilitaciju, odmor i rekreaciju.



„Niška Banja“ Institute is a modern health and scientific research institution in the field of rheumatology and cardiology, specialized rehabilitation, physical medicine and orthopedics. It's a teaching base of the Faculty of Medicine at the University of Niš.



Institut za lečenje i rehabilitaciju „Niška Banja“

Srpskih junaka 2, 18205 Niška Banja

+381 18 502 000, +381 18 502 046

radonnb@eunet.rs www.radonnb.co.rs

Kraljevska *BANJA* Engleske

Smešten u predelu izvanredne prirodne lepote, u dolini reke Avon, Bath, grad u regiji Somerset u jugozapadnoj Engleskoj, mesto je koje pamti sve značajne periode istorije Engleske, od rimskih kupatila i prisustva Kelta, do srednjekovnog manastira i savremene termalne banje „Bath Spa“, nastale od 2000. godine.

Voda koja ključa iz zemlje, u vidu geotermalnih izvora, prečišćava se kroz krečnjačke izdane na dubini od 2.743 do 4.267 metara, gde geotermalna energija podiže temperaturu vode između 64 i 96°C i pod pritiskom tako zagrejana voda izbija na površinu kroz pukotine i rupe u krečnjaku. Na mestu gde 1,170.000 litara vrele vode od 46°C izvire svakog dana, arheološki dokazi svedoče da se nalazilo svetilište starog naroda Britona posvećeno boginji Sulis, kod Rimljana poznatoj kao Minerva. Ime Sulis nastavlja da se koristi i nakon invazije Rimljana, pojavljivanjem u samom imenu rimskog grada *Aquae Sulis* („vode boginje Sulis“). Rimljani su izgradili hram između 60-ih i 70-ih godina nove ere, a kompleks kupatila iz-

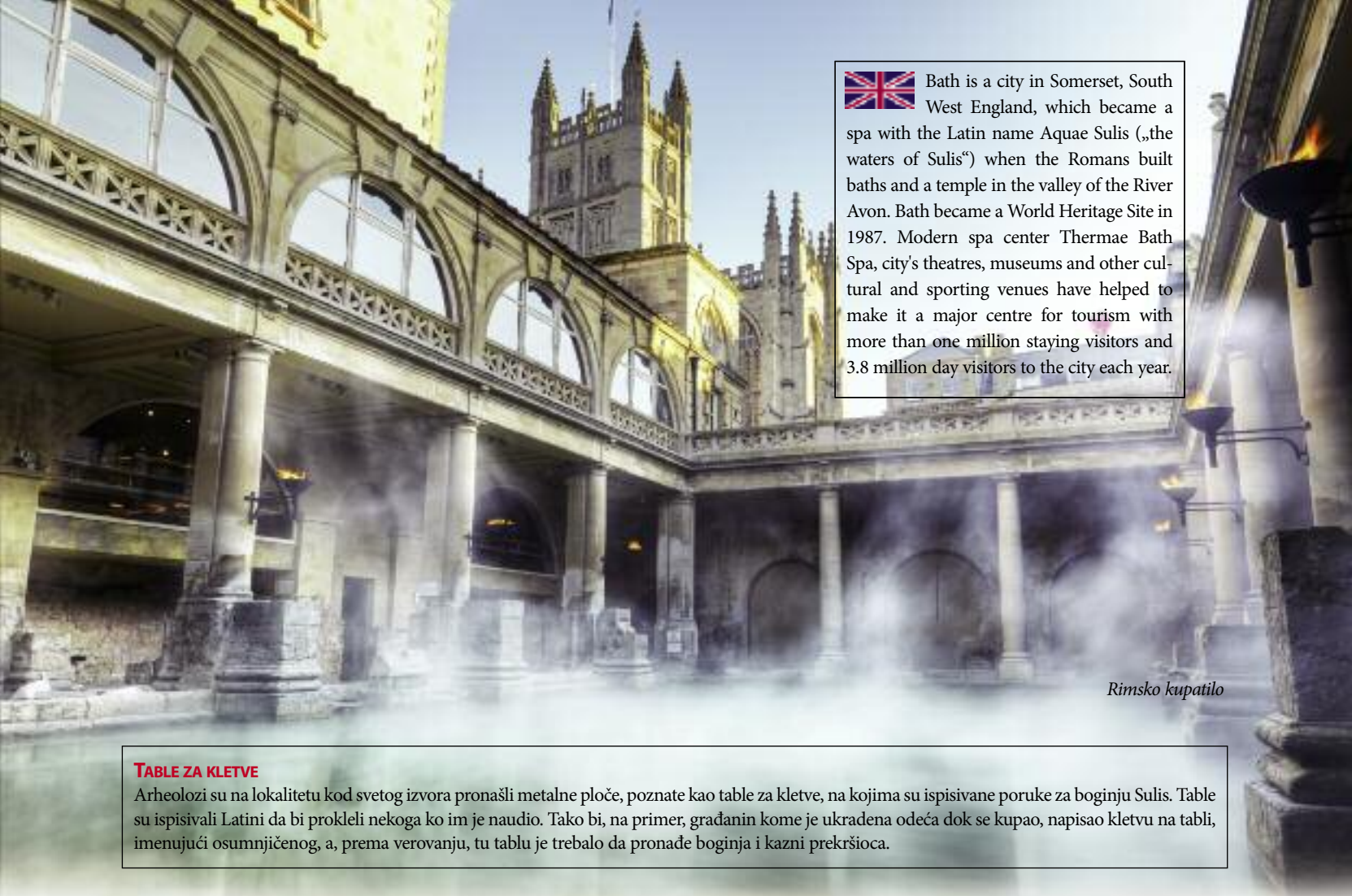
građen je tokom sledećih 300 godina. U drugom veku izvor je ograđen strukturom drvenih svodova u okviru koga su se nalazili *calidarium* (vruće kupatilo), *tepidarium* (toplo kupatilo) i *frigidarium* (hladno kupatilo). Posle pada rimske vladavine, u 5. veku kupatilo propada i biva prekriveno muljem. Tako je bilo do 9. veka, kada Bath pada u posed kralja Alfreda, koji ga je osvežio i u jugoistočnom delu grada uspostavio manastir. Kralja Alfreda posle smrti nasleđuje sin Edvard Stariji, tokom čije vladavine se prvi put pojavljuje naziv „BAD“ na metalnim novčićima, ukazujući na anglosaksonski naziv grada, Baðum, Baðan ili Baðon, u značenju "kupaćilo", izvor današnjeg imena.


PREPOROD

Svoju „banjsku renesansu“ grad započinje dolaskom Thomasa Guidotta, studenta hemije i medicine, koji je svoj rad započeo u banji 1668. godine. Zahvaljujući njegovom interesovanju za blagotvorna dejstva vode, o čemu je pisao i nekoliko knjiga, mineralni izvori u Bath-u počinju da privlače pažnju vlasti i aristokratije koja je u sve većem broju dolazila u banju. Od starog prihvatilišta za siromašne i nemoćne napravljena je bolnica, a u 18. veku Bath dobija prvo pozorište izgrađeno u tu svrhu, zvano „Old Orchard Street“,

U Bath-u, gradu u regiji Somerset u jugozapadnoj Engleskoj, voda ključa iz zemlje u vidu brojnih geotermalnih izvora iz kojih svakog dana izvire 1,170.000 litara vrele vode od 46°C! Zahvaljujući tome, ovaj najstariji engleski grad-banja, čiji počeci datiraju od invazije Rimljana 60-tih godina nove ere, postao je 1987. godine deo Svetske baštine, a gradska pozorišta, muzeji i drugi kulturni i sportski objekti pomogli su stvaranju velikog turističkog centra sa više od milion noćenja i 3,8 miliona jednodnevnih poseta svake godine!

Moderan spa centar - *Thermae Bath Spa*



 Bath is a city in Somerset, South West England, which became a spa with the Latin name *Aquae Sulis* („the waters of Sulis“) when the Romans built baths and a temple in the valley of the River Avon. Bath became a World Heritage Site in 1987. Modern spa center *Thermae Bath Spa*, city's theatres, museums and other cultural and sporting venues have helped to make it a major centre for tourism with more than one million staying visitors and 3.8 million day visitors to the city each year.

Rimsko kupatilo

TABLE ZA KLETVE

Arheolozi su na lokalitetu kod svetog izvora pronašli metalne ploče, poznate kao table za kletve, na kojima su ispisivane poruke za boginju Sulis. Table su ispisivali Latini da bi prokleli nekoga ko im je naudilo. Tako bi, na primer, građanin kome je ukradena odeća dok se kupao, napisao kletvu na tabli, imenujući osumnjičenog, a, prema verovanju, tu tablu je trebalo da pronađe boginja i kazni prekršioca.

kasnije obnovljeno u „Theatre Royal“, zajedno sa pratećim objektima, a sve u službi turističke atraktivnosti termalnih izvora.

Grad je prema popisu iz 1801. godine imao 40.020 stanovnika, što ga je činilo jednim od najvećih gradova u Velikoj Britaniji. Svoj sadašnji aristokratski šarm grad jednim delom duguje i veleposedniku William Thomas Beckford-u, koji je kupio veliko imanje u gradu, na kome je pored kuće napravio i ogromnu baštu i kulu na vrhu brda – jedan od simbola grada.

BANJSKI I KULTURNI TURIZAM

Godine 1987. grad je uvršten na UNESCO listu svetske baštine, a turizam postaje jedna od glavnih grana privrede u Bath-u, sa više od milion noćenja turista i 3,8 miliona jednodnevnih poseta godišnje. Termalni izvori nisu jedini magneti za turiste, koji dolaze u ovaj grad podjednako i zbog bogate istorije i kulturnih sadržaja. U funkciji turizma je oko 300

smeštajnih objekata, uključujući više od 80 hotela (dva hotela imaju pet zvezdica), dva kamp naselja i više od 180 pansiona koji nude uslugu noćenja sa doručkom, od kojih se mnogi nalaze u kućama građenim u džordžijanskom stilu. Istorija grada predstavljena je u gradskom muzeju, u građevini koja je 1765. godine bila prezbitarijanska crkva. U gradu se nalazi oko 100 restorana i približno isti broj barova. U ponudi je i vožnja gradom autobusom sa otvorenim krovom, a turisti mogu da se pridruže organizovanim pešačkim turama ili vožnji rekom Avon kroz grad. Od 2006. godine, otvaranjem modernog spa centra „Thermae Bath Spa“, grad pokušava da povрати istorijsku poziciju kao jedini grad u Velikoj Britaniji koji posetiocima nudi mogućnost da se kupaju u prirodno zagrevanim izvorima vode. „Google Street View“ dodelio je gradu 2010. godine nagradu za najbolje ulice (*Best Streets Awards*), a kraljevska građevina u obliku polumeseca – „Royal Crescent“,



„Royal Crescent“ - najslikovitija ulica u Velikoj Britaniji

zauzela je drugo mesto na izboru za najslikovitiju ulicu u Britaniji („Britain's Most Picturesque Street“).

Priredila: Marija Obradović

AZIJSKA TRADICIJA, *nadahnjajući rituali*

U izboru za najbolje Spa i Wellness centre na svetu u različitim kategorijama, koji već 18 godina organizuje časopis Professional Spa & Wellness, u kategoriji najbolji wellness i spa hoteli na svetu u 2014. godini, nagrađeni su: Lotte Hotels & Resorts, za region Istočne Evrope, i The Europe Hotel & Resort za Zapadnu Evropu i Skandinaviju.

LOTTE HOTELS & RESORTS, MOSKVA

Ovaj luksuzan hotel u srcu Moskve, otvoren je 2010. a već spada u najbolje hotele u ovom delu Evrope. To dokazuju brojna priznanja, jer je pored nagrade za najbolji spa hotel za 2014. godinu, 2013. proglašen za najbolji spa hotel od strane Internacionalnog Saveta za Spa i Wellness, a u njemu se, po mišljenju Wedding magazina, pruža i najbolji spa tretman za parove.

Lotte Hotel & Resort ima 300 soba i apartmana, tzv. Royal apartmana koji je najveći u gradu, dva izvrsna restorana francuske i japanske kuhinje, šest konferencijskih sala, kluba i svetski poznatog Mandara Spa sa fitness centrom i bazenom.

Na 1.500 kvm prostire se Mandara Spa centar, oaza mira i relaksacije isprepletana lepotom i vrednošću azijske tradicije sa sofisticiranim, a istovremeno modernim tehnikama, radi postizanja izuzetnog iskustva. Pored mnogobrojnih tretmana, ovaj spa centar nudi i nove proizvode - Oxygen Therapy Massage i Vitality River Bed, koji su po prvi put predstavljeni u Moskvi ove godine kao inovacije u spa i wellness svetu.

Oxygen Therapy Massage traje 50 minuta i njom se postiže jačanje imunog sistema i regeneracija ćelija, uz pomoć inhalacije kiseonikom. Da bi se poboljšala cirkulacija i organizam oslobodio negativne energije, upražnjava se opuštajuća masaža.

Drugi ekskluzivni tretman ovog spa centra je Vitality River Bed, koji traje 25 minuta. Radi se o hidroterapiji, ali ne sa običnom, već sa revitalizirajućom vodom, koja podseća na svežu planinsku. Time se omogućava stabilizacija krvnog pritiska, otklanja tenzija i bolovi u mišićima, a kao šlag na tortu, koža postaje meka i preporođena. Boje koje se koriste prilikom tretmana, a koje upotpunjuju ambijent utiču pozitivno na klijenta, sakupljajući pozitivnu energiju i obezbeđujući energetski balans.

Pored tih neuobičajenih tretmana, Mandara Spa nudi i najrazličitije vrste terapija, koje su skladno upakovane da bi korisnik mogao da bira ono što mu najviše odgovara. U njih spadaju:

- 1) **Paketi rituala**, traju više od 2 sata i uključuju različite vrste masaža, aromaterapiju, piling, tretmane lica, mirisne kupke za opuštanje i td.
- 2) **Dve vrste paketa za negu lica**, od kojih se jedan radi sa švajcarskom kozmetičkom linijom Bellefontaine i za svaki tip kože je različit tretman, a drugi paket se radi uz pomoć Elemis kozmetike, i takođe su raznovrsni.
- 3) **Dve vrste paketa za negu tela** - sa Bellefontaine kozmetikom, u koji spada tretman sa kavijarom, anticelulit i tretman hidroterapije i drugi paket sa Elemis proizvodima, u koji takođe spada anticelulit i tretman za revitalizaciju kože limetom i đumbirom.
- 4) **Specijalna Mandara masaža** uključuje dva terapeuta koja rade istovremeno, a obuhvata:





In the selection of the best Spa and Wellness center in the world in a variety of categories, which each year organizes the World Spa & Wellness in the category of best wellness and spa hotels in the world in 2014, awards were given to: Lotte Hotels & Resorts, the region of Eastern Europe and The Europe Hotel & Resort in Western Europe and Scandinavia.



Shiatsu, Thai, havajsku „Lomi Lomi” masažu, švedsku i baleansku masažu.

THE EUROPE HOTEL & RESORT, IRSKA

The Europe hotel & resort, jedan je od najpopularnijih hotela sa 5 zvezdica u Irskoj. Nalazi se usred netaknute prirode, uz čuvena Killarney jezera. Ima 187 moderno opremljenih soba i apartmana, od kojih polovina ima pogled na jezero, a druga polovina pogled na golf terene, takođe u sastavu hotela. Pored luksuznih soba, ovaj resort nudi i 7 konferencijskih sala i sala za sastanke, nekoliko restorana i barova, ali ono što ih definitivno izdvaja je predivan spa resort Espa, koji je izabran za najbolji u Zapadnoj Evropi i Skandinaviji.

Espe spa i wellness centar je dizajniran tako da bude balans između prirodnog okruženja u kome je, zahvaljujući predivnom ambijentu, relaksacija zagarantovana. Filozofija i tretmani koji čine ovaj centar, prepoznatljivi su po kvalitetu, čistoći i prirodnosti sastojaka Espe proizvoda. Njihove terapije ujedinjuju shvatanja savremenog zdravlja, lepotu i relaksaciju sa proverenim antičkim metodama koje se koriste širom sveta. Ono što izdvaja Espe centar je i **Spa Cafe**, u kojem gosti mogu da nastavite uživanje nakon tretmana. U njemu se služe najrazličitije

vrste voćnih koktela i zdravi organski obroci, a uživanje u njima će upotpuniti prirodno okruženje i pogled od koga zastaje dah.

Espe centar se sastoji od 16 soba za tretmane, 2 beauty apartmana, privatnog spa apartmana za dvoje, dela za manikir i pedikir, šminkernice, fitnes studija, saune, otvorenog i zatvorenog bazena i Spa Cafea.

Espe spa i wellness centar se izdvaja u moru drugih po tome što nudi nadahnjujuće rituale u kojima se kombinuju različite vrste tehnika, kao što su; masaža stopala, lekovito blato, topla Espe ulja i toplo ili hladno kamenje za Doshu masažu tela. Ritualni se završavaju sa orijentalnom masažom glave koja se radi hladnim kamenjem i inhalacijom aromatskih ulja.

Još jedan specifičan proizvod ovog spa i wellness centra su tretmani za žene u trudnoći. Stručnjaci koji ovde rade će u zavisnosti od trenutnog zdravstvenog stanja i meseca u kome se trudnica nalazi, odrediti najbolju vrstu tretmana i omogućiti joj da se oseća zdravo, i pre i posle trudnoće. Tretmani se sastoje od različitih vrsta masaža, a najnoviji u ovoj oblasti je dobio naziv „Novi početak”. On započinje razgovorom sa terapeutom, koji će na osnovu želja i potreba kreirati individualni spa dan, koji

se završava obrokom u Spa Cafeu ovog hotela.

Uobičajeni tretmani Espe centra su;

- 1) **Privatni spa apartman** omogućava jedinstveno iskustvo i potpunu privatnost, a gosti imaju mogućnost da tretman koji izaberu bude obavljen upravo u tom apartmanu.
- 2) **Tretman vrućim kamenjem** pruža potpuno opuštanje uz masažu stopala, leđa, lica i glave, a sve to upotpunjuje aromaterapija koja opušta i oslobađa telo od stresa.
- 3) **Tretmani lica** za različite tipove kože, gde se za postizanje najboljeg efekta, koriste se prirodni preparati prilagođeni individualnim potrebama.
- 4) **Tretmani tela** - od detoksikacije uz pomoć detoksi ulja i toplih algi, preko masaže koja otklanja strije i celulit, tretmana za hidrataciju kože uz pomoć ulja i blata, do masaže za opuštanje mišića uz biljku eukaliptus.
- 5) Ovaj spa centar se brine i o muškoj populaciji, pa tako nude i **tretmane prilagođene isključivo muškarcima**.
- 6) U njihovoj ponudi se nalazi i **nekoliko vrsta aromaterapije**.

Pripremila: **Dejana Uskoković**



Jedinstveni užitak na krovu sveta

Na svetu verovatno ne postoji bolje mesto za spa hotel od mesta na kome se nalazi Ananda Spa: obronci Himalaja, u blizini gradića Rishikesh, mesta u kojem je nastala popularna joga i transcendentalna meditacija, okružen veličanstvenom šumom Sal, sa pogledom na moćnu svetu reku Gang. Isceliteljska moć ovog mesta ne leži samo u jedinstvenoj lokaciji, već i u poznatim tradicionalnim indijskim wellness pro-

Traveller - jedan od najpoznatijih turističkih časopisa u svetu, svake godine objavljuje listu najboljih spa hotela prema glasovima čitalaca. Nekoliko godina za redom u vrhu te liste, a najčešće na prvom mestu, je hotel **Ananda Spa**, koji se nalazi u severnoj Indiji, na obroncima Himalaja. Redakcija časopisa „Turistički svet“ potrudila se da otkrije zašto je ovaj hotel tako poseban.

gramima, od kojih su najpoznatiji Ayurveda, Yoga i Vedanta, u kombinaciji sa savremenim wellness sadržajima.

Kako navodi osnivač i generalni direktor hotela **Ashok Khanna**, „seme“ Ananda posađeno je 1989. godine, sa vizijom da će ljudima u budućnosti biti potrebni drugačiji hoteli, oni koji neće pružati usluge i sadržaje iste



Located in the tranquil Himalayan foothills, close to the mythological cite of Rishikesh, surrounded by graceful Sal forests, overlooking the peaceful Gang, Ananda Spa Hotel is a retreat that redefines lifestyles including the well-known traditional Indian wellness regimes of Ayurveda, Yoga and Vedanta combined with best of International Wellness Experience.

ili slične drugim luksuznim hotelima, već pomagati ljudima da se što bolje osećaju, da budu zdraviji i da produže svoju mladost.

Pored lokacije i wellness programa, ono što ovaj hotelski spa razlikuje od svih drugih je njegova kuhinja.

– Naši preci su verovali da je ono što jedemo i način na koji jedemo, suštinski važno za zdrav život i čini važan deo wellness koncepta. Mi smo uveli koncept tradicionalne ajurvedske hrane - hrane za svaki tip tela, koji može da se primeni i u internacionalnoj kuhinji. Sve to, u kombinaciji sa wellness tradicijama drugih delova Azije i Zapada, osnova je jedinstvenog holističkog wellness-a



u Ananda Spa hotelu – objašnjava Ashok Khanna.

Ipak, ono bez čega sve to ne bi bilo moguće su zaposleni, od kojih svaki član hotelskog tima razume, veruje i živi u skladu sa Ananda filozofijom.

Hotelski spa centar, koji se prostire na 2.230 kvm, nudi više od 80 tretmana za lepotu i zdravlje tela i uma, u čijim osnovama je ajurveda primenjena na savremen, zapadnjački način, s ciljem da se dostigne osećaj harmonije kod svakog klijenta. Inače, u Ananda hotelu veruju da je svaki gost jedinstven, pa su takvi i programi u njihovoj ponudi, od kojih se svakako ističe



Shirodhara tretman - masaža glave toplim biljnim uljem. Suština ove metode je u tome da se ulje zagreva u posebnoj posudi postavljenoj iznad glave klijenta odakle se toplo ulje polako sliva na čelo, što je ne samo neverovatno prijatno, već doprinosi podmlađivanju, poboljšava memoriju, lekovito deluje na razne neurološke tegobe, normalizuje poremećaje sna i krvni pritisak. Goste dočekuju lični konsultanti i pomažu im u odabiru tretmana koji će najviše odgovarati njihovim individualnim potrebama i zahtevima. Upravo na taj način Ananda uspeva da ostvari ono što su osnivači zamislili: da doprinosi promenama načina života svojih gostiju i prati ih na putu ostvarenja ličnog blagostanja.

Od 2001. godine kada je hotel otvoren, dobili su brojne nagrade i priznanja iz celog sveta. Ali tu nije kraj. Oni teže da ostanu lideri u inovacijama wellnessa i neprekidnom usavršavanju. I to snažno osećaju svi njihovi gosti, oni koji imaju privilegiju da borave u najboljem spa hotelu - na samom krovu sveta!

Privredila: Marija Obradović



Mistični INKA TRETMAN

Drevni narod sa Anda – pleme Inka, verovao je da dobro stanje tela i uma dolazi kao rezultat harmonije između ljudi i prirode. Oni su na svet gledali kao na celinu i verovali da Zemlja nije samo mesto na kome živimo, već izvor života, ali i nešto sa čime treba da podelimo svoj život. Zemlja im je obezbeđivala sve što im je bilo potrebno za opstanak, a za uzvrat oni su negovali i štitili zemljište. Na taj način narod Inka je verovao da čuva i svoj identitet, jer vodeći računa o okruženju, negovali su sopstveno zdravlje i živeli u savršenoj harmoniji sa prirodom.

ISCELITELJSKI RITUAL U ČETIRI DELA

Danas kada su ljudi svakodnevno izloženi stresu, neophodno je da se osvrnemo i prisetimo verovanja i načina života drevnog naroda sa Anda, putem savremene varijante rituala lečenja, pod nazivom „Mistični



Inka ritual”. Ovaj raskošni tretman celog tela neguje kožu u četiri koraka, inspirisan Inka tehnikama u cilju čišćenja organizma, podizanja energije, regeneracije i negovanja.

Jedinstven isceliteljski ritual sastoji se iz četiri dela, a svaki deo pruža drugačiju tehniku masaže, posvećenu jednom od četiri elementa prirode (vatra, vazduh, voda i zemlja) i upotrebu preparata od autohtonih biljnih vrsta iz Perua, uključujući:

- Piling za telo od ljubičastog kukuruza — jedinstven izvor antioksidansa koji upija slobodne radikale, potpomaže regeneraciju tkiva i stvaranje kolagena, ali i usporava starenje kože;
- Masku za telo od lukume (vrsta voća koje raste na Andima) — odličan izvor hranljivih sastojaka koji povećavaju energiju, kao i stvaranje vitamina B;
- Ulje za telo od *sacha inchi*-a (poznat kao Inka kikiriki) — blagotvorno deluje na kožu, doprinosi obnavljanju ćelija, omekšava i štiti kožu, i
- Kremu za telo od kinoe (najstarija žitarica na svetu, poznatu kao „zlatno Inka“) — hrani kožu i donosi energiju koja ima tonizirajući efekat i pomaže obnavljanju tkiva.



The Mystic Inka Treatment evolved from the culture of the Andean people of the Peruvian Andes and is meant to act as a true healing ritual, with each step thoughtfully performed to reflect the meaning connected to the indigenous nature and millenary properties of the ingredients. It consists of natural aromas and ingredients, including: purple corn, lucuma, sachu inchi, quinoa, and features a sequence of Inka-inspired techniques and massages that correspond to the four healing elements: fire, air, water and earth.

Prvi deo podrazumeva čišćenje kože antioksidantnim pilingom od ljubičastog kukuruza, inspirisano ritualom čišćenja na Andima, u kome duhovni vođa prelazi preko tela vezicom autohtonih biljaka, pokretima koji obezbeđuju čišćenje od glave do pete. Veruje se da na taj način „teret“ odlazi u „majku zemlju“ (*Pachamama*), koja ga reciklira i transformiše u čistu energiju. Simbolično, ova radnja čišćenja sprovodi se u Mističnom Inka ritualu pilingom od ljubičastog kukuruza u trajanju od 20 minuta, posle čega se piling uklanja tuširanjem. Ovaj korak inspirisan je elementom vode, a masaža se sastoji od fluidnih, mekih kružnih pokreta za opuštanje tela i uma.

BUĐENJE UNUTRAŠNJEG SVETLA

Drugi deo bavi se revitalizacijom kože maskom za telo od lukume, koja pruža osećaj



zagrevanja. Ovaj korak inspirisan je ritualom sa Anda zvanim *Intiwatana*, koje je sprovedeno pre zime na skrivenim, energetski jakim mestima. Inke bi „zarobile“ sunčeve zrake i usmerile energiju u prirodna skloništa, kao što su šupljine u stenama, kako bi sačuvalale energiju sunca i proizvele ono što nazivaju „sveta vatra“, koja budi unutrašnje svetlo u ljudima. U Mističnom Inka tretmanu, leđa se simbolično koriste kao stena, mesto gde ljudi talože stres i tenziju, a treba ga napuniti energijom kako bi se sačuvala unutrašnja svetlost. Osećaj zagrevanja obezbeđuje se toplom maskom od lukume, koja treba da stoji na koži 10 do 15 minuta, a posle se uklanja vlažnim peškirom. Ovaj korak inspirisan je elementom vatre, zato se masaža tokom nanošenja maske sastoji od energičnih pokreta

na početku, a završava opuštajućim pokretima.

Treći deo čini regeneracija kože uljem od *sacha inchi* ploda. U kulturi na Andima, ravnoteža energije je ključ za postizanje fizičkog, mentalog i duhovnog blagostanja. Posle revitalizovanja energetskih tačaka na leđima putem maske, sada treba sprovesti čiste energetske talase u celo telo. Ovaj deo Mističnog Inka tretmana je suptilna prezentacija ovog koncepta, sa harmoničnom, nežnom masažom uljem od *sacha inchi* ploda. Ulje treba umasirati u celo telo, sa posebnom pažnjom na stomak. Ovaj stepen nege uvodi element vadauha, i treba da simboliše povetarac koji prelazi preko celog tela i poziva pozitivnu energiju da se raširi polagano po telu i umu. Pokreti u masaži su fluidni, kombinovani tako da očiste energetska polja.

SEJANJE DOBRE ENERGIJE

Četvrti deo odnosi se na negovanje kože nanošenjem kreme od kinoe. Koncept uzajamnog dejstva sa Anda, zvani *ayni* na Quechua jeziku, jedan je od osnovnih principa Inka naroda u odnosu prema prirodi. U okviru koncepta, prostorna veza se stvara između čoveka i „majke zemlje“ (*Pachamama*), gde ga ona hrani i uči kako da raste, a za uzvrat čovek brine o njoj. Krema za telo sa kinoom simboliše snagu zemlje i velikodušnost *Pachamama-e*, štiteći sva bića koja je poštuju. Ovaj korak nege uključuje element zemlju i sastoji se od masaže dubljih i jačih pokreta, koji treba da podsećaju na pokrete koje pravimo na zemljištu pre setve. A ono što posejemo, to ćemo i žnjati. Neka to bude dobra energija.

Priredila: Marija Obradović

Mirisna formula za bolji život



Aromaterapija, poznata kao terapija biljnim eteričnim uljima, jedna je od najpopularnijih oblasti prirodne medicine. Iako je poznata od davnina, tek polovinom XX veka počinje naučno istraživanje sastava i lekovitog dejstva eteričnih ulja, da bi tek poslednjih nekoliko decenija, bila prihvaćena u javnosti kao terapija koja definitivno doprinosi poboljšanju zdravstvenog stanje. Pozitivno utičući na zdravlje i „bolji život” njenih korisnika, aromaterapija je uticala i na kozmetičku industriju, koja pokušava da nađe najbolje rešenje za proizvode koji se koriste u tim tretmanima.

Ben Orr, administrator marketinga i prodaje u kompaniji „Amphora Aromatics”, koja se bavi proizvodnjom kozmetičkih preparata, kaže da kompanija poslednjih godina prima sve veći broj zahteva od spa centara za novom, prirodnom kozmetikom, koja će na najefikasniji i najbezbolniji način uticati na poboljšanje zdravlja njihovih korisnika.

- Danas postoji toliko raznovrsnih preparata za negu kože, da se više ne postavlja pitanje šta proizvođači imaju u svojoj ponudi, već šta je njihovim korisnicima potrebno, odnosno,

kakvi su njihovi zahtevi. Najvažnije je, naravno, izabrati eterično ulje koje će najviše odgovarati vrsti tretmana, odnosno njenom cilju. Zahvaljujući ponajviše medijima koji ih svakodnevno „bombarduju” korisnim informacijama, potrošači sada znaju mnogo više o tome kako, na primer, na najbolji način ukloniti stres, kao i koja su ulja odgovarajuća za određeni tretman da bi se postigli najbolji rezultati. Uz to, na sreću, potrošači su sve svesniji pozitivnih i negativnih uticaja preparata na svoj organizam – ističe Ben Orr.

NAJEFIKASNIJI PRIRODNI LEK PROTIV STRESA

Aromaterapija treba da bude obavezan deo svakog tretmana i klijent ga očekuje, bez obzira da li tretman traje pola sata ili uključuje celodnevni boravak u spa i wellness centru. To ukazuje da je ova vrsta terapije izuzetno važna za potpunu relaksaciju, a da esencijalna ulja predstavljaju najefikasniji prirodni lek protiv svakodnevnog stresa. Pored uklanjanja napetosti, te raznovrsne note najlepših mirisa koji bude sva čula, poboljšavaju i naše psihičko i emotivno stanje, vodeći nas od stanja depresije do potpunog oslobađanja negativne energije, a to i jeste svrha i cilj aromaterapije.

Zahvaljujući brzom načinu života, ljudi imaju sve manje vremena da se opuste i rasterete od svakodnevnih obaveza, pa se danas wellness centri ozbiljno fokusiraju na to da svojim klijentima pomognu da se posvete zdravlju i poboljšaju kvalitet života. Upravo razvoj wellness i spa centara je, ističe Orr,





Aromatherapy, known as a therapy performed with herbal essential oil, is one of most popular fields in natural science. Although is known since ancient times, it was not before the half of XX century they began scientific researches of the content and curative effects of essential oils, and since last few decades is finally accepted as therapy that contributes to health conditions. Having a positive effect on health and well-being of its users, aromatherapy had the influence on cosmetics industry, which strives to find the best solution for the products that are used in those treatments.

značajno doprineo da se shvati koliko su aromaterapija i njeni proizvodi važni i kako utiču na revitalizaciju organizma.

Brojna istraživanja o uticaju određenih sastojaka kozmetičkih preparata na zdravlje, pokazala su da je najsigurnije koristiti prirodne i organske supstance, kako bi se izbegao negativan uticaj koji neispitani i neprirodni elementi mogu da proizvedu. Poučeni iskustvima drugih i slušajući eksperte iz oblasti kozmetologije, korisnici sa velikom obazrivošću koriste različite kozmetičke preparate. Sve veću pažnju poklanjaju hemijskom sastavu i pažljivo ocenjuju koji element je štetan, a koji može povoljno uticati na očuvanje zdravlja i lepote.

NOVI TREND: MOGUĆNOST IZBORA

Fiona Brackenbury, trening menadžer za brend *Decleor*, koji se bavi proizvodnjom preparata za aromaterapiju, kaže da je velika popularnost, i sve priznatija pozicija aromaterapije, stvorena upravo zahvaljujući njenoj sposobnosti da odgovori na dva zahteva današnjice, a to su: trendovi u spa i wellness industriji i želje korisnika. Da bi se pomirile obe strane, početkom ove godine brend *Decleor* lansirao je na



tržište novu uslugu koja omogućava zaposlenima u wellness i spa centrima da sami naprave kombinaciju elemenata, u koje spadaju kozmetički proizvodi i sve što upotpunjuje atmosferu za određenu vrstu terapije, s ciljem da se klijentu pruži najbolja moguća individualna usluga. Novina je u upitniku kojim se klijentu pre tretmana daje mogućnost da izabere od devet ponuđenih vrsta terapija onu koja mu najviše odgovara, u zavisnosti od toga kako se oseća u datom trenutku.

- Trend koji je uveliko uzeo maha, a još uvek je nedostizan za one sa manjim primanjima, je svakako anti-ageing program. On predstavlja najveći i još uvek najneotkriveniji segment u oblasti kozmetologije. To je sledeći veliki korak u proširivanju značaja aromaterapije, koja je osnova svega. Najinteresantniji deo istraživanja i unapređenja aromaterapije biće razvijanje prirodnih anti-ageing seruma za lice, a kad se to desi - kaže Fiona - svet će krenuti u traganje za novim trendovima koji će otvoriti neka druga pitanja. Suština je da čovek bude zadovoljan, ali kako čovekovo traganje za boljim nikada neće prestati, prostor za nove mogućnosti u spa i wellness industriji stalno je otvoren.

Priredila: Dejana Uskoković



BOJAMA I SVETLOM

do blagostanja duha i tela

Dok su ljudi nekada putovali isključivo da bi uživali u suncu, moru i pesku, kulturnim znamenitostima i prirodnim lepotama, danas je situacija drugačija. Ljudi se raduju putovanju kao jednoj vrsti avanture i šanse da se podmlade i oslobode od stresa. Kako sve više i više ljudi vodi računa o svom zdravlju, nije začuđujuća činjenica da žele da to priušte sebi i tokom putovanja. Zdravstveni i tretmani lečenja možda mogu biti jedan od značajnijih usluga koje potrošači koriste, jer za razliku od drugih usluga, kvalitet života dobija na snazi. U vreme napretka industrije, kada zdravstvene ustanove se nose sa izazovima u vidu konkurencije i potrošača koji su u potrazi za boljim i zdravijim životom, koji je bolji način nego da se inovativna rešenja poput svetlosti i boja koristi upravo u svrhe lečenja. Verovanje da se svetla i boje koriste u svrhu lečenja nije novo. Pre pojave lekova, doktori su koristili lekovita svojstva sunca kako bi poboljšali zdravlje, kako fizičko tako i mentalno. Mnoge kulture su prepoznale potencijal lečenja svetlom i suncem. U antičkom Egiptu, Grčkoj i drugim kulturama su stvoreni značajni pomaci kad je reč o ovoj metodi. Egipćani su gradili hramove i u njima su se vršila lečenja bojama. Oni koji su bili "bolesni", dobijali su terapiju u sobi i to bojom koja im je prethodno propisana. Antički Grci su bili prvi koji su doku-

mentovali teoriju i praksu solarne terapije. Heliopolis, grčki grad sunca, bio je poznat po svojim lekovitim hramovima gde se sunčeva svetlost razlagala na spektar boja i svaka od njih je korišćena za lečenje određenih medicinskih problema. Kinezi su se takođe oslanjali na boje i njihovo značenje. Boja je smatrana za kosmičku energiju čija oblikuje energiju i sudbinu, dok se u sanskritskim spisima pominjao termin čakre kao sistem tj. set sedam nevidljivih energetskih centara koji oživljavaju čovekovo fizičko, mentalno, emocionalno i duhovno telo. Svaka od čakri ima svoju boju i kada se deluje na osobu određenom bojom, tada se čakre takoreći "otvaraju", što čini ljude da se osećaju zdravije i u ravnoteži sa sobom.

Modaliteti lečenja bojama i svetlom mogu biti različiti. Laserska akupunktura (tehnika akupunkture korišćenjem svetlosnih snopova umesto igala), optometrija (sistem kreiranja ravnoteže autonomnog nervnog sistema), jednobojna svetlosna kupola (uređaj koji se koristi za rebalans telesne energije i lečenje depresije i drugih oboljenja izazvanih stresom) i inkorporiranje različitih led dioda u sisteme što utiče na nestanak ožiljaka koji nastaju od dijabetesa samo su neke od tehnika koje se koriste. Iako su arhitekta i dizajneri enterijera počeli da koriste koncept boja i svetla kao elemenata koji pozitivno deluju na lečenje, čini se



Although architects and designers began to use the concepts of colour and light as the elements that have positive effects in treatments, it seems that one step further in implementing this concept went hoteliers, not only implementing subtly lights and colours in room decorations, other hotels spaces and in spa and wellness centres, but also using lights and colours in treatments. Colours have been used for treatments since ancient times, and today are used as a form of psychotherapy. Every colour has its frequency and wavelength and has the effect on creating vibrations in human body that contribute to the feeling of harmony and balance.

da su u primenivanju ovog koncepta korak dalje otišli hotelijeri, implementirajući na jedan suptilan način svetla i boje u dizajn soba i prostorija u hotelu, spa i wellness centara, ali i da ih koriste prilikom tretmana.

„NETRADICIONALNI“ TRETMAN

U wellness centru Fitodar, hotela Opava u Češkoj, goste savetuju na sledeći način: „*Opustite svoj duh i telo u wellness centru nakon napornog dana. Osećaćete se svežije, opuštenije i bićete puni energije narednog dana*“. Pored dve saune (finske i parne), udobne hidromasažne kade, hidroterapije, tu su i tretmani tj. terapije svetlima u boji.

- BOJAMA DO WELLNESS-A

Otkriveno je da boje utiču na čovekovo raspoloženje, njihovu percepciju temperature i vremena kao i njihovu sposobnost da se koncentrišu – u suštini na celokupnu ljudsku psihu. Efekti boja na ljudsko telo su i dokazani pomoću istraživanja i praksi koje pomažu da se odabere na pravi način specifičan vid relaksacije i terapijskih tretmana kao i kombinacija boja koja će biti korišćena. Sobe za relaksaciju u ovom wellness centru se različito osvetljavaju u zavisnosti kakav se efekat želi ostvariti, recimo, ako osoba ima problema sa nesanicom tada se soba osvetljava hladnim, umirujućim bojama poput plave, zelene i ljubičaste, a ako osoba ima problem sa depresijom, tu nastupaju vedre boje, narandžasta i žuta.

OAZA ZDRAVLJA I WELLNESS-A

RarinJinda Wellness i Spa rizort iako nudi neizostavnu tajlandsku masažu i lekovite tretmane, opremljen je spa tehnologijom novog doba i objektima visokog

strandarda. Jedan je od vodećih na Tajlandu i ovde eksperti i terapeuti, koristeći spa proizvode i tehnologiju, omogućavaju gostima bolje zdravlje i uživanje u luksuzu u ovom spa utočištu. RarinJinda Wellness i Spa rizort pripada poznatoj grupaciji Siam Wellness Group, koja pored koncepta destinacijskog spa i wellness-a, nudi i *Let's Relax Spa, RarinJinda Wellness Spa, Siam Wellness Lab* (proizvode od prirodnih sastojaka za sve tretmane i masaže) kao i škole masaže, restorane, pa i spa centre namenjene isključivo masažama stopala.

Objekti u ovom rizortu obuhvataju topli bazen za hidroterapiju, *vichy* tuševe, hidromasažnu kadu i hromoterapiju, parno kupatilo i saunu. Specijalisti alternativne medicine i medicinske sestre su tu da pruže usluge konsultacije i savetovanja.

- PRIRODNA HROMOTERAPIJA

Sedam boja sunčevih zraka imaju različito terapijsko svojstvo. Ove boje su ljubičasta, indigo plava, plava, zelena, žuta, narandžasta i crvena i efektivno deluju na lečenje određenih bolesti. Obojene bočice sa vodom i uljima koje se izlažu sunčevim zracima na nekoliko sati i naočare u boji se koriste kao sredstva u hromoterapiji za lečenje određenih poremećaja i oporavaka od bolesti.

TRI SUNCA

Wellness centar hotela *Ragio di Luce* je dizajniran da prikaže koncept zdravlja i blagostanja i izgrađen je od materijala koji su tipični za Italiju. Korišćenje domaćih proizvoda naglašava unikatnost i jednostavnost koja karakteriše ovaj deo sveta i kulturu življenja. Talasasti oblici stvaraju osećaj mira i opuštenosti i pomažu kreiranju magičnog iskustva za duh i telo. Koriste se prirodni proizvodi (kamen, limeta, ovčja vuna, staklo i drvo, a ono što čini ovaj wellness specifičnim pored upotrebe prirodnih proizvoda i materijala su sunce i boje. Sunce je izvor svetlosti i života. Zahvaljujući toplom zračenju, ljudi su puni energije, a čitav prostor odiše toplotom i zlatnom bojom koja obasjava zidove.

- TUŠEVI NA SENZOR

Lečenje se u ovom wellness centru zasniva na principima terapija mirisima, muzikom i bojama. Boje su se koristile u svrhe lečenja još u antička vremena, a danas i kao jedan vid psihoterapije. Svaka boja ima svoju frekvenciju i talasnu dužinu, što utiče na stvaranje vibracija u čovekovom telu, čineći na taj način da se stvara osećaj harmonije i ravnoteže. Takav vid terapije gosti mogu da iskuse svakim ulaskom pod jedan od njihovih fantastičnih takozvanih *multi-sensory* tuševa koji reaguju na svaki pokret dok ih obasjavaju žuta, crvena, plava i druge boje.





BOJE I NJHOVA LEKOVITA DEJSTVA

- **Žuta** – stimuliše aktivnost duha i tela, podiže osećaj sigurnosti. Čisti kožu, uklanja toksine i smanjuje celulit. Vodi brigu o čvrstoći tkiva i zateže kožu.
- **Zelena** – efektivan protiv neuroza (stvara osećaj unutrašnjeg mira i harmonije), bolova u srcu koji su posledica stresa, zamora i nesаницe.
- **Bela** – zamena je za sunčevu svetlost u toku zime i jeseni i kompenzuje nedostatak energije. Podstiče stvaranje serotonina, hormona sreće i reguliše nervni sistem i san.
- **Narandžasta** – izaziva osećaj sigurnosti i radosti življenja i utiče na prevenciju depresije, povećava intelektualne sposobnosti, stimuliše cirkulaciju krvi i metabolizam. Pomaže i u mršavljenju.
- **Plava** – plava podstiče relaksaciju, smirenost, meditaciju, eliminiše nesanicu, glavobolje, upale grla i probleme sa zglobovima. Utiče na sposobnost povećanja koncentracije i preporučljivo je kod neuroza i osećaja anksioznosti. Čak ,štaviše smanjuje apetit i pomaže u borbi sa viškom kilograma.
- **Ljubičasta** – smiruje živce, reguliše san, stress i napetost, pomaže u lečenju rana i suzbijanju celulita i stimuliše limfne žlezde.
- **Crvena** – pomaže kod visokog krvnog pritiska, podstiče psihičko i mentalno zdravlje, senzualnost i ublažava osećaj depresije.

Katarina Ilić

Najdublji **bazen** na svetu



Zatvoreni bazen u italijanskom hotelu Terme Millepini, u blizini Padove, zvanični je Ginisov rekorder i najdublji bazen na svetu. Arhitekta Emanuele Boaretto želeo je da izgradi najbolji bazen na svetu, koji se trenutno koristi za plivanje, rekreativno i naučno ronjenje, kao i obuku ronilaca. Svi gosti hotela imaju pristup bazenu, a oni kojima se baš i ne roni do dubine od 40 m, mogu da prošetaju providnim bazenskim tunelom i da posmatraju ronioce, ili da uživaju u manjim spa bazenima.

U Švajcarskoj otvoren **prvi luksuzni hostel**

Niskobudžetna putovanja se često povezuju sa starim i prljavim hostelima, višekrevetnim sobama, trulim kupatilima, prašnjavim dušecima i stenicama u pocepanoj posteljini... Ali stvari se polako menjaju, jer je u Švajcarskoj upravo otvoren prvi luksuzni hostel za mlade na svetu, koji sadrži bazen i spa sa dve saune, sobu za relaksaciju, bogat program masaže, kao i biljno parno kupatilo. Uz bazen i dečji bazen, hostel poseduje i vodeni tobogan i fitness centar. Za 35 eura, putnici mogu da prenoće u šestokrevetnim spavaonicama, dok se dvokrevetne sobe plaćaju oko 130 eura. Hostel ima 168 kreveta i predstavlja jednu od retkih petospratnica u Švajcarskoj izgrađenih od drveta. Okružuje ga 13 planinskih vrhova (preko 4.000 m nadmorske visine), sa 45 kilometara skijaških staza.



Izvor: **Travel Magazin**



Prijatna klima, lekovita voda, zdrava hrana, različite vrste masaža ili jednostavno promena okruženja, neke su od mogućnosti kojima pribegavamo kada poželimo da napravimo predah od sve prisutnijeg turbulentnog života.

Kada nas studenti pitaju da li je velnes samo moda i hir bogatog sloja urbanog stanovništva, objašnjavamo im da se u svetu savremenog turizma pružaju mogućnosti da o putovanju i odmoru sada mislimo na potpuno drugačiji način. Koncept putovanja, koji je u svojoj suštini proaktivan, za cilj ima poboljšanje i održavanje zdravstvenog statusa, i u direktnoj je vezi sa benefitima koje ostvaruju pojedinac i društvo, u smislu smanjenja potencijalnih zdravstvenih poteškoća i troškova, u budućnosti.

Sve nam je potrebnije da što češće usporimo tempo i učinimo nešto dobro za sebe. Mnogi od nas se opredeljuju za putovanja, tražeći nove i drugačije sadržaje. Najopštije posmatrano, putovanja na kojima se prepuštamo i fizičkim i mentalnim užicima, a koja za cilj imaju očuvanje zdravlja, možemo slobodno

Velnes putovanja, **HIR ili POTREBA?**

nazvati velnes putovanjima. Ona su nekada bila luksuz, a sada su realna potreba savremenog čoveka. Takođe se mogu posmatrati kao svojevrsno ulaganje u bolji kvalitet života i savեսno razmišljanje o sebi, u bližoj i daljoj budućnosti.

Sa tim u vezi, putovanja koja podrazumevaju kombinaciju korisne fizičke aktivnosti, mentalnog zdravlja i pravilnih navika u ishrani, profilisala su mnoge savremene destinacije, ali i stručne kadrove, koji turistima pružaju sveukupni doživljaj, upotpunjen adekvatnom i profesionalnom uslugom.

Uzmemo li u obzir neosporan značaj kvalitetne edukacije stručnjaka u turizmu i činjenicu da velnes koncept ima izrazito rastući trend u svetu, neophodno ga je temeljiti i u stručnom i u naučnom smislu. Iz tog razloga, **Fakultet za sport i turizam iz Novog Sada** nudi savremene studijske programe koji budno prate svetske trendove u oblasti turizma i sporta, i svakako je jedno od mesta na kojima se mladima pruža mogućnost kompleksne edukacije u ovim oblastima, sa osvrtnom na zdravstvene aspekte putovanja i unapređenje kvaliteta života.

Romana Romanov, Ivana Mišković, Jelena Farkić

ŠUMADIJA *iz vazduha*

Kuća kralja Petra I i Mauzolej na Oplencu (2007)

Vođen idejom da objavi prvu foto-monografiju u Srbiji koja bi sadržala snimke Šumadije isključivo iz „ptičje perspektive“, fotograf Goran Kovačević je za pet godina proveo 50 sati u vazduhu, snimivši oko 10 hiljada fotografija!

- Moja zamisao bila je da napravim trajne snimke iz vazduha, koji će, upakovani u luksuznu foto-monografiju, biti svedok kulturnog nasleđa Srbije. Foto-monografija, za čijim izdavačem još uvek tragam, bila bi kapitalni poduhvat, koji bi prezentovao prirodne, privredne i kulturne potencijale naše zemlje. Zanimljivo mi je da fotografišem: gradove, trgove, parkove, hotele, prirodne lepote i kulturno-istorijske spomenike – tvrdi Kovačević, koji je 2006. godine prvi put došao na ideju da iz vazduha uslika Marićevića jarugu za potrebe monografije „Sretenje u Orašcu“.

Potom je svojim fotoaparatom iz motornog zmaja ili lakog dvosednog aviona ovekovečio osam šumadijskih opština – Arandelovac, Topolu, Kragujevac..., a onda je svom opusu dodao još dvanaest opština koje se graniče sa ovih osam u srcu Srbije.

- Na tom prostoru, kao nigde u svetu, koncentrisan je veliki broj istorijskih kompleksa – Orašac i Marićevića jaruga, Šumarice, manastiri i crkve, Ostrvica – srednjovekovno utvrđenje na istoimenom vrhu planine Rudnik, kao i brojne druge atrakcije – kazuje ovaj „leteći fotograf“ koji je sa nebeskih visina jedini fotografisao izmeštanje groblja u selu Vreoci i posledice poplava u Srbiji.

B. Bosnić



Driven by the idea to publish the first photo-book in Serbia, containing the images of Sumadija exclusively from the "bird's eye view", photograph **Goran Kovacevic** for five years spent 50 hours in the air, making around 10 thousand photographs! With the camera from a motor dragon or light two-seats aircraft captured the numerous cities, squares, parks, hotels, nature beauties and cultural-historical monuments in eight Sumadija's municipalities – Arandjelovac, Topola, Kragujevac..., and then twelve municipalities more, which border with these municipalities in the heart of Serbia.



Jezero Gareši kod Arandjelovca (2007)



Jalovište RB "Kolubara" - Lazarevac

Podvodni svet -

Jovan Petrovski, po ronilačkoj kategoriji Master Scuba Diver, veterinar po profesiji, počeo je da se bavi ronjenjem 2008, a u podvodnu fotografiju se zaljubio 2010. Već 2012. godine počinju da stižu nagrade i priznanja sa raznih takmičenja i festivala podvodnog filma i fotografija u zemlji i inostranstvu. Krajem 2012. organizuje izuzetno posećenu izložbu podvodne fotografije u beogradskoj Kinoteci, koja je trajala čak 60 dana! Već sledeće godine u Beloj Crkvi, čijih sedam jezera predstavljaju pravi raj za ljubitelje ronjenja, osniva ronilački klub „Roniti se mora“. Ribe i vodene zmije iz Vračevgajskog jezera, prebogato florom i faunom, za Jovana su inspiracija i pravi izazov.

Pehari stižu iz Slovenije i Hrvatske, a na Državnom prvenstvu u podvodnoj fotografiji na Adi Ciganliji 2013. osvaja prvo mesto u vrlo oštroj konkurenciji.

Početak ove godine Petrovski trijumfuje na online internet takmičenju u konkurenciji 50 zemalja i u generalnom plasmanu osvaja prvo mesto, pobednička fotografija „Jezerka zmija Ribarica“ osvaja prvu nagradu „Best of Show“, a nešto kasnije i treće mesto u Zagrebu na „Underwater photography Marathon-u“.

- Za jednog ronioca potrebna je dobra fizička spremnost da bi mogao da roni, a za podvodnog fotografa velika želja da pokaže taj svet koji ne može svako da vidi, a postaje dostupan svima kada to, na primer, ja zabeležim svojim aparatom „CANON12“, najboljim kompaktnim fotoaparatom – kaže Jovan Petrovski i dodaje da je podvodna fotografija veoma skup hobi, jer je ronilačka i foto oprema za podvodno snimanje preskupa. Ističe da na kvalitet fotografije najviše utiče strpljenje, pogodna dnevna svetlost i mnogo mašte. Njegova najveća želja je, kazuju uz osmeh, da roni noću i napravi fantastične noćne fotografije, ali za sada će, zbog nedostatka finansija, to ostati samo želja.

U međuvremenu, početkom oktobra na belocrkvanskim jezerima održano je Internacionavno takmičenje u podvodnoj fotografiji, čiji je domaćin bio Ronilački klub „Roniti se mora“. Još jedan izazov za Jovana Petrovskog i još osvojenih priznanja.

Natalija Vojimirović

By Jovan Petrovski

inspiracija i izazov

By Jovan Petrovski



Jovan Petrovski, Master Scuba Diver, a veterinarian by profession, began to engage in scuba diving in 2008, and fell in love with underwater photography in 2010. In 2012, he began to receive awards and recognitions from various competitions and festivals of underwater films and photography in country and abroad. A photograph that made him famous is "Jezerska zmija Ribarica". He uses the best compact camera "CANON12", and on the photo quality, he says, mostly affect patience, suitable daylight and - imagination.



By Jovan Petrovski



By Jovan Petrovski



By Jovan Petrovski

Kada razmišljate o komforu i bezbednosti ...



... razmišljajte o VingCard Elsafe i ŠPICA sistemima

Iza zatvorenih vrata nalazi se vredna imovina koju treba zaštititi. Svi gosti u hotelu treba da se osećaju bezbedno, a takođe i da znaju da je njihova vredna imovina, kao što je laptop, nakit, kamera ili druge lične stvari, isto tako bezbedna. Sa svojim sistemima za kontrolu pristupa i evidenciju prisustva ŠPICA i VingCard Elsafe u mogućnosti su da na maksimalno kvalitetan način pruže najviši stepen sigurnosti, kako gostima, tako i njihovim vrednim stvarima.

ŠPICA i VingCard osluškaju i čvrsto stoje uz svoje korisnike, prate njihove potrebe i pružaju im neophodne usluge i globalnu podršku.

VingCard Elsafe Brave

Elektronska brava je prvi kontakt gosta sa sobom u kojoj će odspeti. Značaj prvog utiska često je presudan. VingCard brave prisutne su u najboljim hotelima u čitavom svetu. Savremena brava, vrhunskog dizajna, u cilju pružanja bolje funkcionalnosti, omogućava primenu različitih tehnologija (off-line: magnetičke trake ili on-line: RFID). Bilo zbog jednostavnosti koja proizilazi iz samostalnosti elektronske brave, bilo zbog izrazite fleksibilnosti, VingCard je najbolje rešenje za hotelske sobe i recepciju. Pri tom, jednostavno i efikasno se integriše sa internim hotelskim sistemima (Property Management System). Gosti prepoznaju VingCard; zato i važi: VingCard – zvezdica više!



VingCard Elsafe Sefovi

Sefovi za ugradnju u sobama imaju najnaprednija rešenja za kontrolu upotrebe, savremeni modularni dizajn i mogućnost dogradnje naprednih tehnologija. Svaki Elsafe sef ima sertifikat koji dokazuje vrhunsku otpornost na provala ili bilo kakvo fizičko oštećenje.



ŠPICA kontrola pristupa i evidencija prisustva

Time&Space - rešenje za kontrolu pristupa i evidenciju prisustva zaposlenih efikasno se integriše sa VingCard Elsafe sistemima i zajedno sa njima čini jedinstven sistem kontrole pristupa koji se sa recepcije i gostinjskih soba proširuje na sve sadržaje hotelskog kompleksa (liftovi, wellness i Spa centri, bazeni, restorani, garaže i parking prostori).

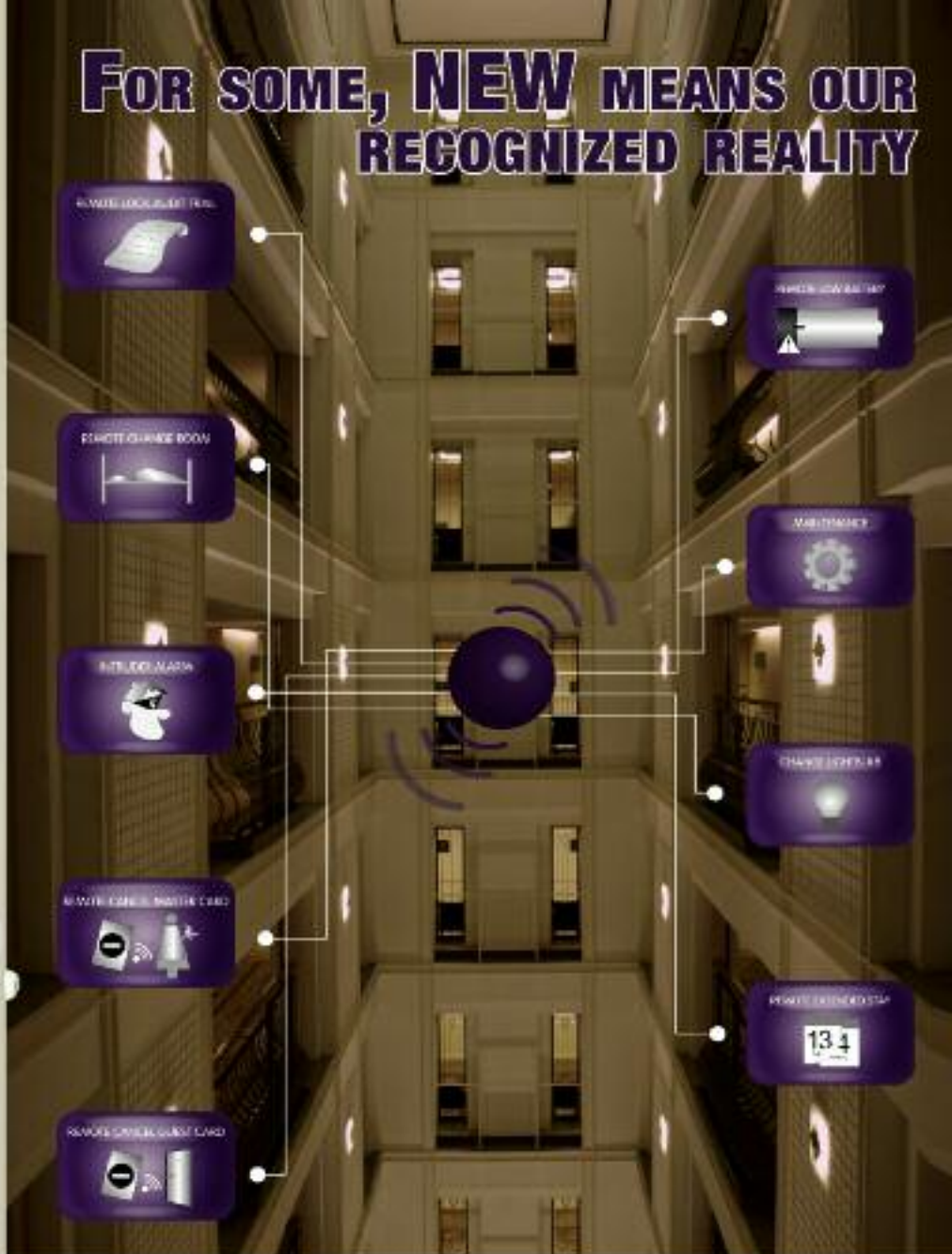
TIME&SPACE



spica - Exclusive VingCard Elsafe Distributor

ŠPICA CENTAR – 11070 Beograd, Bulevar Mihajla Pupina 165v, tel. +381 11 2225070, www.spica.rs

FOR SOME, NEW MEANS OUR RECOGNIZED REALITY



GET MORE WITH WIRELESS

Sa instalacijama u više od 20.000 soba u hotelima širom sveta, VISIONLINE by VingCard je najzastupljeniji bežični RF Online sistem elektronskih brava koji je danas dostupan. Za samo dve godine od najave VISIONLINE sistema, VingCard je hoteljerima širom sveta stavio na raspolaganje sistem za potpunu kontrolu koji se zasniva na samostalnim (standalone) elektronskim bravama koje funkcionišu u bežičnom modu na otvorenoj visoko bezbednoj Zigbee platformi.

Otkrijte zašto je VISIONLINE by VingCard **VIŠE** nego "samo" elektronska brava kroz dokazano:

Više sigurnosti i kontrole • Više usluga gostima • Više efikasnosti u hotelskom poslovanju • Više efikasnosti u poslovanju recepcije • Više efikasnosti u servisu i održavanju • I još mnogo VIŠE ...

VISIONLINE istovremeno donosi i **MANJE**... **Manje troškova za instalacije • Manje troškova za kabliranje • Manje troškova za održavanje instalacija (otvorena visoko bezbedna Zigbee platforma).**



Spica Centar d.o.o.
Bulevar Mihajla Pupina 165v
11070 Beograd
Srbija
Tel: +381 11 222 50 70
Fax: +381 11 313 31 93
www.spica.rs





“Tea is
drunk to forget the
din of the world”

Tien Yihen, Chinese 'Ming Dynasty' scholar



THE WORLD'S MOST EXCLUSIVE TEA

Pionir

Potrošači
znaju najbolje!

No. 1



Pionirove čokolade za kuvanje
No. 1 po kvalitetu u Srbiji.



Pionir

NOVO!

Ne znaš
dok ne probaš!

