

# SVET

TURISTIČKI

# SVET

JUN / SEPTEMBAR 2015 • 350din.

Prof. dr Ljiljana Kosar:  
Od **Kiča** do **KEMPa**

**Wellness**  
konsijerž

Marija i Slobodan Mičić:  
**NEIZLEČIVO**  
inficirani turizmom

zepter hotel  
**HOTEL PO MERI**  
SAVREMENOG ČOVEKA

Salih Çene:  
**PRIVILEGIJA** je  
poslovati s prijateljima

Slobodan Jolović:  
**SABOR TRUBAČA**  
fenomen koji traje!

SVET  
WELLNESS & SPA





Hotel HYATT - Beograd



**ONI SU  
ODABRALI  
NAS**

Hotel ZIRA - Beograd



Uz Alfa-Plam štednjak,  
sa najvećom retnom  
na našem tržištu i  
najkvalitetnijim ringlama,  
pripremanje hrane  
više nije obaveza već  
pravo uživanje!

**5** GODINA  
GARANCIJE

*Savršen izbor*

**ALFA PLAM**

[www.alfaplam.rs](http://www.alfaplam.rs)





## Elegantna dekorativna boja inspirisana najnovijim trendovima

TIKKURILA Luja ekstremno izdržljiva akrilna lateks boja odličan je izbor za postizanje savršenog estetskog i kvalitetnog rezultata.



U kombinaciji sa svetlosnim efektima Luja boje čak i jednostavnom prostoru daju prefinjenu eleganciju i sjaj.



Kako biste se više informisali posetite naš novootvoren **Tikkurila Kolor studio i Trening centar** (Španskih boraca 1-3, Novi Beograd, +381 11 440 7121)

Više ideja očekuje vas na našoj Facebook stranici: **Tikkurila Srbija**

TIKKURILA ZORKA d.o.o., Hajduk Veljkova bb, Šabac, Srbija | Infotel: +381 15 368 800  
www.tikkurilagroup.com/serbia | info.rs@tikkurila.com

Izdavač: "Turistički Svet" d.o.o. - Beograd  
Član ALCO GROUP

Direktor & glavni urednik: Ljiljana REBRONJA

Urednik: Biljana BOSNIĆ

Redakcija: Marija OBRADOVIĆ, Nevena  
VUČIĆ, Milica BIKIĆ, Ivana BANOVIĆ-  
ĐORĐEVIĆ, Radmila TAMINDŽIĆ

Sekretar Redakcije: Marija IVANOVIĆ

Prevodi - engleski: Marija OBRADOVIĆ

Likovni urednik: Branka MRĐEN

SPECIJALNI PRILOG WELLNES & SPA SVET

Izvršni urednik: Marija OBRADOVIĆ

Na naslovnoj strani: Amara Dolce Vita - Turska

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) - 60 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 Rebronja. - God. 1, br. 1  
(2002)- . - Beograd : Turistički svet,  
2002- (Nova Pazova : Savpo). - 27 cm

Dvomesечно

ISSN 1451-2661 = Turistički svet

COBISS.SR-ID 137991436

## Reč urednika

### Otkrijmo Srbiju!



Čim leto zakuca na vrata, svi bi negde da putuju. Svrbe nas tabani, u grudima zaigraju leptirići, budi se istraživački duh. Sve nam miriše na daleke predele koji pozivaju da ih istražimo, da u njih uronimo punim plućima...

Ali, kakva farsa: najlepši snovi se najčešće slome o teške hridi finansija. Zato je akcija koju ovog leta vodi Vlada Srbije kako bi podržala građane da ostanu u svojoj zemlji i, zahvaljujući izglasanim olakšicama, svoj odmor provedu u nekom od čarobnih krajeva Srbije za manje novca a kvalitetnije – vredna svake podrške. Samo, da je akcija planirana i započeta na vreme, i promovisana na ovogodišnjem beogradskom Sajmu turizma – na kojem se prodaju najviše aranžmana, pre svega za Grčku, u kasi države ostalo bi bar malo više para. Jer, upravo oni kojima se obraća u ovoj akciji, čine prve laste koje iz Srbije kreću za Grčku, navernije grčkom moru.

Nažalost, vernost nije vrlina većine turista, kao što ni podsticanje gostiju na lojalnost i ozbiljan trud da se ona održi, nije ni manir većine turističkih poslenika, koji turiste uglavnom posmatraju kroz prizmu profita. A da jeste, ovakva intervencija države najverovatnije ne bi ni bila potrebna. No šta je tu je i, što narod kaže: bolje ikad nego nikad.

Zato je, dok širom zemlje putuje turistički karavan „Moja Srbija“, redakcija časopisa „Turistički Svet“, idući za zvucima trube koji pozivaju na 55. sabor trubača u Guči, od 3. do 9. avgusta, zakucala na vrata opštine Lučani, dobro poznatoj po vojnoj industriji, ali ne i po turizmu. Za samo jedan dan otkrili smo novu vasionu, u sinergiji prirodnih lepota ovog kraja i duhovnosti koja prožima svaki njegov kutak, i stvara snažno polje dobre energije, zahvaljujući kojoj sve ovo traje u vekove, pa i svetinje i mesta zbog kojih u Dragačevo vredi doći ne samo za vreme Sabora. Pre svega, zbog ljudi - toplih, gostoljubivih, koji, kao i svi koji uzrastu na svetom mestu, u genima kao amanet nose milenijumsku tajnu: da je u davanju tajna šifra i sreće i trajanja, koja se deljenjem umnožava!

*Biljana Rebronja*



STOTEX

Zdravka Jekića 125  
22305 Stari Banovci  
Tel: 022/352-510

www.stotex.rs, office@stotex.rs

Vodeći proizvođač kućnog tekstila i hotelskog  
tekstilnog programa vrhunskog kvaliteta.

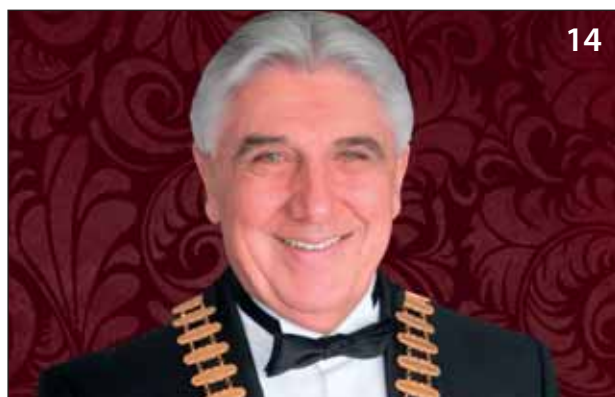


Ul. Dragiše Brasovana 1, Bežanijska kosa  
Tel. 011/227-3479; 063/245-047

www.washcenter.co.rs; info@washcenter.co.rs

Wash centar perionica veša,  
na prvom mestu kvalitet.  
Pozovite nas i uverite se!





14

Salih Ćene: Privilegija je poslovati s prijateljima



18

Za turizam bez granica



22

Slovačka – zemlja zamkova i lekovitih izvora



Jun / Septembar 2015.  
Godina XIII, Broj 72

Fotografija na naslovnoj strani:  
Hotel "Zepter" - Beograd

- 7208 Info servis
- 7210 Ekspertska konferencija Dotcomhotel
- 7212 Vremeplov do Dinosvill-a
- 7230 Hotel po meri savremenog čoveka
- 7244 Sabor trubača fenomen koji traje!
- 7239 Gradski hotel na vodi
- 7248 Od balkanskog Jerusalima, do makedonskog Sv. Stefana!?
- 7252 Putovanje - san koji se ostvaruje
- 7256 Pačvork na reci Težo
- 7260 Egzotična razglednica sa Kariba
- 7262 Za sreću je potreban jedan frajer i – bidermajer!
- 7268 Svadba za maštanje
- 7270 Egzotika koja prkosi stereotipima
- 7274 Sudbonosno da - u Vrnjačkoj Banji
- 7275 Lipe listaju, ruže cvetaju, a devojke se udaju u junu...
- 7280 Velika četvorka ponovo u Francuskoj 7
- 7282 Hotelijeri uspešno obavili „nemoguću misiju“!
- 7284 Od KIČa do KEMPa
- 7288 Oslobođanje od kiča
- 7290 Do novog izgleda brzo i jednostavno!
- 7294 Dobitna kombinacija za sve
- 7296 ASSA ABLOY's Mobile Access Solution
- 72100 Svetski dan wellness-a – 13. jun!
- 72100 „Wellness & Spa Svet“ dobio stručnu podršku
- 72101 Elitni događaj sa više od 900 kardiologa!
- 72102 Izvor zabave za celu porodicu
- 72104 Bazeni - privlače goste, ali odvlače novac?!
- 72106 Wellness vesti
- 72107 Anđeoski dodir vode
- 72108 Uživanje sa zdravstvenim benefitom
- 72110 Inspirium: Planina priča...
- 72112 Sve čari "leisure" turizma na turskom primorju
- 72116 Wellness konsijerž



Marija i Slobodan Mičić: Neizlečivo inficirani turizmom



Vesna Stambolić: Bogatstvo Lučana su - ljudi!



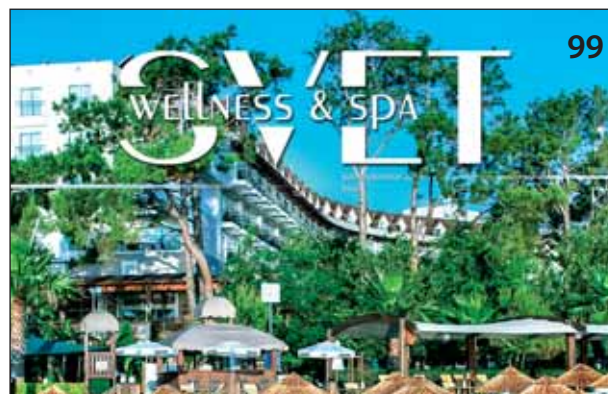
Ohrid - Prestonica kulture i pravoslavlja



Đorđe Vajfert: Velikan koji je promenio i proslavio Srbiju



Nezaboravni koktel ljubavi, luksuza i egzotike





## MONA obeležila 10 godina rada u hotelijerstvu



**P**reduzeća Mona i Mona hotel management (MHM) obeležili 10 godina poslovanja u hotelijerstvu i svečano otvorili novi wellness centar Inspirium, jedinstven u regionu.

Da sve ide po protokolu tu je bio Vanja Bulić koji je vodio program, a za atmosferu je bio zadužen bend Vivo, na čelu sa prelepom Mirnom Radulović, pobednicom Prvog glasa Srbije.

„Tokom desetogodišnjeg poslovanja, uložili smo oko 19 miliona evra, kako u kupovinu objekata, tako i u njihovo renoviranje. Danas se u našem vlasništvu nalaze 4 objekta: Hotel Zlatibor Mona na Zlatiboru, hotel Argo u Beogradu, hotel Javor na Javoru i Vila Bella u Budvi. Nimalo nije bilo lako pozicionirati sve te objekte na tržištu, ali se isplatilo, što potvrđuje prosečna popunjenost od 70%.“ rekao je Đorđe Momirović, generalni direktor i vlasnik MONA d.o.o.

Poslednja investicija od 600.000 evra uložena je u renoviranje i stvaranje novog wellness centra Inspirium u okviru hotela Zlatibor MONA.

“ Vizija Mona hotel managementa d.o.o. (MHM) jeste da stvara novi hotelijerski imidž Srbije, zemlje koja ima i može da pruži mnogo, kako domaćim, tako i inostranim turistima. Srbija mora biti zemlja dobrih hotelijera i visokih standarda, zemlja odlične turističke ponude!” rekao je Ivan Vitorović, izvršni direktor MHM d.o.o.

## Belgrade Art Hotel - 5 godina posle

**T**ačno 1. juna, na dan kada je pre pet godina otvoren, Belgrade Art Hotel – BAH obeležio je ovaj jubilej u krugu kolega, poslovnih prijatelja i partnera. Za pet godina, kako je istaknuto, ovaj moderan dizajn hotel u epicentru grada, u glavnoj pešačkoj zoni - Knez Mihailovoj ulici, ostvario je više od 84.000 noćenja i ugostio više od 34.000 zadovoljnih gostiju, prateći svetske trendove i investirajući u hotel, ne bi li ispunili očekivanja gostiju i klijenata. Pre svega onih koji čije su preferencije u kombinaciji vrhunske hotelske usluge i umetničkog dizajna enterijera. Ovaj dizajn, čiji je svaki detalj osmislila dizajnerska kuća Berni iz Firence, upotpunjuju slike i skulpture mladih umetnika iz Srbije, dela koja se mogu kupiti i poneti za uspomenu.

Hotel BAH, inače, ima 50 soba i 5 apartmana, dve moderno opremljene konferencijske sale, restoran i bar na prvom spratu s panoramskim pogledom na Knez Mihailovu ulicu, restoran za doručak i Avgustin Waffle & Ice bar, na samom ulazu u hotel, gde se služe autentične belgijske vafle i domaći sladoled.



## "Envoy" – novi hotel u Beogradu

U Beogradu, u Čika Ljubinoj 13, otvoren je novi hotel "Envoy". Smešten je u samom centru prestonice, u rekonstruisanoj zgradi nekadašnje ambasade Australije.

Hotel zauzima devet spratova i ima 49 smeštaj-

nih jedinica. U sklopu hotela nalazi se restoran koji može da ugosti 35 ljudi, konferencijska sala sa 45 mesta, kao i fitness & spa centar sa saunom i parnim kupatilom.

"Envoy" raspolaze standard sobama i impre-

sivnom terasom koja se proteže celom dužinom s veličanstvenim pogledom na Dunav.

U diplomatskom rečniku, reč "envoy" označava specijalnog izaslanika, diplomatu sa posebnom misijom.



# Nova City Hotel *Signature Collection*



Beograd je postao bogatiji za još jedan ljupki butik hotel sa četiri zvezdice: Nova City Hotel Signature Collection, otvoren u maju ove godine, na samo 2 kilometra od centra grada i 19 km od aerodroma. Hotel elegantnog dizajna zavodi ambijentom, dok 17 prostranih, komfortnih soba, jedinstvenih i automatizovanih - može da zadovolji i najviše standarde gostiju.

Ljubazno osoblje recepcije na usluzi je 24 časa, kao i besplatan, ograđen parking i brz bežični internet. Velike sobe i apartmani, sobe sa terasom, mini bar, sef za laptop, kafa i čaj u sobi, LCD televizor, kablovski kanali, fitness centar, opremljen prostor za konferencije i sastanke, biznis centar, bar, švedski sto za doručak koji se služi od 6 h do 10:30 svaki dan (ili od 5 h po zahtevu gosta) - samo su neki od elemenata sadržaja koji ovaj hotel čine upravo po meri poslovnih ljudi.

[www.novacityhotel.rs](http://www.novacityhotel.rs)

## Novi hotelski brend u Beogradu: **Holiday Inn Express**

Još jedan predstavnik porodice InterContinental - Holiday Inn Express Belgrade - City otvara svoja vrata gostima u julu ove godine. Idealno lociran u starom delu Beograda, na svega 10 minuta hoda od istorijskog centra grada i lakim pristupom gradskom saobraćaju, novi hotel Holiday Inn Express, nudi usluge modernog smeštajnog objekta srednje klase, uz pristupačne cene.

Jednostavne linije, tople boje, perfektna udobnosti i visoki standardi čine ga klasičnim city hotelom, posebno pogodnim za biznis goste i kraći boravak.

Hotel raspolaže sa 123 savremeno opremljene sobe, u kojima je za potpuni komfor obezbeđen i radni sto, klima uređaj, televizor sa internacionalnim kanalima i Air Play opremom, sef, aparat

za kafu, kablovski internet... Sve sobe su namenjene nepušačima, a tri su dizajnirane za boravak osoba sa posebnim potrebama. Ceo objekat pokriven je besplatnim bežičnim internet pristupom, međunarodni pozivi su takođe besplatni, gostima je na raspolaganju veliki broj usluga i podzemna garaža uz najavu, a dobrodošli su i mali kućni ljubimci...

Klasična rezervacija uključuje prenočište i doručak na bazi švedskog stola. U hotelu se za prijatan boravak preporučuje i Ruzvelt bar, sa širokom ponudom pića, napitaka i snek obroka. Poslovni korisnici u Holiday Inn Express-u mogu koristiti multifunkcionalnu konferencijsku salu sa kompletnom opremom kapaciteta do 70 osoba i usluge biznis centra.

*Stay simple. Smart. Spot on.*



# Ekspertska konferencija

# dot.com hotel

Treća Dotcomhotel Hospitality E-Commerce & Revenue Management konferencija u ovoj godini, okupiće od 30. juna do 1. jula u hotelu *Crowne Plaza* u

tacije, mobilnih aplikacija, a oni dolaze iz poznatih hotelijerskih kompanija: „HRS“, „Sabre“, „PriceMatch“, „HQPlus“, „TravelClick“, „IdeaS“, „Infor“, „Opensmjle“ i „Cross-Tinental“.

Neki od ključnih predavanja odnose se na to kako nezavisni hoteli treba da reaguju na ujedinjenje online rezervacionih sistema i sajtova: *Expedia* i *Orbitz*, *Booking.com* i *Buuteeq*, govoreći se o novim dimenzijama prihoda i prodaje „The ReveNEW“, biće predstavljene dodatne mogućnosti za prodaju i post rezervacioni marketing, predstavnik kompanije „Flip.to“ ohrabriće hotelijere da njihovi gosti promovišu hotele, otkriće se i strategije za nastup na društvenim medijima i vizuelni *storytelling*, kao i najbolji način da hotelijeri pronađu poslovne goste putem interneta.

Časopis „Turistički Svet“, koji je već drugu godinu uzastopno medijski sponzor ovog događaja za hotelsku industriju, poziva vas da svakako uzmete učešće na ovoj konferenciji, koja definitivno donosi mnogo zanimljivih, praktično korisnih znanja i alata bez kojih danas, u sve ozbiljnijoj tržišnoj utakmici naprosto nije moguće ni poslovati ni opstati. Više o samoj konferenciji, kao i prijave:

[www.dotcomhotel.eu](http://www.dotcomhotel.eu)



Beogradu, eksperte iz oblasti hotelijerstva, koji će pričati o važnim temama kao što su: budućnost hotelske meta pretrage, današnji izazovi u optimizaciji mehanizama pretraživanja, marketing brend reputacija u hotelijerstvu, hotelske aplikacije za mobilne telefone itd. Sa fokusom na tržište istočne Evrope, Dotcom konferencija je namenjena profesionalcima iz oblasti e-poslovanja, menadžerima prihoda, kao i generalnim direktorima, menadžerima prodaje i marketinga, distribucije i administratorima aktivnosti na društvenim mrežama u hotelskoj i turističkoj industriji.

Organizator Dotcom konferencije, češka kompanija „Smart H.E.R.O“, koja se bavi hotelskim konsaltingom u oblastima, kao što su prodaja & marketing, menadžment prihoda i distribucije i e-poslovanje, obezbedio je predavače koji su eksperti u oblasti hotelske distribucije, menadžmenta prihoda, društvenih medija, brend repu-

HOSPITALITY E-COMMERCE & REVENUE MANAGEMENT CONFERENCES

dot.com hotel

Companies, which trusted us between 2012 and 2014:

PARTICIPANTS



## „Alfa-Plam“ dvostruki dobitnik priznanja „Najbolje iz Srbije“

Na svečanosti povodom 11. akcije „Najbolje iz Srbije 2014“, koju tradicionalno organizuju Privredna komora Srbije, Ministarstvo trgovine i list „Privredni pregled“, jedan od 24 najboljih brendova na tržištu Srbije je i kompanija „Alfa-Plam“!

Među dobitnicima, „Alfa-Plam“ je jedina kompanija koja je osvojila čak dva priznanja i to: „Najbolji izvoznik“ i „Uvođenje novog brenda – Commo“. Podsećamo da je ova kompanija i prošle godine bila dobitnik priznanja za Najbolji korporativni brend u Srbiji za 2013. godinu.



U ime kompanije „Alfa-Plam“, priznanja su primili Dragi Stojanović – rukovodilac radne jedinice Montaža i Dragan Stojanović – transportni radnik, vozač viljuškara u radnoj jedinici Zavarivanje i bravarsko-linarski poslovi, a u skladu sa novinom koju je Privredna komora Srbije uvela od ove godine – da se priznanja uručuju izabranim radnicima.

- „Alfa-Plam“ je među pet najvećih proizvođača grejnih tela u Evropi, tako da priznanje „najbolji izvoznik“ predstavlja logičan sled dosadašnjih poslovnih aktivnosti, ali su svi zaposleni istinski srećni što je peć „Commo“ proglašena za najbolji novi proizvod koji se pojavio na tržištu Srbije u prethodnoj godini. To je potvrda da samo dobar timski rad dovodi do vrhunskog rezultata. U ovogodišnjem sloganu manifestacije „Najbolje je u ljudima“ prepoznali smo i sopstvene vrednosti koje gradimo u našoj kompaniji – poručio je Goran Kostić, generalni direktor „Alfa-Plam“.

## Promotivna kampanja i vaučeri za letovanje u Srbiji

Promocija letnje turističke ponude Srbije domaćim gostima u vidu karavana "Moja Srbija", počela je 12. juna sa dva paralelna događaja u Beogradu i Užicu. Tokom mesec dana, karavan će proći kroz 10 najvećih gradova u Srbiji: Beograd, Novi Sad, Niš, Kragujevac, Suboticu, Kraljevo, Čačak, Užice, Leskovac i Novi Pazar.

Ovom kampanjom, Turistička organizacija Srbije poziva domaće goste da svoj letnji odmor ili njegov deo provedu na destinacijama širom Srbije.

Cilj je, kaže premijer Aleksandar Vučić, da se pokaže da Srbija ima kapacitete i sadržaje koji mogu da budu daleko bolje iskorišćeni, a da ujedno novac građana ostane u zemlji.

Tim povodom, Vlada Srbije priprema širi paket mera za razvoj turizma u Srbiji, a deo tog paketa je Uredba o olakšicama za letovanje u Srbiji u vidu vaučera u vrednosti od 5.000 dinara za plaćanje usluge smeštaja u zemlji.

Te olakšice će moći da dobiju svi penzioneri, bez ograničenja koja se odnose na visinu penzije, svi nezaposleni, korisnici tuđe nege i pomoći, i zaposleni kojima plata ne prelazi 60.000 dinara, a uslov je da građani koji dobiju vaučer provedu najmanje četiri dana na odmoru.

Vaučeri će zainteresovanim građanima biti dostavljeni poštom na kućne adrese, a moći će da ih iskoriste do novembra.

Vlada očekuje da kroz vaučere za promociju turizma potroši između 10 i 20 miliona evra, i da će se petina tog novca vratiti kroz PDV, a ostalo kroz ulaganje u nove turističke kapacitete.

Kako saznaje „Blic“, vaučeri neće važiti u turističkim objektima u Beogradu, ali ni u drugim većim gradovima u Srbiji - Novom Sadu, Nišu i Kragujevcu, jer je cilj promocija turističkih destinacija u zemlji koje nisu među "top pet".

## Sledeće godine u Guči: **hotel za trubače**

Do 56. Dragačevskog sabora trube 2016. godine, u Guči će biti izgrađen hotel sa 160 ležaja za smeštaj trubačkih orkestara koji učestvuju na Saboru, najavljeno je u Opštini Lučani.

Postojeći motel "AS" biće dograđen i preuređen u dvospratni hotel sa 28 modernih soba u koje će moći da se smeste svi takmičari. Uz to, hotel će imati i konferencijsku salu. Posle sabora hotel će služiti za

smeštaj đakčkih ekskurzija i organizovanje privrednih skupova, i biće u potpunosti u funkciji turističke ponude Dragačeva i ovog dela Srbije.

Predračunska vrednost radova je 50 miliona dinara, polovinu obezbeđuje lokalna samouprava, a drugi deo Ministarstvo trgovine turizma i telekomunikacija.

# Vremeplov do

# Dinosvill-a



Another tourist attraction unique in Serbia and the region by its scale, concept, exhibits... after five years will be officially opened to the public. It is the Natural History Center in Svilajnac Serbia, the first such scientific and educational institution whose mission is to work on the popularization of science and spread awareness about the protection of nature, which the audience will be able to visit, from June 29. The center spreads over 3,000 square meters, and one of its most attractive tourist sections is DINOSVILL - amusement park on the outdoors with Dino-exhibition that includes a unique setting with more than 20 life-size replicas of dinosaurs in their living forms and authentic environment.

Još jedna turistička atrakcija, po svemu jedinstvena u Srbiji i regionu - po razmerama objekta, konceptu, eksponatima., biće uskoro, posle pet godina, i zvanično otvorena za publiku. Reč je o Prirodnjačkom centru Srbije u Svilajncu, prvoj takvoj naučno-obrazovnoj instituciji, čija je misija da radi na popularizaciji prirodnih nauka i širenju svesti o zaštiti prirode, koji će publika moći da poseti već 29. juna, na Dan opštine Svilajnac. Ovaj centar, koji se prostire na 3.000 kvm, predstavlja spoj nauke, obrazovanja i turizma na vrlo specifičan, originalan način, dajući vetar u leđa, ne samo naučnom i obrazovnom, već i privrednom, pre svega, turističkom razvoju opštine.

#### REPLIKE DINOSAURUSA U PRIRODNOJ VELIČINI

Veliki izložbeni prostor u samom objektu sadrži tematske izložbe, na čijim postavkama su radili stručnjaci beogradskog Prirodnjačkog muzeja i Rudarsko-geološkog fakulteta Univerziteta u Beogradu. Kako je najavljeno, moći će da se vidi: Geološki vremeplov sa hronološkim

prikazom ključnih događaja u evoluciji živog sveta na planeti Zemlji, Dinosaurusi, Svet minerala i stena, Ribe južnog Jadrana, Putfosila, pre svega sisara koji su živeli na prostorima Balkana, Drvo ili život sam, Biodiverzitet i Geodiverzitet Srbije. U centralnom delu Centra izložene su skeletne replike dinosaurusu u prirodnoj veličini, a tu je i 3D bioskop sa 60 mesta u sali za konferencije.

Jedan od turistički najatraktivnijih delova Centra je, već sada, DINOSVILL – zabavni park na otvorenom sa Dino-izložbom koju čini jedinstvena postavka dinosaurusu u njihovim živim oblicima i autentičnom okruženju. U parku se nalazi više od 20 replika različitih vrsta dinosaurusu, urađenih po uzoru na originalne fosile poslednjih generacija njihovih različitih vrsta, od kojih je najveća replika Diplodokusa, visoka 11 a dugačka 20 metara. Ove replike uvezene su iz Holandije, a na njihovom postavljanju radio je holandskih tim stručnjaka sa svetski poznatim paleontologom Artom Valenom.

#### SILAZAK U „SREDIŠTE ZEMLJE“

Osim dinosaurusu, sadržaj Dino-parka obogaćuje rekonstrukcija mezozojskog biljnog sveta, kao i model visine oko 10 metara jednog od najpoznatijih aktivnih vulkana Svete Jelene (SAD), kroz koji će posetioci moći da sidu u "središte Zemlje".

A na njenoj površini, na obodu Dino-parka odrasli će moći da predahnu u kafe-restoranu, dok je za najmlađe osmišljen kutak sa igraonicama, koje su koncipirane tako da budu u ulozi istraživača i naučnika i da kroz igru uđu u složeni svet nauke. U parku je smeštena i suvenirnica sa bogatom „dino“ ponudom koja prati tematiku parka, u kojoj će dominirati maskota diplodokusa Svivi, zaštitni znak i ovog parka i centra.

Inače, Prirodnjački centar Srbije izgrađen je na najfrekventnijem turističkom pravcu, na samo 6 km od auto-puta E 75, a pored regionalnog puta Markovac-Svilajnac-Despotovac, u neposrednoj blizini kompleksa Sportsko-turističkog centra, na samo 110 km od Beograda.



## „Square Nine“ dobitnik polja na „Monopol Srbija“ karti

Samo par zemalja u svetu ima sopstveno izdanje „Monopola“: Sjedinjene Američke Države, Italija, Velika Britanija, a ovom povlašćenom klubu pridružice se i Srbija. Tim povodom, nedavno je otkriveno prvo polje na tabli „Monopol Srbija“ - polje hotela „Square Nine“.

- „Square Nine“ je jedino za sada poznato polje, u najskupljoj sekciji igre, a za zvanično otkrivanje ostalih 22 polja čekaće se novembar – rekao je Piter Griffin,

direktor za Evropu, Bliski Istok i Afriku kompanije „Winning moves“.

Od najave dolaska „Monopola“ u Srbiju, 1. aprila 2015. usledio je neverovatan odziv javnosti, sa velikim brojem sugestija šta je to što bi trebalo da predstavlja zemlju na pravi način u ovoj igri. Hiljade glasova je stiglo širom zemlje, a dodatnu pažnju izazvala je najava da će biti uvedene unikatne figurice koje reprezentuju Srbiju i njenu autentičnost.



## „Constantine The Great“ - hotel u kom se osećate kao kod kuće



Novi, savremeni hotel sa 4 superior zvezdice, smešten u samom srcu Beograda, nedavno je otvorio svoja vrata za predstavnike medija.

Naš poznati glumac Miloš Biković zajedno je sa domaćinima predstavio kapacitete ovog objekta, koji raspolaže sa 50 prostranih, luksuzno opremljenih soba površine od 25 do 57 kvm, privatnim parkingom i garažom od 17 mesta. U sklopu hotela nalazi se i restoran „Edict“ koji svojim gostima nudi bogat izbor internacionalnih i domaćih specijaliteta.

- Naša ponuda je prilagođena potrebama poslovnih ljudi, ali i turista koji žele da obiju Beograd. Najviše se ponosimo našim zaposlenima, koji teže tome da se gosti hotela osećaju kao kod svoje kuće. Zato smo našim gostima dozvolili da sa sobom pведу i svoje ljubimce – istakao je Marko Stanković, generalni direktor hotela, i dodao da se u septembru planira otvaranje spa centra, koji će se nalaziti na sedmom spratu hotela i iz kog će se pružati predivan pogled na grad.

## Pirot proglašen „Izuzetnom destinacijom Evrope 2015“ u Srbiji

Pobednik ovogodišnjeg nacionalnog konkursa za izbor „Izuzetne destinacije Evrope“ (*European Destinations of Excellence – EDEN*) je opština Pirot, dok su za prateće destinacije izabrani Sjenica i Leskovac. Konkurs je sprovela Turistička organizacija Srbije, a ove godine tema je bila „Turizam i lokalna gastronomija“.

Poseban naglasak stavljen je na proizvode sa zaštićenim geografskim poreklom. Pobednička destinacija konkurisala je sa gastronomskom ponudom koja uključuje pirotski kačkavalj,

pirotsku peglanu kobasicu, staroplaninska jela, pirotski roštilj, sarme od lipovog lista i jagnjeći čomlek.

Na konkurs je stiglo 13 prijava, kojima je obuhvaćeno ukupno 20 opština u Srbiji.

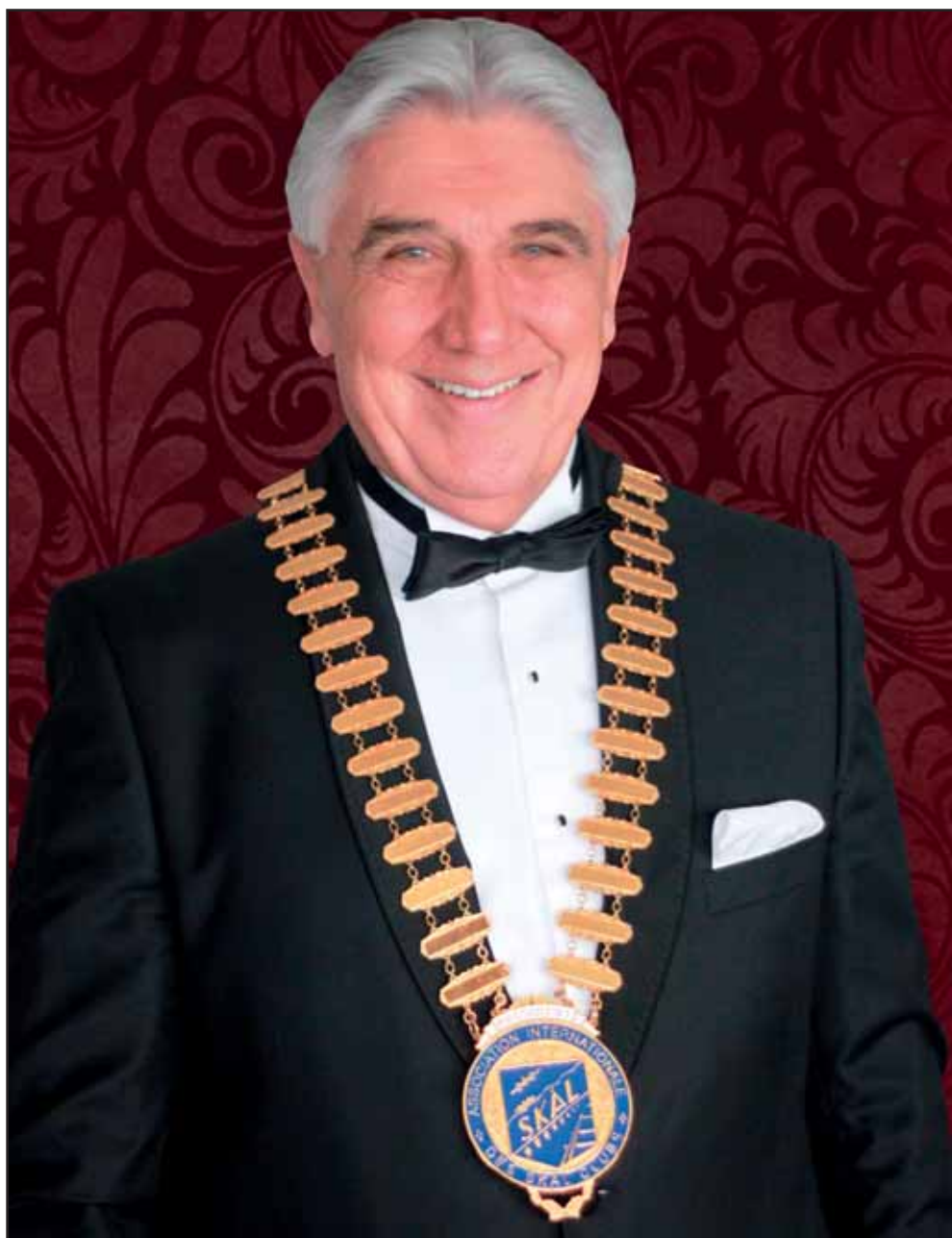
Nacionalna ceremonija dodele nagrada pobedničkoj i pratećim destinacijama biće održana u okviru proslave Svetskog dana turizma i dodele nagrade „Turistički cvet“ krajem septembra ove godine. Izabrane destinacije u Srbiji biće uvršćene u „Mrežu izuzetnih desti-



nacija Evrope“ (*EDEN Network*), čiji ciljevi su stvaranje platforme za razmenu dobrih primera iz prakse među nagrađenim destinacijama i podsticanje drugih destinacija u Evropi da usvoje modele održivog turističkog razvoja.

# Privilegija je poslovati s prijateljima

Najstarija i najveća svetska organizacija *Skål International*, inicirana još 1932. godine u Parizu, organizacija je koja okuplja lidere u turizmu. Više od 17.000 njenih članova u 80 zemalja sveta, organizovanih u 400 klubova, promovise globalni odgovorni turizam, prijateljstvo, mir, međusobno razumevanje i saradnju... To je jedina svetska organizacija koja ujedinjuje sve grane turističke industrije. U početku bila je to samo prijateljska organizacija u kojoj posao i politika nisu bili dozvoljeni. Vremenom, pod sloganom "posao među prijateljima", posao među Skålegama je postao dozvoljen i podstrekivan, sklapana su partnerstva sa drugim međunarodnim organizacijama koje imaju važnu ulogu u globalnoj turističkoj strategiji, tako da danas Skål International, kao elitna organizacija profesionalaca, ima i uticaj na turističke politike zemalja članica. Kako ističe predsednik ove organizacije **Salih Çene**, svesni da je budućnost Skål International-a na mladim liderima, jedna od najvažnijih aktivnosti organizacije ubuduće je ohrabrivanje mladih profesionalaca u turizmu i studenata, da se učlane u **Skål** i kroz edukativne programe pod nazivom „Program za buduće lidere“ spremaju za liderske pozicije u turizmu. Zahvaljujući prijateljima iz Bugarske, po čijoj preporuci smo došli do predsednika Çene-a, vrata Skål International-a otvorena su i za Srbiju.





### ELITNA MEĐUNARODNA ORGANIZACIJA

● *Gospodine Čene, vi ste predsednik Skål International, svetske asocijacije lidera u turizmu o kojoj se u Srbiji ne zna mnogo. Zato vas molim da objasnite šta je Skål International, i šta je vizija i misija vaše organizacije?*

- Skål je profesionalna organizacije lidera u turizmu širom sveta, koja promovise globalni odgovorni turizam, prijateljstvo, mir, međusobno razumevanje i saradnju... Njeni članovi, menadžeri i izvršoci u industriji, sastaju se na lokalnom, nacionalnom, regionalnom i internacionalnom novou kako bi diskutovali i istraživali teme od zajedničkog interesa. Posebno želim da istaknem da je Skål jedina međunarodna organizacija koja ujedinjuje sve grane turističke industrije.

Za vašu informaciju, Skål je najstarije i najveće udruženje u turističkoj industriji. Njegovo osnivanje inicirano je 1932. godine u Parizu i danas ima više od 17.000 članova u 80 zemalja sveta, organizovanih u 400 klubova.

Skål neguje prijateljstvo i solidarnost među članovima, uvećavanjem mogućnosti za povezivanja. Šta više, Skål podstiče i pomaže profesionalni razvoj svih članova, ali posebno mladih ljudi koji rade ili se obučavaju u turističkoj industriji.

Vizija Skål-a je "da bude pouzdani glas turističke industrije", a njegova misija da kroz liderstvo, profesionalizam i prijateljstvo radi zajednički na ostvarenju vizije, povećanju mogućnosti za povezivanje i podržava odgovornu turističku industriju.

● *Kako ste organizovani?*

- Najviši organ Skål International-a je Skupština, ali Skål International-om upravlja Izvršni odbor od šest članova, koje bira Skupština. Izvrši odbor postavlja generalnog sekretara i administrativno osoblje koje će pomagati i voditi organizaciju u smeru koji odrede Skupština i Izvršni odbor. Da bi unapredili i olakšali komunikaciju i saradnju, kao i da bi povećali ukupno poslovanje, Skål International je podeljen u tri nivoa: klub, nacionalni odbor i regionalni odbor. Postoji i konsultantsko telo savetnika - Međunarodni Skål Savet (ISC), koji predstavljaju nacionalne i regionalne odbore i pridružene klubove. Savetnici pomažu u koordinaciji povezivanju klubova koji su pod njihovom nadležnošću sa nacionalnim odborom, međunarodnim i Izvršnim odborom.

Skål neguje prijateljstvo, međusobno razumevanje, mir i solidarnost među članovima maksimizovanjem mogućnosti za povezivanja. Šta više, Skål podstiče i pomaže u profesionalnom razvoju svih članova, ali posebno mladih ljudi koji rade ili se obučavaju u turističkoj industriji.

### OSAM DEZENIJA RASTA I TRAJANJA

● *Prošle godine Skål je proslavio 80. godišnjicu. U čemu se Skål promenio tokom vremena?*

- Prvi Skål klub osnovan je 1932. godine u Parizu od strane menadžera u turističkoj industriji, nakon edukativne ture po Skandinaviji gde su odlično primljeni i ugošćeni, pa su želeli to da obeleže. Ova ideja spajanja u dobroj volji i prijateljstvu porasla je i 1934. godine oformljeno je

"Međunarodno udruženje Skål klubova" sa Florimond Volckaert-om kao prvim predsednikom, koji se smatra za "oca Skål-a". Tokom posete Skandinaviji razvilo se prijateljstvo između turističkih profesionalaca i uzeta je skandinavski reč "Skål" koja se koristi prilikom nazdravljanja, a znači: "živeli"!

Vrlo brzo organizacija je počela da raste da bi u najboljim vremenima dostigla čak 25.000 članova.

U početku bilo je to samo prijateljska organizacija u kojoj posao i politika nisu bili dozvoljeni. Ipak vremenom, sa temom "posao među prijateljima", posao među Skålegama (naziv za članove Skål-a) je postao dozvoljen i podstican, sklapano su partnerstva sa drugim globalnim organizacijama koje imaju važnu ulogu u globalnoj turističkoj strategiji, tako da danas Skål International, kao elitna organizacija profesionalaca, ima i uticaj na turističke politike zemalja članica.

● *Kao predsednik organizacije, šta biste promenili ili unapredili? Možete li predvideti budućnost udruženja?*

- Moj primarni kratkoročni cilj je da povećam broj članova otvaranjem kanala za regrutovanje, koji su bili prilično začepjeni dugo godina i da obezbedim sigurno održavanje što je godinama naš glavni izazov. Pored Projekta 2020, koji je u toku, drugi dugoročni cilj koji sam inicirao je izrada globalnog turističkog etičkog i kodeksa ponašanja između segmenta industrije. Kompletiranje ovih dokumenata može da potraje tri godine i moji naslednici treba da ga se pridržavaju bez ustupaka.

Ukoliko uspemo, ovi kratkoročni i dugoročni ciljevi će doprineti razvoju velike Skål organizacije i naši članovi širom planete biće u poziciji da postanu „Glas poverenja“ u turističkoj industriji.

### PROGRAM ZA BUDUĆE LIDERE

● *U inauguracionom govoru prošle godine, pored ostalog, pomenili ste da će akcenat vaših aktivnosti ubuduće biti na ohrabriranju mladih profesionalaca i studenta za uključivanje u Skål. Koja je vaša strategija? Kako Skål može da podrži svoje članove u: edukaciji, povezivanju, unapređenju poslovanja...?*

- Mlađa generacija će biti naša sadašnjost i budućnost, jer na njima svet ostaje. Mi pozivamo i ohrabrujemo mlade studente i profesionalce u našoj industriji da se učlane u Skål, tako što im obezbeđujemo stipendije, programe studentske razmene, pomažemo im u nalaženju posla i mogućnostima da se povezuju. Ustanovili smo edukativne programe namenjene posebno mlađoj generaciji, pod nazivom "Program za buduće lidere". Sada pokušavamo da ustanovimo Skål kao predmet teze na turističkim fakultetima i univerzitetima. Imamo među našim članovima direktore departmana i dekane fakulteta i univerziteta koji promovišu Skål kod mladih generacija.

YS - Young Skål je važna kategorija članstva u našoj organizaciji i beležimo izvanredno povećanje broja mladih članova.

Povezivanje mladih i starijih članova klubova se postiže u mnogim zemljama, i planiramo da otvorimo YS klub, kao što je Rotaracts, da



omogućimo YS članovima iskustvo vođenja i organizovanja sopstvenih klubova.

- *Promocija kroz programe nagrađivanja je veoma važan deo vaših aktivnosti. Nagrada za kvalitet u turizmu – SkåLité i Skål International Sustainable Tourism Awards program (nagrade za održivi turizam) su veoma važne za industriju. Šta je primarni kriterijum za osvajanje nagrada?*

- Skål Global Award šema su priznate u turističkoj industriji, kao i među Skålegama. Trebalo bi mi mnogo vremena da objasnim kriterijume za dodelu nagrada, ali ih možete pogledati na sajtu Skål International-a: [www.skal.org/en/skalite](http://www.skal.org/en/skalite) i [www.skal.org/en/sustainableguidelines](http://www.skal.org/en/sustainableguidelines).

- *U organizaciji Skål International-a i njenih članova mnogo je događaja, konferencija a svake godine i godišnji Skål kongres. Gde će se održati ove godine i šta će biti centralna tema?*

- Svetski kongres organizacije Skål International održava se jednom godišnje na jesen. Ove godine, održaće se u gradu Torremolinos u Španiji, gde se nalazi i naše sedište, i to krajem oktobra ili početkom novembra. Pored uobičajenih tema vezanih za turizam i Skål, glavna predavanja biće vezana za Kvantnu teoriju i istoriju Skål-a.

#### **VRATA SKÅL-A OTVORENA ZA SRBIJU**

- *Da li je moguće osnovati Skål klub i u Srbiji?*

- Ne postoje prepreke za osnivanje Skål kluba u Srbiji. Štaviše, bilo bi nam izuzetno drago da



The oldest and the world's largest organization, Skål International, initiated in 1932 in Paris, is the organization that brings together leaders in the tourism industry. More than 17,000 of its members in 80 countries, organized in 400 clubs, promote global responsible tourism, friendship, peace, mutual understanding and cooperation ... It is the only worldwide organization that unites all branches of the tourism industry. In the beginning it was just a friendly organization where business and politics were not allowed. In time, under the slogan "work among friends," business among Skålegues became permitted and encouraged and partnerships were made with other international organizations that play an important role in the global tourism strategy, so today Skål International as an elite organization of professionals, has an impact on tourism policies of the Member States. As pointed out by the president of this organization Salih Çene, aware that the future of Skål International belongs to young leaders, one of the most important activities of the organization in the future is to encourage young professionals in tourism and students to join Skål and through educational programs called "Future Leaders Program" prepare them for leadership positions in the tourism industry. Thanks to our friends from Bulgaria, at whose recommendation we come to the President Çene, Skål International doors were opened for Serbia.

Srbija postane deo Skål International-a. Siguran sam da u regionu Srbije gde se podstiče turizam, ima mnogo profesionalaca koji bi se kvalifikovali za članstvo u Skål-u. Ali bi to trebalo da iniciraju stanovnici i/ili stranci koji žive i rade u Srbiji. Može se inicirati i registrovanjem prvo za člana u kategoriji „aktivni pojedinac“, a zatim osnivanjem kluba, pošto se dostigne minimalni broj od 20 članova, koliko je potrebno da bi se klub osnovao.

Članstvo „aktivni pojedinac“ je moguće u zemljama ili regionima u kojima ne postoji Skål klub i potrebne su iste kvalifikacije kao za aktivno članstvo. Članovi „aktivni pojedinci“ biće pridruženi Skål International-u bilo direktno ili kroz nacionalni odbor gde je to moguće.

- *Šta biste poručili vašim kolegama u turističkoj industriji Srbije?*

- Želim da ih uverim da je za promovisanje turizma i istraživanje svojih turističkih potencijala, Skål International najbolja platforma, koja daje mogućnost za povezivanje i sklapanje novih prijateljstava sa najvećim profesionalcima iz celog sveta. Članovi Skål International-a već odavno znaju kakva je privilegija poslovati s prijateljima. U međusobnom poverenju je benfit koji ne možete naći ni u jednoj drugoj organizaciji ili platformi društvenih medija. Ukoliko ste i sami putnik, imaćete prijatelje u celom svetu, spremne da vam pomognu, a to je velika privilegija. Pridružite nam se!

**Ljiljana Rebronja**



# IN HOTEL

srpski brend po svetskim standardima



- 9 godina rada, unapređivanja kvaliteta usluga i stalnih ulaganja
- 9 godina vrhunske ekspertize hotelskog biznisa
- 9 godina osluškivanja potreba gostiju
- 187 moderno dizajniranih soba i savremeno opremljene konferencijske sale
- Novootvorena letnja bašta – vaše omiljeno mesto!



# Za turizam bez granica

Turistički novinari i putopisci iz više od dvadeset zemalja sveta nedavno su posetili Vojvodinu i naš glavni grad. Zadivljeni Palićem, odlučili su da ovoj destinaciji na severu Bačke dodele priznanje „Zlatna jabuka“, a beogradski hotel „Moskva“ proglase svojom „drugom kućom“. O kakvoj se međunarodnoj organizaciji radi, šta su njeni glavni ciljevi, kojim se aktivnostima bavi, ali i koje su pogodnosti članstva u organizaciji, saznali smo u razgovoru sa Tijani Haddad-om, predsednikom FIJET-a - Međunarodne federacije turističkih novinara i putopisaca.



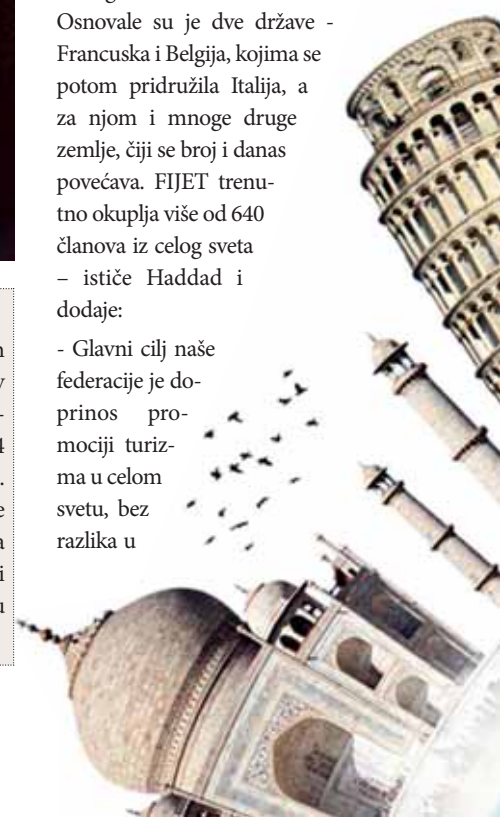
## IMPRESIVNA KARIJERA

Tijani Haddad je predsednik Međunarodne federacije turističkih novinara i putopisaca FIJET još od 1990. godine. Paralelno je, počev od 1989. godine, bio i predsednik Organizacije mediteranskih novinara i putopisaca (OMJET). Bivši je ministar turizma Tunisa (2004 - 2007), a prethodno je 10 godina bio član tunižanskog parlamenta. Pokretač je brojnih publikacija, poput časopisa „La Gazette Touristique“, nedeljnika „Hebdo Touristique“ i novina „Tunisia News“, od kojih je poslednje dve publikacije i uređivao. Haddad je i osnivač kompanije „Marina Hotels“, čiji je predsednik bio u periodu od 1997. do 2004. godine.

Srbija je sredinom maja bila domaćin sednice borda direktora Međunarodne federacije turističkih novinara i putopisaca - FIJET (*Fédération Internationale des Journalistes et Ecrivains du Tourisme*). Tim povodom, predstavnici ovog svetskog udruženja obišli su Vojvodinu, kao i Beograd. U hotelu „Moskva“, gde su održali sastanak, razgovarali smo sa predsednikom FIJET-a Tijani Haddad-om, od koga smo saznali mnogo zanimljivih podataka u vezi sa ovom organizacijom.

- Međunarodna federacija turističkih novinara i putopisaca (FIJET) proslavila je prošle godine 60. rođendan. Osnovale su je dve države - Francuska i Belgija, kojima se potom pridružila Italija, a za njom i mnoge druge zemlje, čiji se broj i danas povećava. FIJET trenutno okuplja više od 640 članova iz celog sveta - ističe Haddad i dodaje:

- Glavni cilj naše federacije je doprinos promociji turizma u celom svetu, bez razlika u





nacionalnosti, religiji, rasi, polu... Naša pažnja naročito je usmerena na promociju posebnih vrsta turizma, kao što su agrokulturni turizam, seoski turizam itd., ukratko – turizam koji može da donese dobrobit lokalnom stanovništvu. Takođe, naš cilj je očuvanje međunarodnog kulturnog nasleđa, jer verujemo da ono pripada svim ljudima – kazuje predsednik FIJET-a.

#### KONGRESI, SEDNICE I AKADEMIJA

- Svake godine održava se kongres FIJET-a, i to uvek na različitoj destinaciji, te naši članovi imaju obavezu da kroz svoje novinske članke, TV ili radio priloge promoviraju tu destinaciju. Imamo i akademiju za mlade turističke novinare, koji moraju da prođu kroz poseban trening, kako bi se upoznali sa turističkom industrijom sveta i njenim specifičnostima. Akademija se, takođe, održava svake godine u nekoj drugoj zemlji. Poslednja je bila u Tunisu, a ove godine će od 28. juna do 4. jula biti u Slovačkoj – otkriva naš sagovornik i objašnjava po kojim principima funkcioniše ova novinarska federacija:

- Svaka država-članica ima svoju nacionalnu FIJET asocijaciju i svog direktora. Bord direktora formira se od jednog predstavnika iz svake zemlje. Takođe, federacija ima svoj

#### FIJET SRBIJA

- FIJET Srbija, koji postoji od 2011. godine, uspeo je da u našoj zemlji organizuje jedan od važnijih godišnjih događaja Svetske federacije turističkih novinara i putpisaca, kao što je Sednica borda direktora, koja je okupila ljude iz 22 zemlje. Oni su, između ostalog, posetili Novi Sad, Palić, Sremsku Mitrovicu i Beograd, a nadam se da će jednog dana biti prilike i da upoznaju ostale delove Srbije, i to na FIJET kongresu, koji je znatno veći događaj i okuplja 200-300 turističkih novinara iz celog sveta – kazuje Nikola Mihajlović, generalni sekretar srpskog ogranka FIJET-a.

izvršni komitet koji je odgovoran za dnevnu politiku i formira ga 9 izabranih članova. Na našem kongresu, svake četvrtne godine biramo novi izvršni komitet. Izbori su otvoreni i demokratski, a tako se bira i predsednik FIJET-a – tvrdi Tijani Haddad, koji je na čelu ove međunarodne federacije još od 1990. godine.

#### PALIĆ – NAJBOLJA TURISTIČKA DESTINACIJA

- Veoma smo ponosni i na FIJET-ovo priznanje „Zlatna jabuka“, ustanovljeno 1970. godine, koje je ekvivalent „Oskaru“. Svake godine dodeljujemo 2 ili 3 nagrade nekoj destinaciji, gradu ili osobi za lični doprinos promociji turizma. Tokom naše posete Srbiji, obišli smo Palić i

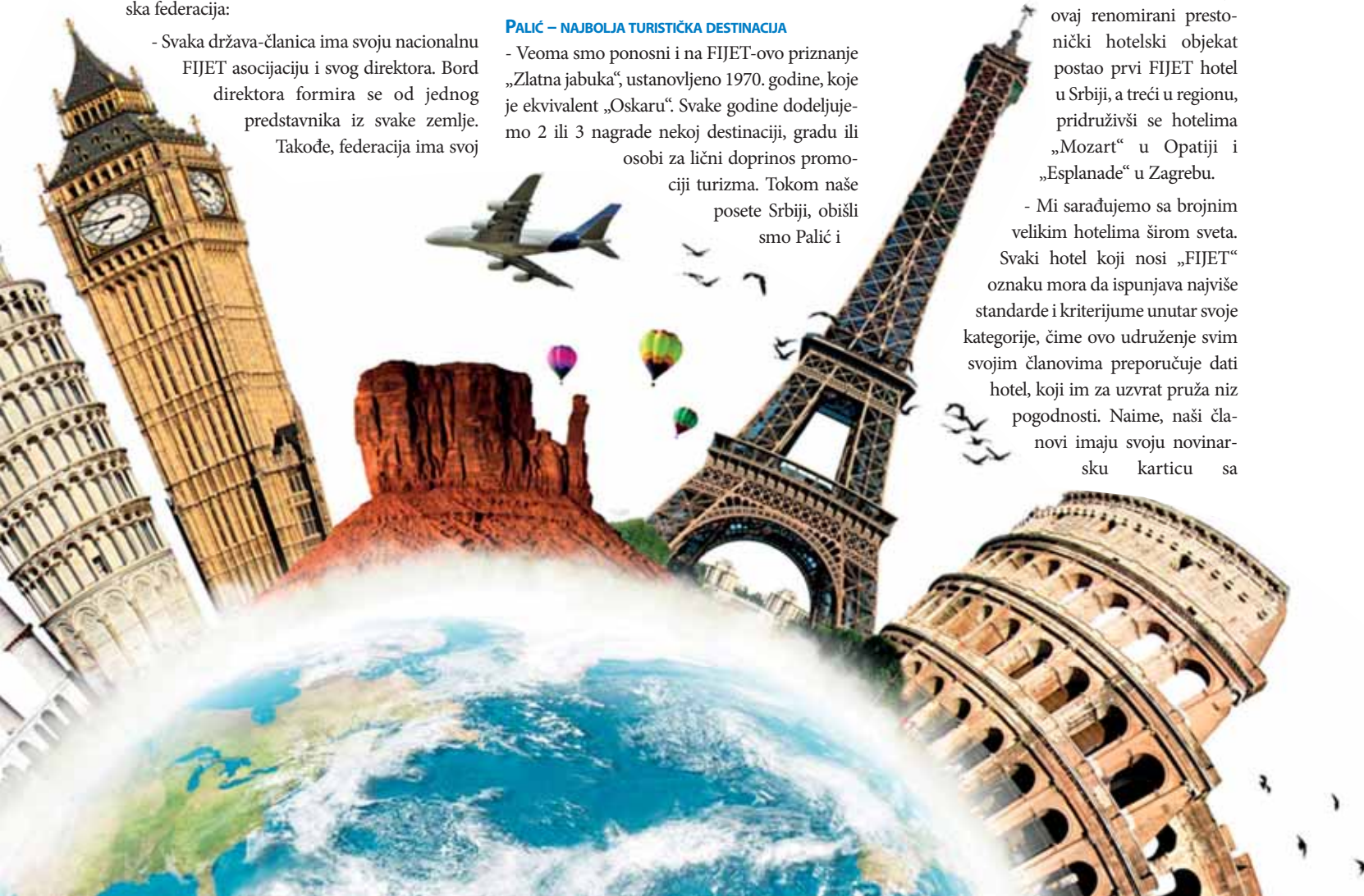
videli šta sve ima da ponudi turistima. Bili smo zadivljeni prirodnim, kulturnim i istorijskim nasleđem destinacije, te smo odlučili da našu narednu „Zlatnu jabuku“ dodelimo Paliću, i to na svečanoj ceremoniji koja će biti održana u oktobru – ističe Haddad, dodajući da će, uz Palić, ovogodišnji dobitnici biti i „Moskva“ i Dubrovnik.

Svetska federacija turističkih novinara i putpisaca ovu nagradu dodeljuje svake godine izuzetnim turističkim destinacijama, a njeni dobitnici su, između ostalih, i Opatija, Krakov, Antalija, Brno, Šarm el Šeik, Sarajevo... Kako Haddad navodi, ovo prestižno priznanje prvi put dobija neka turistička destinacija u Srbiji, i to ne bez razloga, jer Palić ove godine obeležava 170 godina turističke tradicije.

#### „MOSKVA“ – PRVI FIJET HOTEL U SRBIJI

Tokom boravka u Beogradu, predsednik FIJET-a potpisao je i sporazum o saradnji sa Jelenom Šuleić, direktorkom hotela „Moskva“, čime je ovaj renomirani prestonički hotelski objekat postao prvi FIJET hotel u Srbiji, a treći u regionu, pridruživši se hotelima „Mozart“ u Opatiji i „Esplanade“ u Zagrebu.

- Mi saradujemo sa brojnim velikim hotelima širom sveta. Svaki hotel koji nosi „FIJET“ oznaku mora da ispunjava najviše standarde i kriterijume unutar svoje kategorije, čime ovo udruženje svim svojim članovima preporučuje dati hotel, koji im za uzvrat pruža niz pogodnosti. Naime, naši članovi imaju svoju novinarsku karticu sa







In May this year, Serbia hosted the Board of Directors Meeting of the World Federation of Travel Journalists and Writers - FIJET. On this occasion, representatives of the world association visited Vojvodina, as well as Belgrade, where we talked with the president of FIJET, Mr. Tijani Haddad, who informed us more about this organization which exists for 60 years and brings together more than 640 members from all over the world. During their visit to Serbia, world travel journalists decided to give the "Golden Apple" award to Palić, and they also signed an agreement on cooperation with the Belgrade's hotel "Moskva".

„FIJET“ oznakom, i sa tom press karticom oni mogu da koriste sve pogodnosti koje im ovo udruženje pruža, uključujući popuste u prijateljskim hotelima, slobodne ulaze u muzeje, popuste na avionske karte... Mi se trudimo da našim članovima obezbedimo ove pogodnosti, jer oni svojim radom doprinose popularizaciji i razvoju turizma – objašnjava gospodin Haddad, kome ovo nije prva poseta našoj zemlji.

#### OPTIMIZAM ZA SRPSKI I TUNIŽANSKI TURIZAM

- Pre osam godina imao sam priliku da kao ministar turizma Tunisa posetim Srbiju i obidem Sajam turizma u Beogradu. Uočio sam brojne promene od tada: liberalizaciju viznog režima, novu politiku, otvorenu zemlju... Srbija danas ima mnoge pozitivne elemente za pro-

mociju turizma. Pre svega, ima priču i bogato kulturno nasleđe, koje treba promovisati i upakovati u jedinstven turistički proizvod. Takođe, Srbija ima predivna prirodna bogatstva: šume, jezera, Dunav i ostale vodene atrakcije. Za turizam su veoma važni i prijateljski nastrojeni ljudi koji znaju kako da dočekaju i ugoste turiste, a vi i to imate. Pritom, i hotelska infrastruktura je ovde sve bolja, naročito u Beogradu. Svi ovi elementi mogu se koristiti u promociji srpskog turizma, baš kao i činjenica da turisti iz susednih zemalja mogu kolima, bez korišćenja aviona, za par sati da dođu u Srbiju, što je sjajno. Treba samo malo da unapredite uslugu, ali i animaciju u određenim područjima, jer turisti,

osim odmora i edukacije, žele i noćni život, festivale, šou programe – poručuje predsednik FIJET-a, koji je optimističan i po pitanju turizma u svojoj zemlji:

- Tunis je sada pomalo umoran, jer smo ne tako davno imali teroristički napad u muzeju „Bardo“ u glavnom gradu, što se negativno odrazilo na turizam. Ali, srećom, ljudi vrlo brzo zaboravljaju. Smatram da je Tunis neophodan evropskom i mediteranskom turizmu, jer mi imamo veoma dobar proizvod, lepe plaže, prilično dobre hotele, Saharu... Vrlo sam optimističan, iako nam je potrebno izvesno vreme za povratak na scenu u punom sjaju – zaključuje Haddad.

**Biljana Bosnić**



# Hotel Belvedere®

## Hotel Belvedere®

Hotel Belvedere, 6000 Ohrid Makedonija  
Tel: +389 (0)46 277 710; +389 (0)46 277 720  
Fax: +389 (0)46 265 628  
e-mail: hotelbelvedere@t-home.mk  
www.hotelbelvedere.com.mk



На 4 км од центарот на градот, во прекрасната борова шума, во нас. Св. Стефан, на 100 м од охридскиот брег, „Белведере“ Ви дава можност да уживате во комфор, единствен амбиент и околина. Располага со 80 соби, 2 апартмани, 5 студио-соби, ресторан со 300 седишта, семинарски сали, аперитив бар, антикварница, лифт и сопствен паркинг.

Собите се климатизирани и опремени со кабелска ТВ, мини-бар, бесплатна интернет конекција, директна тел. линија, сопствен тоалет со фен, балкон.

Специјална понуда на комплексот „Белведере“ е интернационална и традиционална кујна на ресторанот „Белведере“, кој се наоѓа во срцето на градот, до брегот на Охридското Езеро.

Hotel Belvedere gives You an opportunity to enjoy the complete comfort, unique ambience and surrounding. It is located 4 km from the centre of Ohrid, in a magnificent pine wood, in St. Stephan settlement, at a distance of 100 m far from the Ohrid coast.

It has 80 rooms, 2 suites and 5 studio rooms, restaurant of 300 seats, seminar halls with flexible arrangements, aperitif bar, antique shop, elevator and own parking. Each room is air-conditioned and equipped with a cable TV, mini bar, free internet connection, own toilet with hair drier, terrace.

As a special offer of Belvedere Resort is the international and traditional cuisine of Belvedere restaurant, located in the heart of the city harbor, near the Ohrid Lake coast.





# SLOVAČKA – zemlja zamkova i lekovitih izvora



Ambasador Republike Slovačke u Beogradu Nj.E. Ján Varšo čitaocima časopisa "Turistički Svet" otkriva zemlju zamkova, bogatog kulturno-istorijskog nasleđa i raskošnog prirodnog bogatstva, koja ima skoro 1.500 termomineralnih izvora i čijih se 40% teritorije nalazi pod šumama. Zemlju koja je najveći proizvođač automobila u svetu po broju stanovnika, i koja je, između ostalog, svoju ekonomiju ojačala zahvaljujući stvaranju pogodnog ambijenta za investitore, transparentnoj legislativi, ali i evroatlantskim integracijama, zbog čega je i dobila nadimak „Tigar sa Tatri“.







Ambassador of the Slovak Republic in Belgrade HE Ján Varšo reveals to a readers of the magazine "Turistički Svet" a land of castles, rich cultural and historical heritage and rich in natural resources, which has nearly 1,500 thermal springs and whose 40% of the territory is covered by forests. A country that is the largest producer of cars per capita, and among other things, strengthened its economy thanks to the creation of a suitable environment for investors, transparent legislation, and Euro-Atlantic integration, which is why it got the nickname a "Tatra Tiger".



Slovačka stranim posetiocima nudi široke mogućnosti upoznavanja njene bogate istorije, ali i opuštanja i aktivnog odmora u vidu ruralnog i banjskog turizma. Veličanstvene Visoke i Niske Tatere, koje se prostiru u istočnom i centralnom delu Slovačke, raj su za skijaše i planinare, ali i ljubitelje slovačke gastronomije. Sastavni deo ambijenta ovih impozantnih planina su gorska jezera, od kojih je najpoznatije *Štrbské pleso*. Osim prestonice Bratislave, turisti bi svakako trebalo da posete i Košice – drugi najveći grad u Slovačkoj i evropsku prestonicu kulture 2013. godine, kao i Nacionalni park *Slovenský raj* gde se nalazi Dobšinska ledena pećina, jedna od najvećih ove vrste u Evropi – u razgovoru za "Turistički Svet" otkriva **NJ.E. Ján Varšo**, ambasador Slovačke u Beogradu, dodajući da je ovu centralno-evropsku zemlju prošle godine posetilo gotovo 3.727.710 turista, od čega je njih 11.156 bilo iz Srbije. Slovačke lekovite banje su, kako tvrdi ambasador, 2014. godine ugostile 93.412 ljudi, i njihov udeo u slovačkom turizmu iznosi 70 odsto.



#### PRIRODNA I KULTURNO-ISTORIJSKA BOGATSTVA SLOVAČKE

• *Možete li nam reći koliko Slovačka ima termalnih izvora, koje banje su najpoznatije i po čemu se odlikuju?*

- Količina, bogatstvo i hemijski sastav voda Slovačku ubrajaju među najvažnije zemlje sveta. Ona ima skoro 1.500 izvora mineralnih

i termalnih voda, od čega su 123 topla termalna izvora, sa temperaturom iznad 25 °C. Najvišu temperaturu, do 94 °C, voda dostiže u mestu Čalovo u okrugu Dunajska Streda.

Jedinstveni prirodni lekoviti izvori dostupni su našim gostima u 31 banji u 25 gradova. Tu ih očekuje profesionalna medicinska nega, udobnost, opuštanje i oporavak tela i duše,



kao i raznovrsna ponuda wellness hotela, centara i specijalizovanih odeljenja. Osim svetski poznate banje Piešťany, tu su i banje Smrdáky, Bardejov, Dudince, Rajecké Teplice, Trenčianske Teplice, Nový Smokovec, Lúčky, Brusno i mnoga druga mesta. Od mineralnih voda, najzastupljenije su ugljene, odnosno, tzv. kisele vode. Takvih izvora u Slovačkoj ima do 789, a najviši sadržaj ugljen-dioksida imaju izvori u mestu Koritnica gde je i najhladnija mineralna voda sa izvora Klement, čija temperatura iznosi samo 5 °C. Široko su rasprostranjene i sumporne mineralne vode. Svetski unikat je banja Smrdáky, koja ima jednu od najbogatijih koncentracija vodonik sulfida, ne samo u Evropi, već i u svetu, pa su upravo zbog toga voda i lekovito blato ove banje odlični za kožne bolesti.

• *Slovačka spada i među zemlje sa najvećim brojem dvoraca u svetu. Šta sve u oblasti kulturno-istorijskog turizma ova zemlja može da ponudi svojim gostima?*

- Slovačka raspolaže sa 180 romantičnih zamkova i tvrđava, kao i sa 425 istorijskih palata koje pretežno potiču iz 18. veka. U ovim predivnim istorijskim spomenicima često se održavaju i društvene priredbe.

U centru pažnje su i spomenici kulture, upisani u listu svetske kulturne baštine UNESCO, poput tvrđave *Spišský hrad* sa okolinom, grada Banská Štiavnica, sela Vlkolínec, istorijskog grada Bardejov iz regiona Šariš, drvene crkve Karpatskog luka ili grada Levoča iz regiona Spiš. Na listi prirodne baštine UNESCO nalazi se i *Slovenský kras* koji predstavlja najveću krašku oblast u srednjoj Evropi sa nekoliko pećina koje se u njemu nalaze.

Osnov za ovo kulturno-istorijsko bogatstvo bilo

je Samovo carstvo (623 – 658 godine), koje se nalazilo u slivu reke Morave, u jugozapadnoj Slovačkoj. Samovo carstvo bio je prvi pokušaj Slovena da fomiraju sopstvenu državu. Kasnije je na toj teritoriji nastala Moravska i Nitranska kneževina. Druga istorijska prekretnica bila je misija Konstantina i Metodija, koji su na poziv moravskog kneza Rastislava 862. godine, osnovali prvu visoku školu u Slovačkoj, po uzoru na konstantinopoljsku akademiju, koja je služila edukaciji sveštenika. Na tadašnji slovački preveli su sa grčkog i latinskog odabrane delove Svetog pisma i glavne tekstove crkvenog i rimskog građanskog prava. To su bili temelji slovačke istorije o kojoj bismo mogli još dugo govoriti.

### DESTINACIJA U KOJU SE TURISTI RADO VRAĆAJU

• *Koje turističke manifestacije su najpoznatije?*

- Glavni grad Slovačke, Bratislava, nudi bezbroj kulturnih i drugih manifestacija tokom cele godine, kao što su "Dani krunisanja", "Dani muzike", "Bijenale ilustracija Bratislava", "Dani džez", "Božićni sajam" i dr. U bivšem rudarskom gradu Banská Štiavnica, jednom od najlepših i najzanimljivijih slovačkih gradova, poznatom i kao "srebrni grad", svake godine se održavaju "Salamandrovi dani" na kojima se slavi bogata istorija i tradicija grada, ali i "Dani Svetog Huberta" za ljubitelje prirode i lova. Veoma su značajni i "Dani folklor" u Detvi i Vychodnoj. Među najznačajnije manifestacije spada "Pohoda" – najveći muzički festival u centralnoj Evropi na otvorenom, koji se održava svake godine u Trenčinu.

• *Iz kojih zemalja turisti najčešće posećuju Slovačku?*

- Najviše turista dolazi iz Češke, Poljske, Nemačke, Austrije i Mađarske. Na prošlogodiš-



nju sezonu uticao je konflikt između Ukrajine i Rusije i sankcije prema Rusiji, pa je stoga bilo manje posetilaca iz tih zemalja. Slovačku su, osim „tradicionalnih“ turista, prošle godine posetili i Amerikanci, Italijani, Britanci, Korejci i Izraelci. Strani, ali i domaći turisti, najčešće posećuju tri regiona: Bratislavu, Žilinu i Prešov.

Raduje nas činjenica što se većina turista u Slovačku redovno vraća, ne samo zbog odmora, već i zbog doživljaja, gastronomije, predivne prirode, ali i zbog uspostavljanja poslovnih kontakata.

Iako je Slovačku prošle godine posetilo 7,9 % manje turista nego u 2013, turisti su u ovoj zemlji potrošili za 16,1 milion evra više, i njihovi







ukupni troškovi prešli su granicu od 1,9 milijardi evra.

#### **SRPSKO-SLOVAČKO PRIJATELJSTVO**

• Slovaci su veoma ponosni na svoje sportiste. Svakako treba pomenuti trenera Novaka Đokovića, ali i hokejaše...

- Veoma nas raduju uspjesi Novaka Đokovića, jer je jedan od njegovih trenera Slovak Marián Vajda. Naravno, omiljeni sport u Slovačkoj je hokej, a veoma je popularan i fudbal. Trenutno je Slovačka u kvalifikacijama za „UEFA 2016“ u Francuskoj i vodi C- grupu. Veoma smo uspešni i u kajakaškim sportovima, a među naše velike zvezde neosporno spada i biciklista Peter Sagana.



• Slovačka je, baš kao i Srbija, kontinentalna zemlja. Možete li uporediti ove dve zemlje, i možda dati savet u čemu bi Srbija trebalo da se ugleda na Slovačku?

- Što se turizma tiče, obe zemlje spaja reka Dunav, obe imaju potencijal glavnih gradova i banja. Srbija ne obiluje tolikim planinama i ima mnogo manje skijališta, ali sigurno može i na tom polju mnogo da ponudi. Trebalo bi da se fokusira, pre svega, na kvalitet i razvoj ruralnog turizma i korišćenje kulinarskih potencijala koje Srbija ima.

• Poznato je da u Vojvodini živi značajan broj Slovaka, koji su širom sveta uspeli da proslave svoju umetnost i kulturu. Da li ste zadovoljni njihovim položajem i statusom?

- Teško je biti Slovak u sredinama gde su pripadnici naše nacionalne zajednice u manjini. Veliki doprinos u procesu obogaćivanja slovačkog blaga imaju vojvođanski Slovaci, ali i Slovaci u drugim regionima u Srbiji. Jako se ponosimo našim Slovacima u Vojvodini koji su lojalni prema Srbiji, ali su i nakon 300 godina uspeli da očuvaju slovački jezik i tradiciju. Imamo sa njima veoma blizak odnos, što je potvrdio i poklon Jána Glozika, čuvenog slikara naivne umetnosti iz Kovačice, Slovačkoj povodom 1150. godišnjice od dolaska Ćirila i Metodija. Vrlo cenimo i kulturno-umetnička društva naših Slovaka, koji na svakoj priredbi naprave prijatnu i veselu atmosferu.

#### **NAJVEĆI PROIZVOĐAČ AUTOMOBILA PO BROJU STANOVNIKA**

• Možete li nam otkriti u čemu se krije čarobna formula uspeha slovačke privrede, zbog kog je ova

zemlja prozvana "Tigrom sa Tatri"?

- „Tatranski tigar“ je međunarodni nadimak koji je Slovačka dobila zbog razvoja svoje ekonomije. Tome su doprineli mnogi faktori, ali i vlada koja podržava poslovno okruženje i automobilsku industriju. Naime, u Slovačkoj posluju značajne automobilske fabrike, kao što su *Volkswagen*, *KIA motors*, *PSA Peugeot*. U te tri fabrike u Slovačkoj 2014. godine proizvelo se više od 971.000 automobila, čime je automobilska industrija potvrdila stabilno jaku poziciju u slovačkoj ekonomiji. Slične rezultate očekujemo i ove godine. Udeo automobilske industrije u ukupnoj slovačkoj industrijskoj proizvodnji je 43%, dok slovački subdavljači za automobilske fabrike predstavljaju otprilike 40%. Slovačka je najveći proizvođač automobila po broju stanovnika u svetu i 2014. godine proizvela je 179 vozila po glavi stanovnika.


Za ekonomski razvoj zemlje je takođe neophodno razvijati politički i regulacioni ambijent gde će vladati isključivo konzistentni i transparentni zakoni koji će se i primenjivati. Ove mere će dovesti do razvoja i rasta privrede. To nam je uspelo zahvaljujući vrednom radu na unapređenju i usklađivanju legislativne, stvaranju pogodnog ambijenta za investitore, kao i zahvaljujući pristupanju Slovačke EU, NATO, odnosno, evrozoni i šengenskom prostoru.

Naposletku, mogu samo da poželim da građani Republike Srbije što pre osete pozitivni domet integracionog procesa na svoj život, kao što je to slučaj Republike Slovačke i njenih građana.

**Biljana Bosnić**



# Neizlečivo inficirani turizmom



Već četvrt veka agencija „KonTiki Travel“ plovi nemirnim turističkim vodama, obilazeći svet sa više od milion svojih zadovoljnih putnika. O toj plovidbi razgovaramo sa „kormilarima“ ovog „splava“, Slobodanom Mičićem i Marijom Škiljaicom Mičić, kojima su od početka zvezde vodilje bili višegodišnje iskustvo, ljubav prema profesiji i nepresušni entuzijazam.



**M**ogla je biti lekar, filolog, ekonomista... Ali sudbina je za Mariju Škiljaicu Mičić imala drugačiji plan. Turizmom je počela da se bavi sasvim slučajno – još kao student ekonomije, kada je u novinama pronašla oglas za turističkog vodiča i odlučila da pohađa taj kurs. Iako nikad nije razmišljala o turizmu kao profesiji, maštala je o putovanjima.

Po završetku kursa za turističke vodiče, prvo je za slovenačku agenciju „Kompas“ vodila inostrane turiste u razgledanje Beograda, a onda je došla u kontakt sa jednom od najvećih američkih turističkih agencija, za koju će raditi gotovo dve naredne decenije. U početku je američkim turistima pokazivala balkanske zemlje, a potom i Evropu.

- Jugoslavija je tada zaista bila cenjena. Doduše, Amerikanci nisu bili toliko upoznati sa situacijom, geografijom i istorijom naše zemlje. Često su mislili da je Prag njen glavni grad. Ali, kada je u pitanju bio Dubrovnik, tu nije bilo greške. Zvalo se da je to Jugoslavija i, naravno, znali su za Tita, koji je bio jedan od glavnih simbola naše zemlje. U svakom slučaju, američki turisti su bili oduševljeni Jugoslavijom i uvek su nailazili na mnogo više nego što su očekivali – priseća se naša sagovornica, koja je u zimskom periodu domaćim turistima otkrivala svet, vodeći ih na interkontinentalna putovanja preko najveće jugoslovenske agencije „Putnik“. Tu je i upoznala svog supruga Slobodana Mičića.

#### NA PUTOVANJIMA - DUŽE OD POLA VEKA

On je od malih nogu bio opčinjen svetom turizma. Već kao dečak imao je priliku da se susreće sa brojnim stranim turistima u Bledu i Opatiji, gde je sa svojom porodicom redovno provodio godišnje odmone. Kasnije je, kao srednjoškolac, odlazio na izlete i divio se poslu turističkog vodiča. Zahvaljujući majci, profesorki nemačkog, znao je i jezike, te ne iznenađuje što je svoj maturski rad na temu „Jugoslavija kao turistička zemlja“ napisao upravo na nemačkom jeziku. Na početku studija, završio je kurs za turističkog vodiča i počeo da vodi svoje prve ture. Paralelno se bavio i glumom u „Ivi Loli Ribaru“, rame uz rame sa Sekom Sablić, Draganom Nikolićem, Zoranom Radmilovićem...



#### TURISTI NEKAD I SAD

- Nekada su putnici imali više razumevanja i fleksibilnosti za neke nepredviđene situacije na putovanjima. Ljudi nisu bili opterećeni idejom da će ih agencija prevariti ili oštetiti. Danas je to češći slučaj, pa se turisti tužakaju za sve i svašta. Drugačije su bile i okolnosti, naši ljudi su previše prepatili, i to sve utiče na njihovo raspoloženje, baš kao i loša ekonomska situacija, te oni za svoj novac očekuju mnogo više nego što im realno pripada – rezimira Marija Škiljaica Mičić, i dodaje da jednu od najvećih pretnji turističkim agencijama predstavljaju samostalna bukiranja putovanja preko interneta.

- Ipak, aduti naše turističke agencije su profesionalni vodiči i ture koje obuhvataju i po nekoliko različitih zemalja! To je ono po čemu je „KonTiki“ prepoznatljiv, i po čemu se izdvaja – zaključuje naša sagovornica.

- Međutim, posao turističkog vodiča mi je oduzimao mnogo vremena, pa sam često izostajao sa proba. Nakon godinu i po dana, pozvao me je moj reditelj i rekao da treba da se odlučim čime želim da se bavim u životu. Opredelio sam se za turizam i mislim da nisam pogrešio – kazuje naš najpoznatiji globtroter, koji je obišao više od 180 zemalja sveta, a mnoge destinacije i po nekoliko puta.

#### OD „PUTNIKA“ DO „KONTIKUA“

U „Putniku“ je proveo više od 25 godina. Prvo je radio kao samostalni referent, a potom i kao rukovodilac interkontinentalnih putovanja.

- Išli smo autobusom čak do Kaira, preko Libana, Sirije... To su bile božanstvene ture, koje su trajale duže od 20 dana. U Izraelu nas je u junu 1967. godine zadesio rat, ali smo uspeali na vreme da se izvučemo – priseća se Mičić, koji je 1. septembra 1990. godine, u saradnji sa dvojicom prijatelja osnovao turističku agenciju

„KonTiki“, tada drugu privatnu turističku firmu u Jugoslaviji.

- „Putnik“ je bio velika agencija, koja je zapošljavala skoro 2.000 ljudi i imala čarter letove za Jadran iz Engleske, Holandije, Amerike... Čak je 90 odsto njegovih prihoda dolazilo od receptivnog turizma, odnosno, dolaska stranaca. Zato se raspadom Jugoslavije, raspadao i „Putnik“. Mi smo onda rešili da osnujemo svoju agenciju i opredelili se za inicijativni turizam, koji nije bio toliko razvijen – pripoveda naš poznati avanturista.

#### SA ENTUZIJAZMOM KROZ DEVEDESETE

- Već prve godine organizovali smo putovanja za Tajland, Singapur, Indoneziju... Onda kad je, zbog sankcija, naš aerodrom bio zatvoren, mi smo leteli iz Budimpešte, ili smo išli vozom do Turske i Grčke, ili autobusom do Beča, pa na zapad. Sećam se i da smo devedeset i neke godine organizovali masovno krstarenje

Volgom i Dnjeprom – otkriva predsednik turističke agencije „KonTiki“, jedinstvene po tome što svoje putnike vodi na sve kontinente i u sve zemlje sveta.

- Znae, ništa nije moglo da nas spreči. Mi smo kao mačke – uvek spremni da se dočekamo na noge. Bilo je u to vreme zaista mnogo entuzijazma a imali smo i veoma dobar kolektiv. Radilo se vrlo savեսno i kvalitetno, naš proizvod je bio odličan i zbog toga se „KonTiki“ i uzdigao – nadovezuje se Marija, direktorka interkontinentalnih putovanja, zadužena za osmišljavanje turističkih tura.

mreži ima više od 120 destinacija, od kojih su našim turistima najdraže zemalje Južne Amerike, Kina, Indija, Tajland...

### PUTOPISE EMISIJE KOJE VOLIMO

Kao kaleidoskop svih tih putovanja po šarenolikom svetu, proizašla je popularna emisija „Svet na dlanu“, baš kao i istoimeni putopisni časopis. No, sve je počelo jednom radijskom emisijom...

- Još dok sam radio u „Putniku“, pravio sam lepe i popularne radio emisije „Let u svet“. Emitovale su se na Radio Beogradu utorkom u pola pet. Sećam se dobro, pola sata su trajale i

### OKRETANJE DOMAĆEM TURIZMU

„KonTiki Travel“, udruživši snage sa agencijom „Big Blue“, nastavlja da osvaja nove horizonte i destinacije, ali se sve više fokusira i na domaći turizam.

- Uvek sam govorio: „Da mi je dok sam mlad da putujem daleko, a onda ću pod stare dane ovde u blizini, negde u okolini“. Zato „KonTiki“ organizuje i odlaske u naše banje i na planine, a apsolutni hit je krstarenje Dunavom – otkriva Sloba Mičić.

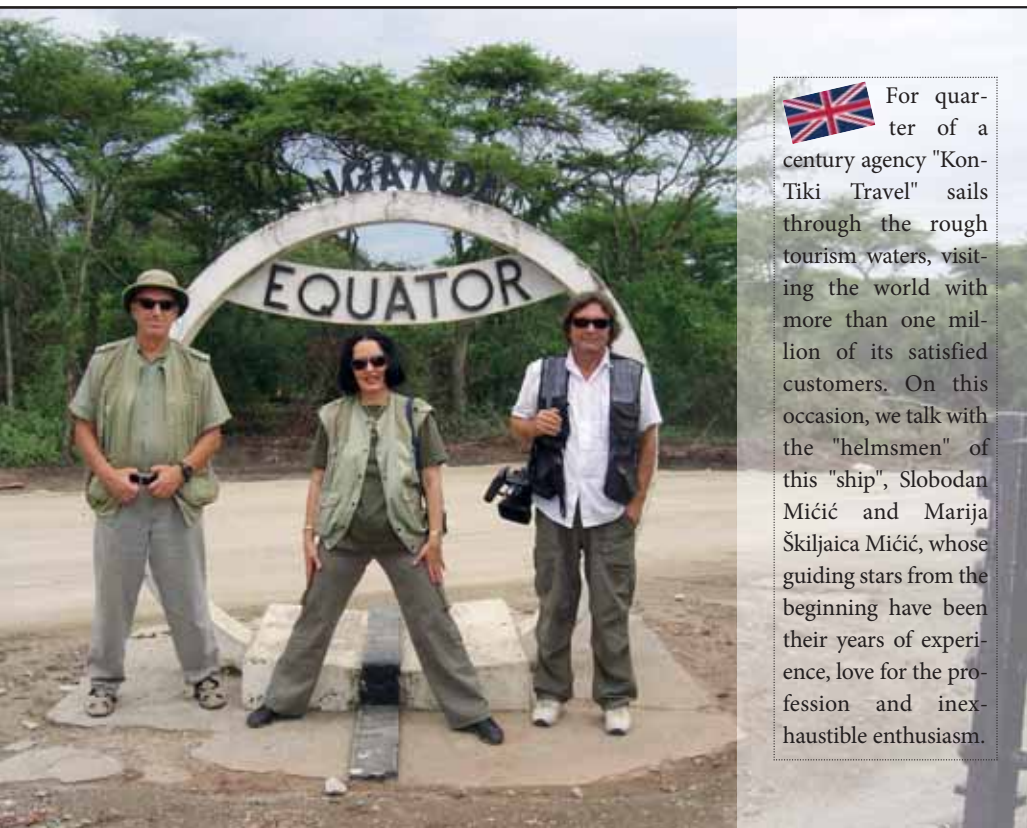
### IDEALAN SPOJ


- Glavni krivac za to je moj muž. Jednostavno me je „gurnuo“ u to. Ja sebe nisam nikada videla u nekom televizijskom radu. Međutim, on je rešio da to tako bude. Pisanje scenarija za putopisne emisije zahteva pripremu i ozbiljan istraživački rad o određenoj destinaciji, kako pre, tako i nakon putovanja. Osećam odgovornost za svaku napisanu reč, zato stalno iznova iščitavam tekst i doradujem ga. Sve je to lepo i zanimljivo, ali iziskuje mnogo vremena – iskrena je gospođa Mičić, dok njen suprug, iako ispred kamere, ima nešto ležerniju ulogu.

- Ja uvek kažem: „Marija piše, a ja sam Džon Vejn“. Pojavim se na licu mesta i improvizujem, uzmem mikrofona i govorim o onome što vidim, bez ikakve pripreme. Ili razgovaram sa ljudima koje srećem u običnom životu, na pijacama, u gradovima... To je sve moja improvizacija u kontaktu sa ljudima, a gledaoci kažu da mi to ide dobro. Tako smo nas dvoje napravili sklop dobre saradnje i zato su naše emisije popularne i gledane. Takođe, trudimo se da iz svake zemlje, bila ona bogata ili siromašna, prenesemo samo ono što je lepo, interesantno i očaravajuće, i po tome se razlikujemo od ostalih – tvrdi naš sagovornik, inače počasni konzul Islanda, koji nakon više od pola veka provedenog u turizmu, od čega čitavih 25 godina na čelu agencije „KonTiki Travel“, ima samo jednu želju: da njegovi unuci nastave ovu tradiciju.

- Moja ćerka i zet rade sa nama, a imam i unuku od 13 i unuka od 6 godina, i san mi je da i njih zainteresujem za turizam – otkriva Slobodan, dok Marija iz sopstvenog iskustva dodaje: - Treba samo da ih inficiraš virusom koji se zove turizam. To je onda neizbežno!

**Biljana Bosnić**



 For quarter of a century agency "KonTiki Travel" sails through the rough tourism waters, visiting the world with more than one million of its satisfied customers. On this occasion, we talk with the "helmsmen" of this "ship", Slobodan Mičić and Marija Škiljaica Mičić, whose guiding stars from the beginning have been their years of experience, love for the profession and inexhaustible enthusiasm.

- U početku sam radila kao vodič, a onda sam nakon bombardovanja 1999. godine počela sama da kreiram interkontinentalne trase. Ta godina je bila prekretnica u mom životu. Prvo sam kupila kompjuter, koji je za mene do tada bio bauk, obučila se za rad na njemu i krenula u avanturu. Bila je to velika promena i hrabar korak. No, s obzirom da sam toliko putovala i imam razvijenu maštu, znala sam šta je najbolje ukomponovati – otkriva naša sagovornica, zahvaljujući kojoj danas „KonTiki“ u svojoj

počinjale su tako što stjuardesa najavljuje: „Vežite se, slećemo u Rio de Žaneiro“, „Slećemo u Dar es Salam“, itd. To su bili moji novinarski počeci. Potom sam kamerom „Super 8“ snimao emisije pod nazivom „Prozor u svet“, koje su se emitovale na „Trećem kanalu“, „Politici“ i „Studiju B“, a radio sam i emisije „Od naših dopisnika“ za TV Novi Sad. Naposljetku, usledio je serijal „Svet na dlanu“, čiji scenario piše Marija – podseća Slobodan Mičić.





GARNI ★ ★ ★ ★

# HOTEL MASTER

*Novi Sad*



*5 godina sa Vama!  
Vaš hotel Master*



**Zahvaljujemo se na dosadašnjem poverenju i sa radošću vas očekujemo!**



zepter  
hotel

Kada je prošle godine otvoren Zepter Apart Hotel u samom centru Beograda, bio je to jasan signal da je hotelski biznis prepoznat kao važan segment poslovanja ili pravac razvoja za kompaniju Zepter International. Očigledno je da je to biznis u kojem se na neobičan način spajaju ne samo različita polja poslovnih interesa kompanije, već i praktično demonstrira etički kod, životna filozofija vlasnika i jedinstveni Zepter životni stil. Zato smo o suštinskim odlikama tog stila u hotelskom biznisu, kao i novom hotelskom konceptu utemeljenom na maksimalnoj brizi o zdravlju gostiju i vrhunskom kvalitetu, o sadržajima u kojima gosti mogu da uživaju i benefitima koji im pripadaju zato što koriste hotelske usluge u tako moćnom sistemu kakav je kompanija Zepter International, kao i o uticaju Zepter filozofije na hotelsku industriju - razgovarali sa **Đorđem Rašićem**, generalnim direktorom beogradskog Zepter Apart Hotela, za koga je Zepter life style, kao i za većinu zaposlenih u ovom hotelu – način na koji živi, radi i razmišlja.

# Hotel po meri savremenog čoveka



- Zepter International je već trideset godina sinonim za kvalitet, vrhunske proizvode i usluge. Od svog osnivanja, Zepter nastoji da poboljša kvalitet života ljudi širom sveta, time što će postati deo njihove svakodnevnice. Sledeći osnovne karakteristike Zepterovih proizvoda i usluga, briga o zdravlju kroz korišćenje vrhunskih proizvoda i usluga, definisana je i misija Zepter hotela. A to je da pružamo vrhunsku hotelsku i ugostiteljsku uslugu sa ciljem da gosti hotela borave i žive u zdravom ambijentu, hrane

mate, turisti, domaći i strani, ljudi koje je Beograd privukao poslom ili drugim sadržajima. Svi oni žele da žive zdravo i zato mi posebno vodimo brigu o tome. Hotel Zepter je svoj pristup našao u nudi zdravih alternativa za osnovne ljudske potrebe. Sva hrana u Zepter hotelu se priprema brzo, lako i jednostavno, bez ulja i suvišnih začina, na specijalan način koji nivo toksina u hrani svodi na minimum, uz očuvanje nutritivne vrednosti i bogatsva vitamina.

### IZ KNJIGE UTISAKA

Mark Person, gost koji je već osam puta boravio u Zepter hotelu, zapisao je:

- Moja porodica i ja koristimo Zepter posude, aparate za prečišćavanje vode i vazduha, Bioptron lampu. Neke od tih proizvoda, kao što je posude, i više od 25 godina. Moja žena često kaže: to su moji večiti proizvodi. Drago mi je da sada i ja imam svoj "večiti" Zepter hotel za boravak u Beogradu.



se zdravo. Te dve karakteristike – briga o zdravlju i vrhunski kvalitet imaju svi Zepter proizvodi, pa i Zepter hotel. To je deo našeg identiteta, ono što nas izdvaja od drugih.

#### ORIGINALAN HOTELSKI KONCEPT

• *Koncept Zepter Apart Hotela potpuno je nov, originalan i neobičan. On je oaza zdravlja u najzagađenijem delu Beograda, što je danas gotovo "science fiction". Šta je to što ovaj hotel apartmanskog tipa čini tako posebnim?*

- Gosti Zepter hotela su poslovni ljudi, diplo-

U hotelu, u restoranu Smartlife, caffeu, sobama, gostima je dostupna filtrirana voda, prečišćena posebnim sistemom koji ne troši električnu energiju i čuva životnu sredinu. Kako bi se smanjio nivo otrovnih supstanci u vazduhu koje su, od 40 do 100% prisutnije u zatvorenom prostoru, sve prostorije Zepter Hotela su opremljene Therapy Air Ion-om - inovativnim sistemom koji filtrira, prečišćava i obogaćuje vazduh negativnim jonima. Da bi se kod savremenih poslovnih ljudi podstakao proaktivan stav prema fizičkoj kondiciji i kretanju, hotel svojim

gostima nudi i fitness centar, centar za masažu, centar za svetlosnu terapiju, slanu sobu i saunu. Zgrada u kojoj se nalazi hotel je sačuvala vrednost arhitekture tog vremena, nameštaj je moderan i sveden.

#### UVEK VIŠE OD UOBIČAJENOG

• *Šta sve gosti mogu da očekuju i zahtevaju u Zepter hotelu, što drugde možda predstavlja "nemoguću misiju"? Uzgred, ko su sve gosti vašeg hotela i koliko ste fleksibilni kada su u pitanju njihovi specifični zahtevi?*

- Gosti Zepter hotela su navikli na kvalitet i

brigu. To su ljudi koji borave u najboljim hotelima u svetu, u hotelima gde se gost dobro oseća. Mnogi gosti nam kažu: "Kod vas se osećamo bolje nego u svim hotelima", a neki kažu "Bolje mi je kod vas nego kod svoje kuće", jer Zepter Hotel ima apartmane od 30 do 330 kvm. Ističu ambijent, brigu o gostu, hranu, osećaj koji imaju tokom svog boravka. Ističu i nenametljivost osoblja hotela, posebnu brigu koju, na svakom koraku osećaju. Mi se prema gostima odnosimo kao prema svojim najbližima. Znamo da su u Beograd došli zbog nekog posla ili iz privatnih razloga i želimo da im pružimo uvek više nego što je uobičajena hotelska usluga. Tako često, na zahtev gosta, recepcija Zepter hotela organizuje prevoz limuzinama od aerodroma Beograd do hotela i nazad, obezbeđuje ulaznice za odabrane predstave u Operi i teatru Madlenianum, izložbi ili nekoj drugoj kulturnoj manifestaciji, dogovaramo personalizovanu posetu izložbama i muzejima, pre svega Muzeju Zepter. Mnogi se odlučuju da učestvuju u aukcijama u Aukciskoj kući Madl'Art. Organizujemo turistički obilazak Beograda, ali i turističke ture van granica Srbije.

Posebno je zanimljivo da gosti u našem hotelu mogu da, ako to žele pripreme hranu u svojim apartmanima, sami ili uz pomoć šefa kuhinje. U Predsedničkom apartmanu koji je najveći u hotelima u regionu i njegove prostorije imaju 333 kvm, borave diplomate, poslovni ljudi sa svojim porodicama, sami stvaraju poseban ambijent i koriste maksimalni luksuz tog apartmana. Moderna kuhinja, opremljena Zepter posuđem, predivna trpezarija stvara gostima poseban osećaj. Želimo da gostima boravak u našem hotelu i Beogradu bude ugodan, zanimljiv, sadržajan, uspešan.

### MIR, ZDRAVO OKRUŽENJE I ŠOLJICA ZESPRESSO KAFE

• *Napraviti moderan dizajn hotel na sedam spratova u zgradi iz 1937. godine, bilo je sigurno pravi izazov za arhitektu Dušana Tešića i ATD tim, o čemu govori i visina investicije vredne 12 miliona evra. Definitivno, hotel je pravljen po meri savremenog čoveka, ali kojim to sadržajima raspolaže? Šta su vaši najveći aduti?*

### SA BOOKING.COM-A

"Uglađen izgled enterijera je veoma prijatan za oko. Dizajn je fantastičan, post moderni sa italijanskim mermerom. Osoblje tečno priča engleski i toliko su prijateljski nastrojeni da bi mogli da rade u Diznilendu. Apartmani su veliki i poseduju sve što je putniku potrebno. Hotel poseduje parking, a pogled na Beograd sa krova prosto obara sa nogu. Plakari su prostrani, a tuš-kabine velike. Usluga dočeka i ispraćaja na aerodrom predstavlja veliku pogodnost, hvala vam na tome! Jednom sam zakasnio na doručak i kada sam tražio sok od pomorandže napravili su mi ga na licu mesta, od svežih pomorandži. Pitao sam na recepciji za toalet, i zaposleni je ustao od stola i odveo me do samih vrata – usluga prve klase! Moja soba je bila potpuno zvučno izolovana. Nisam čuo ništa u njoj. U sobi su bili prečišćivači vode i vazduha. Potpuno me je oduševilo ovo mesto i ovog leta nameravam da dođem sa ženom i decom, eto toliko mi se dopalo!"



- Hotel Zepter se nalazi u centru grada, tamo gde je oaza zdravlja i mira najpotrebnija, u zgradi od sedam spratova koja oslikava identitet i tradiciju Beograda. Nekim gostima je posebno privlačan pogled koji imaju iz apartmana, ili sa terase Horizont. Drugima je najvažniji mir i zdravo okruženje, koje imaju u centru grada i oni rado koriste saunu, slanu sobu, centar za masažu i za svetlosnu terapiju. Među našim gostima ima i onih koji jako vrednuju aktivan život i oni izdvajaju našu fitness salu kao naš najveći adut. Ljubitelji zdrave ishrane uvek prvo primete hranu našeg restorana "SmartLife" pripremljenu u Zepter posuđu. Pošto su nam klijenti, uglavnom poslovni ljudi, diplomate, ljudi koji ostaju duže u Beogradu, nekima od njih najviše znači to što hotel ima pet-friendly deo, tako da nisu odvojeni od svojih ljubimaca. Naravno, ne treba ni zaboraviti mala svakodnevna zadovoljstva, koja savremenom poslovnom čoveku mnogo znače, kao šoljica Zespreso kafe ili čaja. Evo, jedan naš stalni gost kaže da čaj nigde nema takav ukus. A tajna je u prečišćenju vode iz Zepter aparata Edel Wasser koju hotel koristi.

• *Kako je Zepter Hotel deo sistema Zepter International, gostima se sigurno pružaju brojne mogućnosti da koriste benefite tog sistema? Šta sve mogu da očekuju?*





When Zepter Apart Hotel was opened last year in the center of Belgrade, it was a clear signal that the hotel business is recognized as an important segment of the business or the direction of the Zepter International company development. It is obvious that this is a business in which are unusually connected not only different fields of company's business interests, but also demonstrates practical code of ethics, owner's philosophy of life and unique Zepter lifestyle. So we talked about the essential characteristics of this style in the hotel business, as well as new hotel concept based on the maximum care for guests health and excellent quality, about facilities where guests can enjoy the benefits they are entitled to because they use hotel services in such a powerful system as the company Zepter International is, as well as about the impact of the Zepter philosophy at the hotel industry - with Đorđe Rašić, a General Director of the Belgrade's Zepter Apart Hotel, for whom the Zepter life style, as well as for the majority of employees in this hotel - is the way in which he lives, works and thinks.

- Zepter International sistem razvija proizvode koji služe da omoguće zdraviji i lepši život. Nama u Zepter hotelu je najvažnije zdravlje naših gostiju i svi proizvodi kompanije Zepter su stavljeni u funkciju očuvanja i unapređenja zdravlja i taj, neverovatan osećaj zdravog ambijenta. U svakoj sobi gostu je besplatno dostupan: Edel Wasser – aparat za prečišćavanje vode, Therapy Air Ion – aparat za prečišćavanje vazduha, Biopton - sistem svetlosne terapije koja leči, Ze-presso aparat za kafu i brojne druge ekskluzivne proizvode za kuhinju, kao i široku paletu Zepter kozmetike. Pored toga, biti deo Zepter International daje poseban osećaj za gosta, jer mu organizujemo personalizovan odlazak u prvu privatnu operu u Evropi, muzej, izložbe, aukcije i mnoge druge mogućnosti koje nam Zepter sistem pruža. Svi oni koji koriste Zepter proizvode znaju da je Zepter sinonim za kvalitet i zato rado odsedaju u našem hotelu.

#### IME ZEPTER - OBAVEZUJE

• *Hotel u Beogradu samo je deo Zepter hotelskog lanca u razvoju, čiji je prvenac bio Hotel Zepter u Kozarskoj Dubici. Kasnije je u sistem ušao Hotel Palace u Banja Luci, Hotel Drina u Bajinoj Bašti i Vila Drina u Perućcu, a šta je sledeće? Jesu li gosti Zepter hotela privilegovani u vašem sistemu?*

- Svaki od hotela u našem sistemu ima svoje specifičnosti i svoje goste koji su baš taj hotel izabrali za svoj boravak, odmor, mesto boravka. Rukovodstvo svakog hotela u lancu daje sve od sebe kako bi gostima bila pružena vrhunska usluga, jer Zepter ime na to obavezuje. Specifičnost našeg hotela je to što je u centru Beograda i naši gosti su mahom poslovni ljudi i diplomate, koji u Beogradu ostaju duže vreme. Njihove potrebe su nešto drugačije od potreba gostiju u Bajinoj Bašti ili u Perućcu, i mi tim specifičnim potrebama izlazimo u susret.

• *I na kraju, kakva je vizija vlasnika u pogledu budućnosti Zepter hotela, odnosno hotelskog biznisa? Mislite li da će koncept koji promovirate uticati na promene u hotelskoj industriji Srbije?*

- Pristup Zepter hotela u budućnosti može da podigne svest o važnosti brige o zdravlju, što kod drugih hotelijera, što kod samih gostiju. Napredak tehnologije je doveo do toga da živimo nezdravim životom u nezdravom okruženju, ali ta ista savremena tehnologija nam nudi i mogućnost za povratak zdravlju bez ikakvih odricanja. Možemo imati čistu vodu i vazduh u samom centru grada, možemo se hraniti zdravo čak i ukoliko smo veoma zauzeti, a uz sve to i štedeti električnu energiju i čuvati okolinu. Poslovni ljudi današnjice su izloženi svakodnevnom stresu i i sami počinju da prepoznaju važnost brige o zdravlju i očekuju od mesta u kome odsedaju da im omoguće zdrave alternative. Verujemo da će i drugi hoteli početi da usvajaju Zepter filozofiju, što će dovesti do opšteg podizanja standarda. I to ne samo u hotelskoj industriji, već i uopšte u životu.

Ljiljana Rebronja





O NAMA



SOBA



VELIKA SALA



RESTORAN



KOKTEL SALA

Wing Club Hotel \*\*\*\* u turističkom delu Jagodine u pešačkoj zoni ispred Gradskog stadiona i Aqua parka .

Raspolaže sa 12 dvokrevetnih soba, 3 porodične sobe i 5 apartmana sa po dva kupatila .

Sve sobe su opremljene mini barom i sefom. Moguće je iznajmiti limo servis

Hotel besplatno gostima obezbeđuje zdravstveno osiguranje za sve vreme boravka u Hotelu



SOLARIJUM



PARK HOTELA



LIMO SERVIS

- Wi-Fi
- LED TV 32"
- Satelitska TV 480 kanala
- Kablovska TV 120 kanala

- Dvokrevetna soba
- Porodična soba
- Apartman

- Garažiranje auta 24 h
- Pranje vozila
- Najam vozila
- Pranje veša



Mob: +381(0)62 798 798  
Tel: +381(0)35 24 11 60  
wing@visokogradnja.rs

wing.visokogradnja.rs

Wing Club Hotel  
Čočetova 3m  
35000 Jagodina





Wing Club Apartments ★★★★★



na kružnom toku preko puta Retail parka

VIVO i Muzeja voštanih figura

150 m udaljeno od Wing Club Hotela,

200 m udaljeno od olimpijskog bazena

u sastavu Aqua parka.

28 APARTMANA u ponudi površine

22 m<sup>2</sup> do 78 m<sup>2</sup> (jedna do četiri sobe),

maksimalno opremljene LUX KUHINJE,

poгодно za 2 do 6 osoba



### APARTMENTS – TIP

studio 22 m<sup>2</sup>

jedna spavaća soba  
30 do 40 m<sup>2</sup>

dve spavaće sobe  
56 do 78 m<sup>2</sup>



besplatni WiFi 30 MB/s



Kablovska TV LED 32"  
600 kanala



nezavisni klima sistem

U sastavu Wing Club Hotel ★★★★★ sa kompletnom ponudom usluga na raspolaganju gostima  
Apartmanskog smeštaja

250 metara - u centru !!!

Turistička ponuda Grada Zagreba



VODOPAD



ZOO VRT



AQUA PARK



FONTANA



SHOPPING PARK

Wing Club Apartments  
Braće Dirak bb  
E-mail: apartments@wingclub.rs

www.WingClub.rs

Brojevi telefona  
tel/fax: +381 (0) 35 252 972  
mob: +381 (0) 62 798 089



# Bogatstvo Lučana SU – ljudi!



Lučani su jedna od najvećih opština u Moravičkom okrugu koja se prostire na čak 460 kvadratnih kilometara, i zahvata najveći deo pitomog Dragačeva, koje je širom sveta proslavio sabor u Guči i - truba. O samim Lučanima se ranije najčešće govorilo kao o sedištu vojne industrije „Milan Blagojević – Namenska“, a danas se sve češće pominje i po Fudbalskom klubu „Mladost“ i privredi koja hrabro brani boje ovog kraja i van naših granica. O turizmu se, nažalost, nije mnogo govorilo.

I dok širom zemlje putuje turistički karavan „Moja Srbija“, redakcija časopisa „Turistički Svet“ zakucala je na vrata opštine Lučani, da tu nepravdu ispravi. Naš ekskluzivni turistički vodič bila je predsednik opštine Vesna Stambolić, žena koja, pre svega, svojom pojavom i energijom uliva poverenje, iz koje govori glas razuma a čuju se otkucaji srca, mudra i topla kada priča o svojoj opštini, ponosna kada govori o ljudima - vrednim i gostoljubivim, baš onakvim kakvi treba da budu domaćini. Zahvaljujući njoj, otkrili smo jednu novu turističku destinaciju: osetili njene ukuse i mirise, videli od glavnih puteva skrajnute bisere prirode, nadisali se lekovitog planinskog vazduha, uz najbolje manastirsko slatko od malina napili vode s izvora, u rascvetalom Dragačevu osetili zvuk čarobne trube... I u očekivanju čuda sedeli pod starim hrastom u Tijanju, nesvesni da se čudo u nama već dogodilo.





**T**urističku razglednicu opštine Lučani treba početi iz varošice Lučani - ljupkom, umivenom i, pre svega, mirnom mestu, sedištu najveće opštine u Moravičkom okrugu, opštine koja se, za one kojima je to manje poznato, prostire između Ovčarsko-Kablarske klisure, planine Jelice i razvođa reke Bjelice prema Goljijskoj Moravici. Ovu opštinu čine Donje i Gornje Dragačevo, sa više od 40 sela i gotovo isto toliko mesnih zajednica, i dva veća naseljena mesta – varošice Guča i Lučani. Ovo potonje, nažalost, nema patinu istorije, jer se razvoj Lučana vezuje za 1949. godinu, kada država donosi odluku da se baš na tom prostoru otkupi zemlja i krene sa gradnjom vojne fabrike „Milan Blagojević – Namenska“, procenjujući da je to područje geo-strateški veoma povoljno i, pre svega, bezbedno.

### FABRIKA – POKRETAČ RAZVOJA OPŠTINE

- I cela priča o našoj opštini, u svim njenim aspektima, pa i turističkom, kreće upravo tada. Dolazi vojska, inženjeri, tehničari, graditelji i počinju da podižu jedan veoma važan, i za našu opštinu i Srbiju zanačajan objekat. Paralelno s njegovom gradnjom, počinje da se radi i infrastruktura. Gradi se most na Kratovskoj steni, preko Zapadne Morave i put, neophodna veza sa svetom. Uz graditelje, u Lučane počeo sve više da dolaze obrazovani ljudi, intelektualna elita koja će voditi fabriku, a za njih je trebalo obezbediti stanove, dom zdravlja, dom kulture i sve ostale preduslove za normalan život ljudi i razvoj fabrike. I tako, paralelno s fabrikom, počinje da se izgrađuje selo, koje je polako poprimalo oblike varošice, a kasnije i odlike opštinskog mesta – kazuje **Vesna Stambolić**, predsednik opštine, i dodaje da je jedan od najvećih benefita od gradnje „Namenske“, bilo to što je mnogo ljudi iz sela zbog fabrike odlučilo da se školuje, te se slobodno može reći da je „Namenska“ tada bila pokretač razvoja čitavog kraja. I danas u fabrici rade ljudi iz drugih opština, ali srce fabrike su oni koji žive i rade u opštini Lučani, koji su svoju sudbinu vezali za „Namensku“. Danas, u Lučanima uspešno radi i nekoliko privatnih firmi, poput „Aurore“, „Maxime“, „Stakloreklama“, „Pan-Express“-a, „Zete“ - firmi koje zapošljavaju značajan broj radnika, ostvaruju ozbiljne prihode i pune budžet opštine.

U početku su u Lučane dolazili samo ljudi koje



Lučani



Dom kulture



### LUČANI U PREDANJIMA

- Lučani se prvi put pominju još u 19. veku. Ima više predanja kako je opština dobila ime. Po jednom, u nekom od sela pored reke Bjelice bila je jedina žena kovač po imenu Ana. Vatra se tada palila uz pomoć luči, a ona se nabavljala iz zlatiborskog kraja. Priča se da su tadašnji trgovci, kad su razmenjivali informacije gde ko kreće, govorili: nosim luč Ani, a kako su to izgovarali brzo, dve reči su se sasvim prirodno stopile u „lučani“ – kazuje Vesna Stambolić i nastavlja:

- Po drugom, isto tako verovatnom predanju, stanovnici koji su živeli na okolnim brdima, u želji da se približe putevima, počeli su polako da silaze sa brda u ravnice. Kako se ovde za ravnice kaže „luka“, oni koji su sišli sa brda postali su „lučani“, pa je to tako i ostalo. Meni se lično više sviđa ono prvo predanje, koje svedoči da su se žene i tada bavile tipično muškim poslovima.



je angažovala vojska i država, a kad je krenula proizvodnja i kako se razvijala fabrika, dolazilo je sve više poslovnih partnera, kupaca, prijatelja „Namenske“ i iz zemlje i iz inostranstva, koji su dolazili vođeni poslom i radoznalošću, a odlazili zadovoljni, ističući da su Lučani prava vazдушna banja, malo ali neobično ljupko, mirno mesto, idealno za porodice s decom i starije, s puno zelenila, listopadnih perivoja, parkovskih prostora, ali i kulturnih dešavanja, sportskih izazova, zabave... Bili su to prvi gosti Lučana, koji su podstakli meštane da svoje mesto pogledaju drugim očima i počnu da razmišljaju kako da očigledne potencijale i mesta i opštine pretoče u aktivnu turističku ponudu a svoje najuglednije ljude – sportiste, muzičare, slikare, književnike... školovane u Lučanima a poznate i van granica zemlje, uključuće u promociju mesta i kao svoje turističke ambasadore.

- Ni manjeg mesta, ni više obrazovanih, talentovanih i uglednih ljudi – uz osmeh ističe Vesna Stambolić, naš ekskluzivni vodič kroz opštinu Lučani. - Zaista možemo da se pohvalimo da su

svi oni koji su otišli u svet iz osnovnih škola i iz Guče i Lučana, napravili karijere i postali deo elitnog tima naših predstavnika, u kojem je, između ostalih, akademik Milenko Šušić, po kojem nosi ime osnovna škola u Guči, akademski slikar Vladimir Dunjić, alpinista Dragan Jaćimović, odbojkaš reprezentativac Željko Tanasković, Ivan Ilić, i mnogi drugi. Toliko je dobrih sportista iz ovog mesta da se mi često šalimo kako bi Lučani hladno mogli da naprave odbojkašku reprezentaciju i to - protiv ostatka sveta! Da i ne pominjemo naš Fudbalski klub „Mladost“, koji se danas takmiči u najvišem rangu, u tzv. Jelen Super ligi, u kojem su stasale generacije mladih, zdravih i uspešnih ljudi, jer se njegovo trajanje meri decenijama, a uspesi najvrednijim medaljama. To dokazuje da se o sportu u Lučanima uvek vodila naročita briga. U Lučanima je, na primer, još 1964. godine izgrađen otvoreni olimpijski bazen, jedan od samo četiri bazena u tadašnjoj Jugoslaviji, kojim se i danas čitava opština ponosi. A tu su i fudbalski i teniski tereni,

moderna hala sportova... koji Lučane čine, u pravom smislu, mestom sporta, ali i kulture...

#### ŽIVOT PUNIM PLUĆIMA

Iako su Lučani oduvek smatrani za izvorno industrijsko mesto, odnos prema kulturi, sportu i turizmu bio je uvek na zavidnom nivou. Uporedo sa izgradnjom stambene infrastrukture, mesto je dobilo reprezentativni Dom kulture, koji i danas, posle više od 60 godina svojim izgledom i sadržajima izaziva poštovanje. Malo ko zna, pored ostalog, da u Domu još uvek postoji klavir marke Petrof, koji je pripadao Karađorđevićima, koji, nažalost, nije u funkciji.

- Pedesetih godina gradi se i prvi hotel u Lučanima, u to vreme moderan i lep objekat, koji nažalost više nije u funkciji ugostiteljstva, ali ga mi i dalje zovemo „stari hotel“. Za njega i Dom kulture sve Lučane vezuju divne uspomene – sa setom kazuje gospođa Stambolić. - Mesto je tih godina živelo punim plućima. I u hotelu i u Domu kulture bilo je mnogo divnih zanatskih, esnafskih zabava,

## Gradski hotel na vodi



[www.hotel-lucani.com](http://www.hotel-lucani.com)



Hotel Lučani, izgrađen je u samom centru istoimenog mesta i to iznad gradskog potoka koji bukvalno teče ispod hotela. Otvoren je maja 1987. godine, u vreme intenzivnog razvoja Namenske industrije, s idejom da u njemu odsedaju njihovi stručnjaci, poslovni partneri i gosti, obzirom da je i tada a i danas, manje ili više, hotel u većinskom vlasništvu Namenske industrije. Ovaj hotelski objekat, građen u maniru devedesetih godina prošlog veka, nedavno je kompletno renoviran i kategorisan sa tri zvezdice. Osim 24 dvokrevetne i trokrevetne standardno opremljene sobe i dva apartmana, u svom sastavu ima tri restoranske sale različitih gabarita sa ukupno 350 mesta, kao i malu, ljupku terasu na kojoj i gosti i meštani najradije piju kafu

I danas, kao i nekad gosti hotela su uglavnom gosti Namenske, kao i sportisti FK Mladost, a sale se izdaju za razne vrste banketa. Ljubazno osoblje, odlična usluga i vrlo kvalitetna kuhinja, koja se bazira na domaćim specijalitetima i ubedljivo najboljem roštilju u Lučanima, zaštitni su znak ovog hotela koji ima veoma ugledne i važne goste. A da je briga o njima uvek na prvom mestu, svedoči činjenica da je hotel upravo u procesu uvođenja HACCP standarda.



novogodišnjih balova, zabava za Dan armije, Dan Republike... Igrale su se okretne igre, kola... Žene su oblačile svoje najlepše toalete, koje su i tada i danas umele da nose s mnogo urođenog šarma. U čitavom mestu osećao se snažan građanski duh i to je svima davalo krila. Nešto od toga se zadržalo i danas, ali druga su vremena, i ništa više nije ko nekad.

Kao i u svim drugim mestima gde su bili vojni garnizoni, i u Lučane su mnogi dolazili poslom sa strane, a mnogi su i ostajali, ženili se meštankama, stvarali porodice. Svako od njih je donosio i u kolektivni duhovni milje ugrađivao po deo svog identiteta, kulture, tradicije – duhovnih brendova svog zavičaja. Lučanci su ih rado prihvatili, ali su uvek imali potrebu da zadrže ono nešto svoje, po čemu se bilo gde na zemaljskom šaru mogu prepoznati. I danas, usred 21. veka, kroz njih progovara onaj isti ponosni domaćin, koji sve meri količinom

dobrih namera, i sabirajući dane i godine, život i ljude procenjuje po tome koliko im dobrote otkrije u očima i ljubavi u srcima.

#### **SVI BREND OVI DRAGAČEVA**

- Jeste, priznajem, zaljubljena sam u ovo mesto! Volim da se pravim važna i da kažem da je opština Lučani vrlo značajan i mnogo lep kraj – ne krijući emocije priča Vesna Stambolić. – Ovde je narod poznat po gostoljublju, a to je važan preduslov za razvoj turizma. Često ističem da su bogatstvo ove opštine ljudi, a ne samo lepi predeli. U bilo kom domaćinstvu da zatražite pomoć, neće se dogoditi da vas neko odbije ili da vas ne ponudi vodom i domaćim slatkom, da vam ne skuva kafu i ponudi rakiju, najčešće šljivovicu, koja je u ovim krajevima izuzetnog kvaliteta. E, kad ste već u Dragačevu, treba obavezno probati sir i kajmak koji ovde zaista imaju poseban ukus, jer je u njima i lekovito bilje sa naših livada, i duh ovog pod-

neblja, i majstorstvo vrednih Dragačevki, u čijim se domaćinstvima tradicija pravljenja sira i kajmaka prenosi s kolena na koleno. Mnogi pričaju da nema ništa slađe od prženih mladih krompirića iz ovog kraja, preliveđenih kajmakom, ili gibanice i pite od sira, žutih ko dukat od domaćih jaja, pravljenih od domaćih kora i dobro zalivenih domaćim kajmakom i sirom.

U Dragačevu inače rastu najslađe maline i pravi se najbolje slatko ne samo od malina, već i od trešanja i lubandinje - kombinacije lubenice i dinje, koja nije za jelo i služi samo za pravljenje slatkog. A ono je u ovom kraju nešto zaista posebno – hvali se Vesna Stambolić.

U opštini Lučani, zahvaljujući, pre svega, Dragačevskom saboru trubača – manifestaciji koja se od 1961. godine svakog avgusta održava u Guči, odavno je prevazišla lokalne okvire i postala ozbiljan međunarodni brend, razvija se već godinama, i to veoma ozbiljno, i seoski tu-





rizam. Tih nedelju dana koliko Sabor traje, Guča postaje u pravom smislu svetska prestonica trube – ove godine, od 3. do 9. avgusta, po 55. put. Jer, malo je reći da za Dragačevce ovaj instrument ima posebno značenje. U vreme oslobodilačkih ratova, truba je ratnike pozivala u borbu i ohrabivala ih, a u mirnodopska vremena, postajala simbol druženja i okupljanja. Negujući izvornu muziku, razvili su i specifičnu školu trube i sviranja koje se razlikuje od svih drugih a, zahvaljujući festivalu trube, koji ima i takmičarski karakter, nastavlja da se razvija i usavršava.

Baš kao i seoska domaćinstva koja u turizmu vide dodatni izvor prihoda. Nema ih onoliko koliko bi, s obzirom na potencijale i potrebe, moglo da bude, pa je seoski turizam još uvek nedovoljno razvijen. Najviše registrovanih domaćinstava ima u Kaoni i ona primaju goste tokom čitave godine. Kompleks apartmana sa 4 zvezdice „Vajati“ u Gornjoj Kravarici, prvi je primer kako se od starih brvnara i korišćenjem

odbačenih upotrebnih predmeta, uz malo mašte i mnogo cveća, može napraviti za turiste atraktivan ambijent, prava oaza mira i zdravlja u prirodi, u kojoj se ne treba odreći ni blagodeti savremenog života. Kvalitetan smeštaj, besprekorna higijena, ukusna i zdrava hrana i, pre svega, srdačni domaćini – to je ono što i ovde i širom Dragačeva turisti sa sigurnošću mogu da očekuju. Naročito u nekadašnjem hotelu Zlatna truba, koji je upravo u fazi kompletne rekonstrukcije, a biće otvoren neposredno pred Sabor i to pod novim imenom „Nordic Guča“!

Kažu da u ovom kraju, ženskom detetu čim se rodi odmah u ruke stave igle za pletenje. Tako od malih nogu u svakom domaćinstvu stasavaju vrsne pletilje i tkalje. U selu Donji Dubac još 1952. godine osnovana je Dragačevska zadruga žena „Rajka Borojević“, koja je za pola veka svog postojanja okupila oko 1.200 tkalja iz dragačevskih sela i Raške. Tepisi, prekrivači, peškiri, zavese, stoljnjac... – tkani od prirodnih materijala na drvenim seoskim razbojima –

obišli su svojevremeno čitav svet, baš kao i proizvodi zlatiborskih pletilja. Zadruga više ne radi, ali objekat, koji nije u najboljem stanju, još uvek postoji, pa će, kako smo saznali od predsednika opštine Lučani, jedan od njihovih prioriteta biti da se zgrada popravi a tkalje u zadruzi ponovo okupe i nastave da svojim proizvodima pričaju najlepšu žensku priču o tradiciji, ljubavi, posvećenosti... Priču o trajanju, za turizam – jednu od najvažnijih.

Kad pogledate, toliko toga rekospo o opštini Lučani, a ne odmakosmo mnogo od početka, jer Lučani su ogromna priča. Onoliko koliko su veliki njeni brendovi, njeni potencijali, njeni ljudi...

#### DOLINA SRPSKIH SVETINJA

- Zaista, kada sam u prilici da treba da predstavim svoju opštinu, ne znam šta bih pre istakla. Nalazimo se na takvom položaju da nam je Čačak na 32 km, Zlatibor 70-tak, a Beograd - 165 km. Ima mnogo turističkih atraktivnosti

UOČI 55. DRAGAČEVSKOG SABORA TRUBAČA OTVARA SE

# Nordic Guča

*Nordic Guča*, nekada hotel *Zlatna truba*, koji je u fazi kompletne rekonstrukcije i obnove, nakon čitave četiri godine, biće svečano otvoren za 55. Dragačevski sabor trubača. Rezervacije su u toku, pa oni koji za vreme Sabora žele smeštaj u novom objektu, koji će od septembra, kada se izvrši kategorizacija, s ponosom, očekuje se, nositi 3 zvezdice - treba da požure.

One koji budu imali privilegiju da budu prvi gosti objekta za prenoćište s restoranom - *Nordic Guča*, iznenadiće njegov novi izgled. U sastavu ovog objekta su savremeno opremljene 33 dvokrevetne sobe sa pomoćnim ležajem i tri

četvorokrevetna apartmana, ukupno oko 111 ležaja, dok restoranski deo čine: sale „Zlatna truba“ i „Stabla Dragačeva“, galerija i plato. Sale su vrlo fleksibilnih gabarita, mogu se spajati i povećavati ili smanjivati – po potrebi, sa ukupnim kapacitetom do 740, maksimum 844 mesta.

Investitori imaju veoma ambiciozne planove, ali će, za početak, galerija postati multifunkcionalni prostor, sa mogućnošću da bude i mala konferencijska sala ili montažna igraonica za decu – po potrebi. Velika banкет sala sa oko 340 mesta, moći će da se koristi zajedno sa platoon,

što će gotovo duplo povećati njen kapacitet. Planirana je izgradnja dečjeg parka, a najverovatnije krajem godine, kada dobije status hotela i kategoriju, dobiti i teretanu. U nekoj kasnijoj fazi planirana je i izgradnja wellness centra i bazena.

Zahvaljujući sportskoj hali i terenima u Lučanima - fudbalski i teniski tereni, olimpijski bazen – posvetiće se, pre svega, sportskom i omladinskom, kao i kongresnom turizmu i organizaciji banketa.

Nakon svečanog otvaranja u septembru, hotel će nuditi kompletnu ugostiteljsku uslugu.



Napomena: Slike su u 3D formatu, jer je objekat i dalje u fazi rekonstrukcije, a prve nedelje jula se očekuje završetak radova, odnosno početak rada objekta.

Rezervacije:

063/499-200

office@oceanrental.com



Manastir Sv. Trojice



Manastir Sv. Trojice



Tijanje

koje su relativno blizu: selo Zlakusa, Terzića avlija, Potpečka pećina, Jokino vrelo, Zlatiborska jezera, a tu je Ovčar Banja koja jednim delom pripada opštini Lučani – ističe Vesna Stambolić i nastavlja: - Voda je lekovita, temperature 36-38°C i preporučuje se za lečenje reumatskih bolesti, ali mislim da je to još uvek veliko nedovoljno iskorišćeno prirodno bogatstvo za koje malo ljudi zna. Sve do 19. veka bila poznata kao manastirska banja. Pred sam kraj 19. veka u banji su izgrađeni bazeni za kupanje, daščana kupatila, a podignuti i prvi „kvartiri

banjski“. Centralni objekat u banji danas je Wellness centar „Kablar“, sa zatvorenim bazenom koji se puni termo-mineralnom vodom, i salama za masaže. U Ovčar banji se nalazi i veoma zanimljiva pećina koju zovu Kađenica i smatraju crkvom.

Ipak, lepota pred kojom zastaje dah a čovek zanemi je pogled sa vrha Ovčara na Ovčarsko-Kablarsku klisuru i meandre Zapadne Morave! U ovoj raskošnoj klisuri kao niska bisera stoji 10 manastira, većina građena za vreme vladavine Turaka, koji čine „malu srpsku Svetu goru“, ili

„dolinu srpskih svetinja“. Tri manastira – manastir Sv. Tojice, Sretenje i Preobraženje, koji se nalaze na teritoriji opštine Lučani, konzervirani su i zaštićeni kao spomenici kulture od velikog značaja za istoriju i kulturu Srbije, što ih čini izuzetno važnim delom turističke ponude naše opštine – s ponosom kazuje gospođa Stambolić. – Sinergija prirodnih lepota ovog kraja i duhovnosti koja prožima svaki njegov delić, stvara snažno energetske polje, polje dobre energije, zahvaljujući kojoj sve traje u vekove, pa i svetinje i ljudi i mesta poput njive u Tijanju, na



Lucani is one of the largest municipalities in Moravicki Shire, occupying an area of even 460 square kilometres, and comprising most of the tame Dragacevo, famous worldwide for Guca Trumpet Festival. Lucani used to be known as a headquarter of Arms Industry MILAN BLAGOJEVIC – NAMENSKA, but today, it is well known for the Football Club MLADOST and its industry, which both defend the colours of the area even across the borders of the country. Unfortunately, tourism did not use to be mentioned much. And, while the tourist caravan MOJA SRBIJA was travelling all over the country, the editorial board of TURISTICKI SVET magazine visited the municipality of Lucani to correct the injustice. Our exclusive guide was the mayor VESNA STAMBOLIC, the lady who, with her appearance and energy, seems to be a person of confidence, who speaks sensitively, and deals passionately, wise and warm when speaks about her municipality, proud when talk about the diligent and hospitable people, who are exact as Serbian hosts should be. Thanks to her, we discovered a new tourist destination; we experienced its tastes and smells, saw the main roads of the hidden pearly nature, we breathed in the healing mountain air, eating the best monastery raspberry delight and drinking the spring water, listening to the sound of trumpet in blossoming Dragacevo... Waiting for a miracle to happen, we were sitting under an old oak tree in Tijanju, unaware of the fact that the miracle has already happened to us.



kojoj dominira ogroman stogodišnji hrast koji svojom skrivenom energijom okuplja pod krošnjom one koji još uvek veruju u čuda. I, verovali ili ne, kažu: čuda se događaju.

Takva energetska i duhovna mesta, kojih još ima u opštini Lučani, poput prelepe crkve svetih arhangelu Mihaila i Gavrila u Guči, izgrađene početkom 19. veka, i mermerne crkve „Sveti Sava“ u Lučanima, dragoceni su elementi turističke ponude ovog kraja ili bi to trebalo da budu.

#### **MALA ŠVAJCARSKA!?**

- Lučani imaju sve predispozicije da budu mala Švajcarska, mesto koje će, zahvaljujući svojim brendovima, čarobnoj prirodi, svetinjama, turističkim atrakcijama i manifestacijama biti za mnoge zanimljiv turistički centar i istovremeno primer industrijskog razvoja. Da, mi imamo ogroman potencijal na koji sam ja veoma

ponosna, ali još nismo ni blizu sna o maloj Švajcarskoj – sa setom u glasu kazuje Vesna Stambolić, predsednik opštine Lučani. - Da bi do toga došlo, treba da izgradimo infrastrukturu, pre svega, puteve, jer da biste uspešno mogli da se razvijate, morate da imate put kojim će moći da dođu i turisti i investitori. Ono što mi daje za pravo da verujem da ćemo jednog dana zaista biti mala Švajcarska je činjenica da će u skorije vreme kroz opštinu proći autoput koji će spajati Beograd sa južnim Jadranom i Crnom Gorom. Blizina autoputa daje neverovatne mogućnosti investorima. Ovde je plodna zemlja. Pored šljive, imamo divne autohtone sorte jabuke Budimka, kao i najbolju malinu, a proizvodimo odličan krompir, sir i kajmak. Svi ti proizvodi mogu da se plasiraju i kroz turizam, i zato je tako važno da, pored industrije, razvijamo i poljoprivredu i turizam. Naravno, lokalna samouprava će se truditi da što više

pomogne investorima da brže dođu do potrebnih dozvola, a razmatraju se i drugi vidovi olakšica – istakla je u razgovoru za „Turistički Svet“ predsednik opštine Lučani Vesna Stambolić i dodala da je svesna i njihovih potencijala i ograničenja, ali da kao nepopravljivi optimista ipak veruje da se veliki snovi ostvaruju, naročito kada se zajednički sanjaju.

I ako je jedan od gradskih većnika opštine Lopez u Poljskoj, koja je pobratimljena sa Lučanima, prepoznao tu energiju koju nosi Dragačevo i odlučio da kupi kuću sa okućnicom u Guči, oduševljen ljudima, prirodom i hranom - hajde da verujemo da će to biti primer koji će slediti i drugi, veliki i mali investitori, koji najčešće dođu kao turisti a ako im se sviđa, postanu i - meštani. Mi navijamo za turizam!

**Ljiljana Rebronja**

*Foto: Vide*



# **LUTERM® Termofluidi**

## **Najbolje rešenje za grejne, rashladne sisteme i klizališta**

Potpuna zaštita sistema od smrzavanja, korozije, kamenca, penušanja i kavitacije u periodu od 10+10 godina

Odlična razmena energije sa grejnim telom i ušteda u potrošnji energenata

Opcija revitalizacije posle 10 godina eksploatacije

**LUTERM FPE-P za prehrambenu industriju  
i hotele visoke kategorije**

**LUTERM FPE-SOLAR za solarne sisteme**

**LUTERM FPE-E za opštu primenu**

**LUTERM FPE-TP za toplotne pumpe**

Višedecenijsko iskustvo  
Hiljade zadovoljnih kupaca  
Odlična tehnička podrška  
Liderska pozicija **aurora LUTERM®**  
termofluida na tržištu Srbije



**aurora® d.o.o**

32240 Lučani • Ulica Jugoslovenske armije br. 2/L1

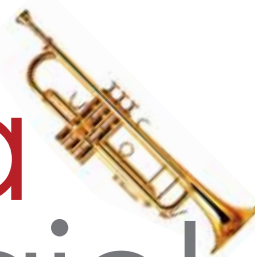
Tel/fax: +381 32 817-077; 818-730

www.auroralu.co.rs • e-mail: auroralucani@gmail.com

### Referenc lista:

- Hotel Splendid - Bečići, Budva
- Hotel Mona - Zlatibor
- Hotel Car.tourism - Smederevo
- Grand casino - Beograd
- Podgorina Frucht - Osečina
- Tigar-Michelin - Pirot
- Zlatiborac - Zlatibor
- H.K. Beostar klizalište - Beograd
- Drinsko-Limske hidroelektrane
- Hidroelektrana Međuvršje
- Metalac - G. Milanovac
- VIP - Kragujevac

# Sabor trubača fenomen koji traje!



Kada je, već davne, 1961. godine na Dragačevskom saboru u Guči pukla prva saborska prangija, a svoje trube ukrstila četiri orkestra, ni najveći entuzijasti nisu mogli ni da naslute da će to nadmetanje lokalnih trubača, prvo, toliko dugo trajati, a onda, da će se za nešto više od pola veka razviti u najveći festival trube u svetu, treći među svetskim etno festivalima, sa hiljadama učesnika i ljubitelja ovog instrumenta. Festival koji na najbolji način, uprkos vremenu, promovise izvorne nacionalne vrednosti Srbije, njen duh i slobodarsku tradiciju, ove godine održaće se od 3. do 7. avgusta i to po 55. put u svojoj istoriji!

O tome kako je od jednog malog seoskog sabora za nešto više od pola veka izrasla tako dži-novska manifestacija u svakom smislu, kakav je bio njen razvojni put, šta je Sabor danas a kakva je njegova budućnost, i zašto nikako ne treba propustiti ni ovaj - 55. Dragačevski sabor trubača, za "Turistički Svet" govori Slobodan Jolović, načelnik Moravičkog okruga, predsednik opštine Lučani i Saborskog odbora od 2004. do 2012. godine i, na kraju ili na početku, čovek čiji su i korenovi i srce u Guči.



- Ono što je danas u pravom smislu svojevrni srpski fenomen, počelo je u porti gučke crkve 14. oktobra 1961. godine, kada je održan prvi Dragačevski sabor, koji je sve do 1971. nosio naziv Dragačevski sabor seoskih trubača Srbije. Dogodilo se te subote nešto što će kasnije prerasti u kulturno čudo, u nešto po čemu će se prepoznavati ne samo Dragačevo, već i Srbija. Takmičila su se četiri orkestra, sva četiri iz Dragačeva: Desimira Perišića, Dragiše Kovačevića, Dragana Jovanovića i Srečka Obradovića, a pobedio je orkestar Desimira Perišića, kasnije majstora trube, kome smo podigli spomenik na ulasku u Guču, koji simbolizuje povezivanje ljudi različitih kultura i nacija, u jednom od najizvornijih srpskih brendova, u Guči.

#### **U PRVOM PLANU - TRUBA I TRUBAČI**

• *Ljubav Dragačevaca prema trubi traje skoro dva veka, još od naredbe kneza Miloša Obrenovića da se osnuje prvi vojni orkestar. Da li je Sabor još uvek veran zamisli njegovih osnivača – entuzijasta muzičara, novinara, opštinskih pregalaca... i koliko je od toga što je Sabor bio prvobitno - ostalo danas? Šta se i zašto promenilo?*

- Vremena se menjaju. Verujem da organizatori prvih sabora nisu ni slutili da će on postati ono što je danas. Generacije su kreirale budućnost ove manifestacije. Svaka na svoj način. I sigurno je da su svi imali želju da svaki naredni sabor bude bolji od prethodnih. Bilo je i udaljavanja od njegovih izvornih vrednosti. Ali ono što je najvažnije je vratiti trubu i trubače u prvi plan. U Guči su svi dobrodošli, ali kao gosti. Meni se pripisuje da sam dolaskom na čelo opštine i Organizacionog odbora Sabora, u Guču uveo državu i političare. To je tačno, ali zahvaljujući tome, mojim menadžerskim sposobnostima, i naravno moji saradnicima, u Guči je u saborsku infrastrukturu investirano oko šest miliona eura! Bez države nema razvoja ovog brenda. Međutim, problem je što se političari često pred izbore slikaju, obećaju mnogo toga i odu, a umesto ispunjenja obećanja, pojave se niže-razredni mešetari. Sabor treba vratiti narodu.

• *Svakog avgusta Guča postaje centar sveta i za trubače i za ljubitelje trube, koji se sa svih meridijana spuste u Guču i tu zajedno, jednaki u svojoj ljubavi prema ovom instrumentu, nedelju dana praznuju praznik trube. Koliko je po zvaničnoj statistici do sada bilo učesnika, a koliko gostiju?*





When in 1961 at the Dragačevo Festival in Guča broke the first festive cannon, and fourorchestras crossed their trumpets, even the greatest enthusiasts could not even hint thatlocal trumpeter's competition will, first, last for so many years, then, that for slightly more than half a century develop into the largest trumpet festival in the world, the third largestamong the world's folk festivals with thousands of participants and fans of this instrument. The festival, which in the best way, in spite of the time, promotes original national values of Serbia, its spirit and libertarian tradition, this year will be held from 3rd to 7th Augustand for the 55th time in its history!

- Do sada Guču je u vreme Sabora posetilo više od 17 miliona gostiju iz Srbije i još 80 država - dve i po Srbije! Takmičila su se 1.052 orkestra i sviralo je oko 1.100 trubača. Među gostima u Guči bilo je i sedam šefova država. Gostoprinstvo, lep provod, domaći specijaliteti, hladno pivo i najbolji trubači – to je ono zbog čega će i ovog leta Sabor trubača u Guču biti jedna od dve najposećenije manifestacije u Srbiji.

• *Sabor je poslednjih godina sve više privredna manifestacija, koja mnoge dovodi u konceptualnu nedoumicu u smislu "šta je festival ili šta treba da bude". Da li jubilarni 55. Dragačevski sabor donosi neke novine u konceptu i oganizaciji? Hoće li prevladati trend povratka izvornosti?*

- Dragačevski sabor trubača je, kulturno-privredno-turistička manifestacija. Ona mora da neguje tradiciju i izvornost, privlači goste i iz svega toga izvlači korist. Ove godine iz programskih sadržaja biće izbačeno sve ono što je narušavalo izvornost ove manifestacije. Na glavnu pozornicu mogu samo trubači. Najbolji. A od iduće godine moći će da se takmiče i majstori trube da postanu šampioni.

#### SVETSKI POZNATI: GUČA I NOLE

• *Može li Guča, takva kakva je, da izdrži gabarite Sabora koji su sve veći? Da li postoji svest i jasno definisan stav u državi o značaju ove manifestacije za Srbiju i kolika je spremnost zajednice da ovo nacionalno nematerijalno blago i mesto u kojem je iznedreno - zaštititi i unapređuje kao manifestaciju i mesto od posebnog značaja za očuvanje nacionalne tradicije i kulture?*

- Guču svi vole. Tu se provode, jedu, piju... Ali, ona još uvek nije na pravi način prepoznata od strane države iako se o njoj jednako zna u svetu i u Srbiji, kao i o Novaku Djokoviću. Ali za to smo zaslužni samo mi i Nole. Ja sam 2010. godine Vladi podneo program razvoja infrastrukture i ove manifestacije, koji bi sadašnje opštinsko rukovodstvo trebalo da obnovi.

• *Guča pomalo podseća na primorska mesta. Jer kao što ona čitave godine žive za leto, tako i Guča čitave godine živi za Sabor i tokom njegovog trajanja diše, što bi reklo, punim plućima. Ali, da li mislite da je potencijal ovog festivala, kao jednog od najjačih brendova Srbije, dovoljno iskorišćen za privredni razvoj Guče, odnosno opštine Lučani? Zar Guča ne bi mogla da bude neka vrsta centra u kojem bi se tokom čitave godine odvijale različiti događaji vezani za trubu i predstavljalo narodno stvaralaštvo i Srbije i sveta kroz različite kulturne i privredne programe? Da li mislite da je moguće da to bude budućnosti Guče koja bi tako u pravom smislu postala prestonica trube kakvu Srbija zaslužuje?*

- Nažalost, potencijal ove ma-

nifestacije ni izbliza nije iskorišćen za privredni i svaki drugi razvoj Guče i ovog kraja. Potrebna je daleko veća posvećenost odgovornih za unapređenje i razvoj sadržaja koji ovo mesto mogu učiniti zanimljivim preko cele godine. I svakako podrška države.

#### POMIRITI PROŠLOST I BUDUĆNOST

• *Ali da se vratimo u sadašnjost. Šta sve goste ovogodišnjeg Dragačevskog sabora trube očekuje? Zna li se ko će biti zvezde Sabora i ostali učesnici? Koliko se gostiju i odakle sve očekuje?*

- Poslednjih nekoliko godina Guča je posrnula. Zbog toga su potrebni su veći rezovi, kako u programskim, tako i u pratećim sadržajima. Pevači će biti naši dragi gosti ali na glavnu pozornicu mogu samo najbolji trubači, žiri izvlače iz "šešira" kapelnici na dan takmičenja, planiramo da gradimo Dom trubača... i to nije sve. Interesovanje za ovaj jubilarni Sabor je veliko i očekujemo dobru posećenost i domaćih i stranih gostiju.

• *Kakva je vaša poruka učesnicima i Gostima Guče. Hoće li biti bezbedni, ima li dovoljno smeštajnih objekata ili prostora za kampovanje, kako stoji stvar s parkingom, cenama...?*

- O javnoj bezbednosti brinu organizator i država. Policija to tradicionalno čini na najbolji mogući način. A što se tiče smeštajnih kapaciteta, mesta još uvek ima ali vrlo malo u hotelima u čitavoj Zapadnoj Srbiji ali i kod naših domaćina u privatnom smeštaju. U Guči se konačno otvara i otpuno renovirani hotel "Nordik", nekada čuven kao "Zlatna truba". Cene su pristupačne i nisu povećavane poslednju deceniju.

• *I na kraju, zašto nikako ne treba propustiti 55. Dragačevski sabor trubača i od 3. do 9. avgusta neizostavno biti deo motivišuće, pobeđničke priče čija magija traje već više od pola veka? Šta biste poručili našim čitaocima?*

- U Guču vredi doći čitave godine, ali ne treba propustiti da je doživite u vreme Sabora, kada se u Guču spuste hiljade zaljubljenika u trubu iz čitavog sveta. Dodite i ovog avgusta da vidite i čujete kako su originalnim verzijama trubači udahnuili moderni zvuk, kako su majstorski povezali prošlost i budućnost. Budite deo velike, svetske priče, nsvaki- dašnjeg okupljanja ljudi iz celog sveta, koje povezuje truba, instrument čiji čudesni zvuci najbolje kazuju ljubav i prenose dobru energiju tradiciji verne Srbije i zdravlje Dragačeva. Dobro došli!

Ljiljana Rebronja





# Prestonica kulture

Jedna od najboljih turističkih destinacija u svetu za poklonike kulturnog turizma je sasvim sigurno Ohrid, na listi svetske kulturne i prirodne baštine uNESCO od 1980, makedonski grad muzej, čija se starost procenju na više od 7 hiljada godina! On s ponosom nosi epitet "balkanski Jerusalim", jedinstven po mnogo čemu ali, pre svega, po svojih 365 crkava, od kojih i danas živi više od pola Zahvaljujući njima, kao i činjenici da je osnivanjem Sveslavenskog univerziteta, čije su temelje postavili učenici sv. Ćirila i Metodija - sv. Naum, prvi slovenski monahu, i sv. Kliment, prvi slovenski episkop, još u IX veku postao sedište širenja pismenosti i hrišćanstva među Slovenima - ovaj grad u pravom smislu kolevka civilizacije Južnih Slovena. I uprkos svih istorijskih turbulencija, uspeo je da do danas ostane svetionik pravoslavlja, noseći snažnu energiju svete zemlje i vekova, koja ovaj prostor čini tako sofisticiranim, inspirativnim i - lekovitim.

Sagrađen je na hridi iznad Ohridskog jezera, jednog od najstarijih na svetu u kojem još obitavaju endemske vrste riba, poput ohridske pastrmke, zbog čega ga često zovu i "muzej živih fosila". Sa obale tog muzeja uzdižu se strme, uske uličice popločane kamenom ili kaldrmom, koje prate nizovi blistavo belih kuća u orijentalnom stilu, mnoštvo zanatskih radnjica sa nakitom od čuvenog ohridskog bisera ili čistog srebra, unikatna radionica za ručnu izradu papira, drvodeljstvo..., antički koloseum, crkva Sv. Sofije - makedonske katedrale iz XI veka, manastir i crkva Sv. Klimenta, zaštitnika Ohrida, iz IX veka, i mnogi drugi, nad kojima dominira još uvek prilično očuvana Samuilova tvrđava iz X veka - s neobičnim šarmom jedinstvene prestonice kulture, koji nikoga ne može ostaviti ravnodušnim. Kao ni ljudi, topli, gostoljubivi, blagorodni, koji uzrasli na svetom mestu, nose u genima milenijumsku tajnu kao amanet: da je u davanju tajna šifra i sreće i trajanja.



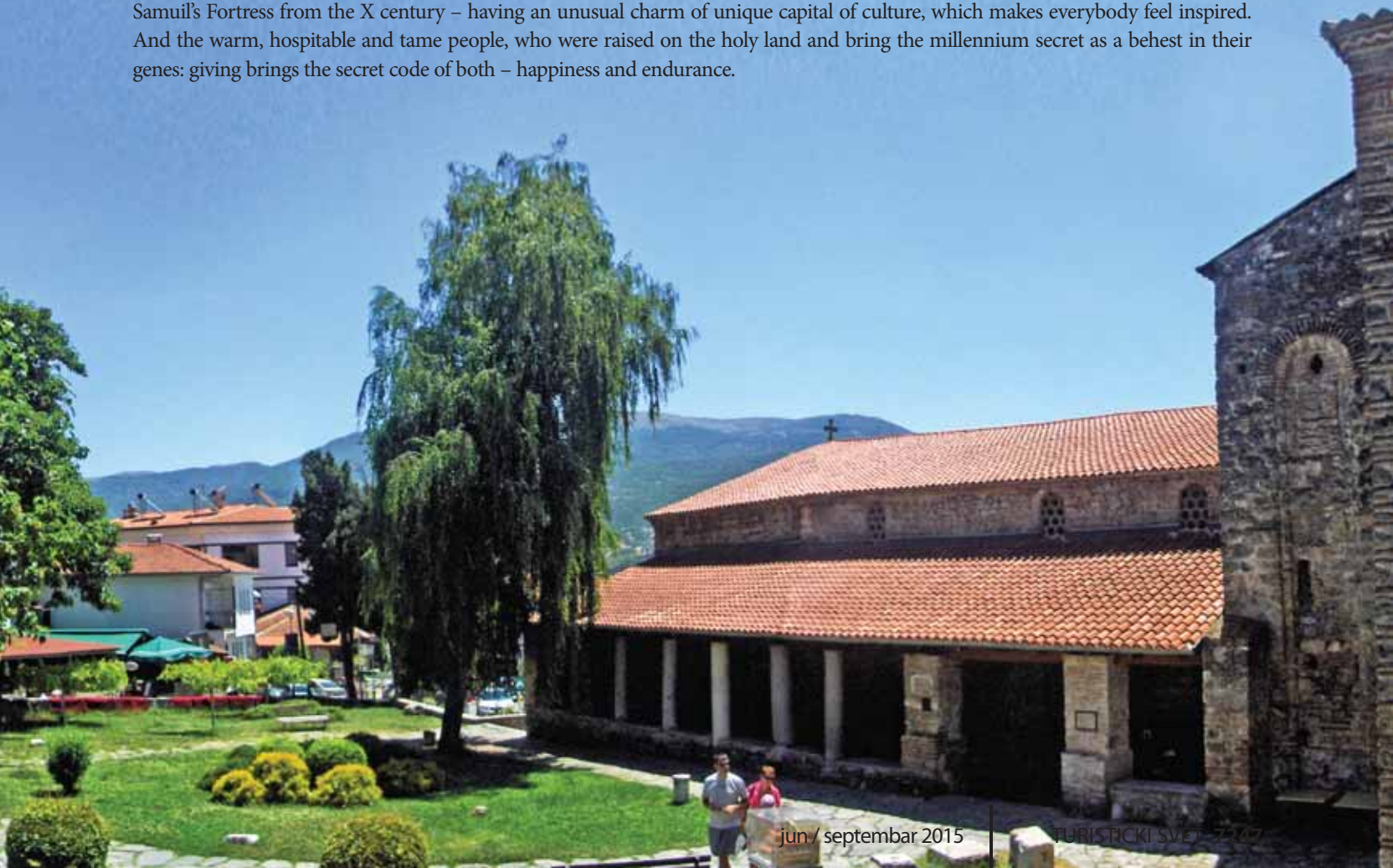


# i pravoslavlja



One of the world's most beautiful tourist destinations for the lovers of cultural tourism is definitely Ohrid, being on the list of the world's cultural and natural heritage UNESCO since 1980, the Macedonian town-museum, which is assessed to be older than 7000 years! It proudly brings the epithet "the Balkans' Jerusalem", being unique for many things, especially for its 365 churches, most of which are active even today. Thanks to them, as well as to the establishing of the Slavic University, which foundations were set by the students of Cyril and Methodius – Saint Naum, the first Slavic monk, and Saint Clement of Ohrid, the first Slavic Episcop, it became the centre of literacy and Christianity among the Slavs. This town is really the cradle of civilization of South Slavs. And despite all the historical turbulences, it succeeded in being the lighthouse of Orthodoxy, having the huge energy of holy land and centuries, which makes this area so sophisticated, inspiring and healing.

Built on the rock just above Ohrid Lake, one of the oldest in the world, where one still can find endemic sorts of fish, such as Ohrid trout, by which it is often named as "the museum of living fossils." From the shores of the museum, the steep, narrow streets wave upwards, paved with stones or cobblestones, followed by the lines of pearly white houses built in oriental style, multitudes of craft jewelry shops, with the pieces made from well-known Ohrid pearl or pure silver, a unique workshop for manual paper production, carpentry...an antique coliseum, the Church of Saint Sofia – the Macedonian cathedral dating from XI century, the Monastery and Church of Saint Clement, the patron saint of Ohrid, dating from the IX century, and many others, dominated by the well-preserved Samuil's Fortress from the X century – having an unusual charm of unique capital of culture, which makes everybody feel inspired. And the warm, hospitable and tame people, who were raised on the holy land and bring the millennium secret as a behest in their genes: giving brings the secret code of both – happiness and endurance.



# Od balkanskog Jerusalima, do makedonskog Sv. Stefana!?

U Ohridu, prestonici kulture i pravoslavlja, lokalna samouprava ima pune ruke posla: da s jedne strane vodi računa o interesima građana koji budžet Opštine pune čitave godine, a s druge strane, da strateški razvija turizam i njegovu promociju, vodeći računa i o interesima ugostitelja, i o interesima turista koji su od svih drugih destinacija izabrali baš Ohrid da u njemu provedu svoj odmor i ostave novac. Pritom, najteži deo zadatka je kako istovremeno braniti boje kulturne baštine grada pod zaštitom UNESCO. U situaciji kada Ohrid i cela ohridska regija, kao najatraktivniji turistički centar u Makedoniji imaju samo 35 hotela, većinom sa tri zvezdice, sa oko 2.500 ležaja, dok je, na drugoj strani, u privatnom smeštaju čak 20.000 postelja, treba mnogo mudrosti da se upravlja turističkom destinacijom, jednako kao i vizionarstva i – hrabrosti. Nedvosmisleno, prirodni i kulturni potencijal Ohrida predstavlja sjajan temelj za razvoj elitnog turizma. Da li je moguće da jednog dana balkanski Jerusalim postane makedonski Sv. Stefan, ali i šta gosti Ohrida mogu da očekuju ove godine, saznajemo u razgovoru sa Djokom Apostolovim, rukovodiocem Sektora za turizam i lokalni ekonomski razvoj u Opštini Ohrid.





Sa dolaskom nove gradske vlade na vlast u Ohridu i gradonačelnika Nikole Bakračevskog, pre tačno dve godine, napravljan je značajan zaokret kada je u pitanju strategija turizma, a naročito njegova promocija. Obnovljena je saradnja sa svim turističkim radnicima: hotelijerima, agencijama, vodičima,

buru, u sedištu Saveta Evrope, uz koktel sa tradicionalnom ohridskom hranom, pićem i muzikom. A potom u Pragu i u Beogradu, za vreme Sajma turizma. Organizacije promocija radimo uvek u saradnji sa našim ambasadama u tim zemljama, koje nam pomažu u selekciji i pozivanju predstavnika za naše turističke kuće

interesantnih agencija, institucija, medija... Radi se na direktnim kontaktima, tako da se mnogi dogovori mogu obaviti na licu mesta. Planiramo promociju u Ljubljani i Sarajevu, ali i intenziviranje kontakata sa Izraelom. I već drugu godinu organizujemo promotivnu turu u Ohridu za turoperatore i turističke agencije, kao i medije na koje ozbiljno računamo u promociji grada pred turističku sezonu, koja u Ohridu, inače, počinje nešto kasnije nego na moru.

Zahvaljujući svemu tome, Ohrid u zadnjih nekoliko godine beleži ozbiljan porast stranih gostiju, naročito iz Holandije. Još uvek su dominantni domaći gosti, ali se broj jednih i drugih već približava.

- Kad bolje pogledate, danas je svet jedno globalno selo, konkurencija je velika, a naš imidž je, u odnosu na vreme kada je Ohrid bio turistički centar Jugoslavije, spao na niži nivo. Zemlje su se otvorile, lakša je komunikacija, ali je borba strašna, jer mnogi neće da shvate da kulturna i prirodna ponuda nije više dovoljna da se danas privuku turisti. Oni traže više standarde – ističe Apostolov i dodaje: - Zato intenzivno pozivamo strane i domaće investitore u Ohrid da ulože u hotelske kapacitete. Naš trud da dovedemo neki hotelski brend je, na sreću, urodio plodom i već su počele pripreme aktivnosti za izradu prvog brendiranog hotela iz lanca *Small luxury hotels*, koji će početi uskoro da se gradi. To je hotel visoke kategorije, sa 60-70 soba. Ohridu su zaista potrebni hoteli visoke kategorije, ali to nije jedini problem. Ono na čemu intenzivno

taksistima... i intenzivirana komunikacija sa njima kako bi pokušali da reše one probleme koji se loše odražavaju na imidž grada, a što se tiče promocije, doneta je odluka da se manje sajmuje a više radi na ciljanoj promociji.

#### NAJUSPEŠNIJA – CILJANA PROMOCIJA

- Analizirajući rezultate promocija, ustanovili smo da suvoparno učestvovanje na sajmovima nema rezultata, jer na sajmovima najčešće nastupaju turističke agencije, a mi kao opština želimo da predstavimo grad. Zaključili smo da je to samo trošenje vremena i novca i odlučili da pravimo ciljane promocije Ohrida, na nekoliko potencijalnih tržišta ili nama interesantnih emitivnih područja – kaže Djoko Apostolov. - Uradili smo odličnu promociju grada u Straz-



radimo je infrastruktura. Mi imamo aerodrom i sada radimo na privlačenju stranih avio-kompanije da organizuju direktne letove za Ohrid. Ove godine smo dali subvencije za avio-letove. Wizzair je dobio tender i od juna (do septembra) počinju direktni letovi za London, s tim da opština u naredne četiri godine subvencionira deo tih letova. Od sledeće godine to bi trebalo da preraste u redovni godišnji red letenja. Tako će se intenzivirati povezivanje sa

jeseni će se objaviti tender i za ostale deonice. Za jedno 4-5 godina očekuje se da čitava trasa bude gotova.

- Osim u saobraćaj, u Ohridu se investira i u neke komplementarne turističke sadržaje. Ove godine uradili smo fudbalski teren sa veštačkom travom, jer je to preduslov za treninge sportskih ekipa preko zime, a Ohrid za to ima i sve druge preduslove. Zahvaljujući tom terenu, grad je ove godine već bio maksimalno bukiran za zimske

ing, hiking, paragliding, jer sve manje turista traži stacionarni boravak, koji je prevaziđen.

Prema Apostolovu, aktivni su i u povezivanju Ohrida na regionalnom nivou sa Albanijom i Grčkom, jer veliki broj stranih turista dolazi u Ohrid u sklopu regionalne ture koja pokriva tri zemlje: Makedoniju, Albaniju i Grčku.

### OHRID NIJE ZA MASOVNI TURIZAM

- Sve ovo o čemu vam pričam, pretočili smo u našu strategiju razvoja turizma. Po mom



### MAGIJA KLJUČALOG PESKA

Na 30-ak kilometara od Ohrida, kod crkve Sv. Naum, nalazi se izvor Crnog Drima ili Biljanini izvori. Crni Drim izvire iz peska i stene u vidu 45 pojedinačnih izvora, stvarajući neverovatan utisak ključalog peska, a onda utiče u jezero, da bi se na njegovoj drugoj strani jezera, kod Struge, izlio u korito reke Drim. Na ovaj način, prirodnom filtracijom, voda u Ohridsko jezeru se u potpunosti promeni za 12 sati.

Čitav predeo oko crkve, u čijem dvorištu obitavaju paunovi, i oko izvora – je u pravom smislu “raj na zemlji”, a vožnja čamcem preko izvora – doista izuzetan, magični doživljaj koji ne treba propustiti.

I dok ova turistička atrakcija spada u jedan od najlepših prirodnih fenomena, na pola puta od Ohrida do Sv. Nauma, kod kampa “Gradište”, nailazi se na još jednu: na Uvalu kostiju - unikatni Muzej na vodi, koji predstavlja rekonstruisano praistorijsko naselje – sojenica, gde su izloženi artefakti izvađeni iz jezera i prikazan način života žitelja tog naselja iz 1200. godine p.n.e. Ovaj neobičan i veoma zanimljiv muzej, zajedno sa zidinama nekadašnjeg rimskog utvrđenja, koje ga okružuje, predstavlja originalnu i veoma popularnu turističku atrakciju.

stranim zemljama, kod kojih je to prvi preduslov za saradnju, kao na primer kod ruskih turista.

Što se tiče balkanskih zemalja, početak izgradnje auto-puta koji će povezivati Ohrid sa Skopljem i olakšati dolazak gostiju sa severne strane Makedonije, uglavnom iz Srbije i drugih bivših jugoslovenskih zemalja – doneće mnogima olakšanje. Sekcija koja se gradi u Ohridu, treba da bude gotova 2017-2018. godine, a ove

pripreme fudbalskih timova. Počinjemo da gradimo i zatvoreni olimpijski bazen, koji je takođe zanimljiv za turiste tokom zime. U pregovorima smo oko investiranja u skijaški centar na Galičici, koji je već na nivou master plana. Traži se ozbiljan investitor, a još se ne zna da li će biti u pitanju koncesija ili javno-privatno partnerstvo. Turista na Galičici u zimskom periodu gotovo i da nema. To mora da se promeni. Puno se ulaže u razvoj aktivnog turizma, u bik-

mišljenju to je jedni način da obezbedimo uslove da postanemo konkurentni na turističkom tržištu, jer je turizam danas grana koja definitivno donosi prihod, ali treba ispuniti mnogo preduslova za to. Ohrid ne može da živi od masovnog turizma – naglašava Apostolov i nastavlja: - U bivšoj Jugoslaviji Ohrid je bio 4. najrazvijeniji grad. Čak 70-80% ljudi je radilo u fabrikama koje su bili privredni giganti. U gradu



je bilo 4-5 hotela, a privatnog smeštaja gotovo da nije ni bilo. Ljudi su imali dobre plate i mogli su sebi sve da priušte. A onda su se fabrike zatvorile i mi smo preko noći morali da se prebacimo na turizam, pa su mnogi adaptirali deo svojih kuća i stanova u kapacitete za smeštaj. Rezultat toga je: kvantitet koji ne podržava kvalitet. To je omogućilo da se privuče mnogo veći broj turista ali niskobudžetnih, jer po difoltu: prevelika ponuda utiče na pad cena. Takva situacija je bila očigledna devedesetih godina prošlog veka, kad je Srbija na izvestan način bila izolovana od okruženja. Za Grčku su joj trebale vize, a ovde je bilo jeftino i veliki broj turista iz Srbije je dolazio tokom čitave godine. To je iniciralo hiperprodukciju privatnog smeštaja. Kada je pritisak gostiju opao, nastao je problem. Oni koji su mogli da investiraju u svoje kapacitete i podigli kvalitet smeštaja, uspeali su da se povežu sa turoperatorima i rade tokom cele godine. Možda se neko neće složiti, ali ja smatram da turizam nije rešenje za Ohrid. Rešenje je jačanje proizvodnje i mi vrlo aktivno radimo na tome da se otvore proizvodni pogoni koji će upošljavati veći broj radnika tokom čitave godine. Već smo potpisali dva ugovora za fabrike iz automobilske industrije. Ima još najava. Suština ove strategije je da se upošljavanjem kvalifikovanih ljudi u industriju, smanji ponuda privatnog smeštaja tako da u igri ostanu samo oni koji zadovoljavaju visoke standarde kvaliteta. U tom sličaju, Ohrid će imati manji broj turista, ali veći prihod. Ne treba nam masovni turizam kakav je bio pre 6-7 godina, kad su ljudi spavali po parkovima jer nisu mogli da nađu sobu. Ohrid nije ni spreman da primi toliko gostiju. Opterećuje se saobraćaj i komunalna i električna infrastruktura, dolazi do kvarova. Ohridu treba nekoliko ekskluzivnih hotela, gde će moći da dolaze visokobudžetni turisti ili bar oni koji su viša srednja klasa.

#### KADROVI ZA ELITE HOTELE

Kako luksuzni hoteli traže i odgovarajuće kadrove, srećna okolnost za Ohrid je to što ima Fakultet za turizam i hotelijerstvo, kao i srednju ugostiteljsku školu, koji su, kako ističe Apostolov, značajno unapredili nastavni program i sistem rada.

- U saradnji smo sa njima na zajedničkim projektima, pre svega, prekvalifikacijama kadrova, jer u Ohridu ima puno ugostiteljskih objekata i



potražnja za tim kadrovima je sve veća. Treba mnogo raditi na tome da se gostima pruži vrhunska profesionalna usluga. U tome nam pomaže i Udruženje hotelijera, a odličnu saradnju imamo i sa svim hotelijerima i restoraterima. Turizam je previše kompleksan da bi mogao da se radi polovično. Nažalost, Opština nije u zavidnoj finansijskoj situaciji da bi mogla da ulaže onoliko koliko treba, ali se trudimo da obezbedimo bar osnovne uslove da bi mogli da nastavimo dalje – kaže Djoko Apostolov.

Ove godine, prema njegovim rečima, u Ohrid dolazi 5.000 danskih turista. Jedna agencija je uspela da organizuje charter letove iz Danske, i za sledeću godinu najavljuje troduple veću grupu turista! Holandani dolaze u još većem broju nego prošle godine. Očekuje se povećanje i

domaćih i stranih turista, kao i broja noćenja. A akcenat najvećeg broja aktivnosti je ove godine, kao i u Srbiji - na vraćanju domaćih turista. Svesni su da stvari ne mogu preko noći da se promene i da to ne treba da očekuju. Nažalost, u situaciji kada se broj stanovnika iz godine u godinu smanjuje, jer se ljudi iseljavaju iz Ohrida, izgubivši konačno nadu - najteže je, svesni su, vratiti poverenje ljudi.

Ipak, život na balkanskoj vetrometini u balkanskom Jerusalimu, ljude nužno nauči i strpljenju i mudrosti. I ja duboko verujem da će jednoga dana Ohrid biti makar makedonski Sv. Stefan, jer mu to nedvosmisleno pripada po njegovom vekovnom kulturnom i duhovnom statusu.

Ljiljana Rebronja

# Putovanje - SAN koji se ostvaruje



*Jeannine i Elchanan u Ohridu*

Po mestu rođenja Peruanka, po poreklu Poljakinja i Litvanka, po krvi Jevrejka, a po vokaciji globtroter, Jeannine Litmanowicz je posve neobična ličnost. Akademski obrazovana, slobodoumna, obdarena mnogim dragocnim talentima, optimista po difoltu, govori čak šest jezika i da nije psiholog i profesor francuske književnosti, rekli biste da je rođeni komunikolog, sa beskrajnim šarmom, smislom za humor i umećem da spaja nespojivo, da istraje u avangardnim zamislima i akcijama, talenatom da kao mystery guest primećuje skrivene detalje, ali i da poput ortodoksnog hedoniste otkriva nove prostore i uživa u svakoj kapi sunca u vinskoj čaši ili zalogaju koji potpisuju lucidni šefovi, i strasno i potpuno posvećeno radi najlepši posao na svetu – organizaciju putovanja za grupe posebnih interesovanja. Naravno, ne skrivajući da ima nos za biznis, koji nepogrešivo u njoj otkriva Jevrejku, ponosnu zbog onog što jeste, srećnu što ljudima za koje organizuje neobična, po njihovoj meri skrojena putovanja – donosi i radost i uzbuđenje, koje uvek prati otkrića novih destinacija, prenosi dobru energiju i daje tako potreban osećaj da neko o njima istinski brine. Srele smo se u Ohridu i, poput članova istog kluba, odmah razumele. Ona je želela da svojim „senior“ putnicima, imućnim državnim pensionerima iz Izraela i Amerike, otkrije deo po deo Balkana, a ja - da ih dovedemo u Srbiju. Znam da to nije lako, ali mi se i sada čini da Jeannine to radi na veoma poseban i, rekla bih, uspešan način. Ovo je njena priča. Jeannine Litmanowicz.



**R**ođena sam u Limi, u Peruu, od oca rođenog u Poljskoj i majke u Peruu, čiji su roditelji bili Litvanci. Moćna kombinacija Istoka i Zapada. Pohađala sam američku gimnaziju u Peruu, što mi je dalo ne samo najbolje formalno znanje engleskog jezika, već sam imala mogućnost da upoznam decu i porodice iz celog sveta. To je bio moj prvi "prozor" u druge kulture, jezike i mesta koja nisu bila deo naše svakodnevice. Nakon završetka akademskih studija, dobila sam diplomu iz psihologije i stipendiju da nastavim studije u Parizu, gde sam provela dve divne godine, obišla i neke druge zemlje u Evropi i dobila *Cum Laude* diplomu iz francuskog jezika i književnosti.

#### ŽIVOTNA PREKRETNICA:

##### KING SOLOMON SHERATON HOTEL

Ranih 80-ih godina prošlog veka vratila sam se u Peru, ali samo na kratko. Odlučila sam da odem u Izrael na odmor i provedem neko vreme učeći hebrejski. Čim sam došla u Jerusalim, zaposlila sam se kao službenica u hotelu *King Solomon Sheraton Hotel*, koji je trebalo uskoro da se otvori. Bila je to prekretnica u mom životu. Gotovo da uopšte nisam znala hebrejski, ali umesto toga, znala sam 5 drugih jezika! Iako ništa nisam znala o hotelijerstvu, za kratko vreme naučila sam toliko toga o hotelskom biznisu, da sam uskoro postala trener u mnogim odeljenjima. To je za mene bio izuzetno važan period. Uspela sam da naučim i hebrejski. Zahvaljujući posvećenom radu, energiji koju sam ulagala u posao i stečenom znanju, postala sam lični asistent generalnog direktora, što mi je omogućilo da dodatno proširim znanje o svim odeljenjima i da upoznam važne ljude iz sveta turizma u Izraelu. Nakon nekoliko godina provedenih u Sheraton-u, prešla sam u tada najvažniji hotel u Izraelu *Jerusalem Hilton*. Nakon nekoliko meseci rada sa F&B menadžerom, kao i u odeljenju banketa, naučila sam mnogo o usluzi, marketingu i razvoju menija za najzahtevnije goste. Tamo sam upoznala mnoge veoma ugledne ljude, kao i svog sadašnjeg supruga Elchanan-a, koji je u tom lancu bio HR menadžer. Pošto sam njega srela, napustila sam hotelski posao na neko vreme i počela da radim za konzulat SAD-a u Jerusalimu, gde sam se zadržala nekoliko godina. Kako je turistička industrija i



Toledo - España

hotelijerstvo generalno, rastuća i zahtevna industrija u Izraelu, a turizam glavni izvor prihoda u toj zemlji, ja se, zapravo, nikada nisam udaljavala od tog posla. Moji prijatelji su bili na ključnim pozicijama i otvarali nove hotele, a ja sam se uvek osećala kao deo velike hotelsko-turističke "porodice".

#### SA „SENIOR“ PUTNICIMA - NOVO POGLAVLJE

Mnogo sam putovala, obilazila zanimljive destinacije širom sveta, upoznala mnoge nove ljude i mesta, i postala "savetnik" za sve one koji su želeli da otkrivaju nove destinacije. Postala sam izvor znanja i PR nekih mesta, hotela i restorana širom sveta.

Tada sam odlučila da ću se, kad moje dve ćerke odrastu, vratiti turizmu, što sam i uradila pre nekoliko godina. Upisala sam se na Hebrejski univerzitet, na smer Turizam, a pohađala sam i nekoliko drugih kurseva u muzejima, kako bih se što bolje upoznala sa ovom oblašću i onim što je potrebno za vođenje grupa turista i brigu o njima i njihovim potrebama.

Iskoristila sam sva svoja profesionalna i lična iskustva s putovanja po mnogim zemljama, i odlučila da otvorim novo poglavlje u turizmu za ljude slične meni koji imaju vremena i vole da istražuju nove destinacije. Izraelci, državni penzioneri koji uživaju u određenim beneficijama vezanim za svoje bivše radno mesto, koji



Plaza España Sevilla

imaju dovoljno sredstava da putuju tokom čitave godine, postali su moji prvi "senior" putnici, željni da vide nova mesta, da upoznaju nove kulture, ljude i drugačije životne koncepte, da istražuju hranu, vina, da dožive nešto što je daleko od njihove životne rutine i iskustva. Danas je, na sreću, svet postao prijatelj "iz komšiluka"!

Za početak, iskoristila sam svoje znanje španskog i dobro poznavanje te prelepe gostoljubive zemlje, ne tako daleke od naše, sa zanimljivim mestima, sjajnom kulturom i odličnom hranom i vinima. Obišla sam celu Španiju, posetila svaki kutak zemlje i zaljubila se u sve mogućnosti koje nudi starijim Izraelcima koji putuju tokom cele godine. Nakon nekoliko putovanja, počela sam da kreiram putovanja "po meri" za ljude sefardskog porekla, koji žele da nauče nešto više o korenima svojih porodica pre proгона 1492. godine. Počela sam da radim sa svetski poznatim filologom iz Španije, koji istražuje njihove korene čak do 11. veka, i na osnovu toga, planirali smo njihova putovanja u Španiju. Ovo je bila uspešna i blagoslovena ideja. Ljudi su se vraćali oduševljeni prelepim istorijskim putovanjem, posvećenim njihovim precima. Nekoliko porodica je odlučilo da se ponovo sastanu u bliskoj budućnosti i dovedu sve potomke istog prezimena i poklekla da bi napravili

veliki događaj, kome ću ja rado prisustvovati.

Da skratim priču, Španija je divna zemlja koju treba posetiti, oblikovati ture za stariju klijentelu i uživati u svakom pogledu, i jedno je od najpogodnijih mesta za šoping. A Izraelci vole da kupuju! Ipak, ima još toliko mesta koje treba otkriti, a ja sam sigurna da je jedno od njih upravo Balkan sa svim svojim gabaritima.

#### **BALKANSKA TURA „PUT NASLEDA“**

I evo, već sam na dobrom putu da otvorim balkansku priču. Nakon što sam pre nekoliko meseci prihvatila poziv iz Makedonije da obiđem Ohrid, upoznala sam se sa balkanskim zemljama i čvrsto odlučila da napravim turu za starije Izraelce koji bi voleli da bolje upoznaju balkanske zemlje. Bila sam oduševljena što ću otkriti nova mesta, prelepe predele, izvanrednu hranu i još mnogo toga... I već sada razmišljam o uvođenju ture pod nazivom "Heritage itinerary" ("Put nasleđa") za moje klijente. Kao što možda znate, Izrael je relativno mlada zemlja, u kojoj žive ljudi iz celog sveta sa različitom prošlošću. Mnogi od njih dolaze sa Balkana. Posvetila sam vreme razvoju takvih tura, a želim da ih ponudim ne samo starijima, već i čitavim porodicama koje žele da vide mesta odakle su došli njihovi preci. Radujem se što ću moći da za njih

kreiram putovanje za sva čula, u kojem će uživati sve generacije.

Nameravam da priprelim nekoliko putovanja. Ja nisam putnički agent, niti sam turistički vodič. Moj posao se zasniva na poznavanju ljudi, učenju o njihovim potrebama, pripremanju plana puta na osnovu njihovih želja, i nastojanju da im pružim što je moguće više tokom boravka u nekoj zemlji. Za ljude koji dolaze iz istog kluba, na primer, prvo napravim prezentaciju zemlje koju ćemo posetiti, a onda ih anketiram. Pitam ih šta bi voleli da rade i šta da posete, imaju li neke posebne želje... U svoju prezentaciju uključujem sve informacije koje ih mogu interesovati, uključujući i istorijsku faktografiju, i na osnovu svega toga, moji klijenti donose svoje odluke. Najčešće, dok slušaju naša predavanja, prvi put čuju priče o nekim mestima.

Što se Srbije tiče, znam da već ima nekih grupa iz Izraela, ali su to putovanja koja se uobičajeno nude na tržištu. Verujem da su ta putovanja iskombinovana sa drugim zemljama u regionu i da oni koji to vole zaista uživaju u tome. Ja bih želela da tu čarobnu škrinju kakva je vaša zemlja više otvorim i istražim. Želela bih da svojim klijentima ponudim nesevakidašnju priču, više nego običan itinerer, kako proveli više vremena u jednoj zemlji i uživali u više mesta, više kulture i još više vrhunskih vina i

sjajnih delicija! Jer, enološka i gastronomska ponuda Balkana to zaslužuju, jednako kao i prirodne atraktivnosti, kulturno-istorijski spomenici, sakralni objekti, pozorišta, parkovi, šoping centri... koje treba predstaviti svetu i učiniti ih dostupnim onima koji žele da s puno poštovanja prema prirodi, domaćinima i njihovim precima, u tome uživaju. Videla sam preko Interneta da imate prelepe poslastičarnice, na primer, i planiram da, možda, ponudim putovanje mladim poslastičarima koji žele da, dok obilaze vašu lepu zemlju, nauče više o vašem poslastičarstvu i istraže nove tehnike. Mislim da će ovo biti veoma uspešno putovanje, u kome će se razmenjivati ideje, znanje i talenti.

#### **SVE POČINJE OD VIZIJE SOPSTVENOG DIZNILENDA**

Da bi uspeli u turističkoj industriji, moja ideja je da se, pre svega, sa zemljom koju želite da radite upoznate kao da je vaša. Kada jednom dobro upoznate neko mesto, treba vam dobar turistički vodič koji će se takođe zaljubiti u tu zemlju... I kad jednom ostvarite tu kombinaciju, sastajete se sa klijentima i pravite im prezentaciju. Pokazujete im zemlju, pričate im o svemu, činite da i oni osete uzbuđenje i strast ka

*Seville - España*



Cordoba - España



tom mestu i da mogu da sagledaju šta bi mogli da očekuju tokom putovanja. Jednom sam uporedila svoje ideje sa Voltom Diznijem. Kada je sanjao o svom Diznilendu, imao je viziju kako bi izgledalo putovanje u njegovu zemlju iz snova, a stavio je naglasak na klijente koje će privući: decu. Deca su postala njegova glavna ciljna grupa. On je postavio svoj san u dečije proporcije. A u mom slučaju, moja "starija" deca će videti zemlju kroz viziju deteta, kroz san! Videće neko mesto kao što bi ga videlo dete, razvijajući radoznalost pre nego što slete na aerodrom. Pokušavamo da ostvarimo njihove snove da vide neka mesta! Mislim da je to mnogo bolje nego da otvorim turističku agenciju i prodajm turizam "na veliko".

Moramo da ponudimo najbolji kvalitet usluge u svim oblastima: od trenutka kada izađu iz aviona u autobus za transfer, do hotelskog osoblja koje će ih pozdraviti sa osmehom, uključujući čistoću i higijenu u sobama i izvanrednu

hranu i uslugu u restoranima. Posetioci će uživati u svakoj atrakciji i vratiće se u svoju zemlju puni utisaka, pohvala i sećanja. Turisti iz Izraela su veoma zahtevni i žele najbolje za svoj novac, pa se ne ustručavaju da negoduju ako nisu ispoštovani. S druge strane, rado troše novac, mnogo kupuju i smatraju ih najboljim trošadžijama na putovanjima, što je dobar vid prihoda za svaku zemlju.

#### DESTINACIJU PRODAJU ZADOVOLJNI KLIJENTI

Kako se ovaj novi trend porodičnih putovanja „Put nasleđa“ sve više otvara, volela bih da razvijem ovaj projekat za američko tržište, jer ga veoma dobro poznajem. Želela bih da postanem njihov "ambasador" za takva putovanja, kao što sada radim u Španiji. Trenutno pripremam putovanje za veliku porodicu koja je tek nedavno otkrila svoje poreklo, i to zahvaljujujući mojoj poseti Narodnom muzeju u Bitolju, u Makedoniji, gde sam čula priču o narodnoj heroini koja se zvala Estreja Ovadija,

koja je, izgleda, bila rodaka mog dobrog prijatelja. Od tada se cela porodica uključila u istraživanje svojih korenova i donela odluku da posete Makedoniju i tako više saznaju o sebi.

Moja želja je da svojim klijentima prodajem kvalitet, a ne kvantitet. Svesna sam da kvalitet neminovno dovodi do kvantiteta. Ljudi koji se vrata zadovoljni sa putovanja postaju najbolji promoteri i prodavci destinacija. Zato ćemo i dalje nastaviti da pripremamo naše programe onako kako je to radio Dizni: kao san koji se ostvaruje! Ali, hajde da sanjamo zajedno. I da, ako se potrudimo, ostvarimo te snove, pre svega, onih zbog kojih sanjamo.

Pozdravljam vas sa SHALOM, jer to je naša najlepša reč, a znači MIR. Kada se naši svetovi približavaju, sve što treba da uradimo jeste da donesemo mir jedni drugima.

Zabeležila  
Ljiljana Rebronja



A Peruvian by the place of birth, a Polish and Lithuanian by origin, a Jewish by blood, and a globetrotter by vocation, Jeannine Litmanowicz is definitely an unusual person. Academically educated, free-minded, gifted with many precious talents, an optimist by default, she speaks even six foreign languages, and if she were not a psychologist and a French literature professor, you would say that she was a real communicologist having an endless charm, a sense of humour and a knowledge to juxtapose contradictories, to endure in avantgarde ideas and actions, having the talent to notice the hidden details being a mystery guest, and, being an ortodox hedonist, to discover new spaces and enjoy every single drop of sun in a wine glass or a dish signed by those lucid chefs. With full passion and dedication, she does the most beautiful job in the world – organization of excursions for the groups of special interests.

Of course, she does not hide to be talented for business, which discovers a Jewish within her, proud of what she is, and happy to bring joy and excitement to the people she organises the excursions for – unusual ones and adapted to suit the people. The excitement is always followed by the discoveries of new destinations, by good energy and the sense that someone really cares for them. We met in Ohrid and, as the members of the same club, understood each other immediately. She wanted to discover the Balkans, part by part, to her "senior" travellers, the wealthy state pensioners from Israel and America, and I wanted them to visit Serbia. I know that it is not easy, but, even now, it seems to me that Jeannine does that in a very special and, I would say, successful way. This is her story. Jeannine Litmanowicz.

# Pačvork na reci Težo



Iako prestonica Portugala nije turistički išlifovana poput jednog Londona, Pariza ili Barsele, poslednje dve decenije naročito se trudi da svetu približi svoje lepote koje svedoče o njenom zlatnom dobu - vremenu Vaska de Game, kada je bila najveća pomorska trgovačka sila, kao i svoj razbarušeni mediteranski duh koji kao magnet privlači turiste iz celog sveta

**Č**aroban, živopisan, bremenit slavnom istorijom, romantičan, boemski, mediteranski neposredan, prirodan, razbarušen, opušten... jednom rečju: *raj na zemlji*. Tako turisti najčešće opisuju Lisabon. Tačno, ali ne do kraja. Kao što glavni grad Portugala, smešten na krajnjem zapadu Iberijskog poluostrva, ima čime da očara, tako tu i tamo ume i da razočara namernika koji je, zbog te fame o njemu, pohrlio da se baš na njegovih sedam brda sit nauživa lepota svih mogućih vrsta i s merakom odreši kesu. Jer, Lisabon je još amater u turizmu, daleko od profesionalca kakav bi trebalo da bude po svom pedigreu, kvalitetu, a pre svega ambicijama.

No, hajde da budemo dobronamerni i sitna (ali stalna) turistička žuljanja u smislu mnoštva neobeleženih mesta, neprevedenih jelovnika, nelogičnosti u prevozu, pokoje duple tarife taksista, nonšalancije u hotelu itd. - pripišemo više razbarušenosti portugalskog duha, nego

lenjosti i nadobudnosti. Tim pre što je Lisabon tek pre dvadesetak godina počeo da se otkriva kao jedna od najlepših evropskih prestonica, pa i ne može da se poredi sa šlifom jednog Londona, Pariza ili Barsele, ali zato ima jedinstveni šarm koji magnetski privlači turiste. On ne ostavlja celovit, stamen utisak, već pre podseća na pačvork sačinjen od raskošne prirode, bisera arhitekture, keramičkih fasadnih pločica, podnih uličnih mozaika, trgova, fontana, spomenika, katedrala, crkava, manastira, parkova, tvrđava, starih gradskih uspinjača (elevadora) i vidikovaca, živopisno oslikanih metro stanica, lavirinata uskih i strmih uličica preko kojih se po pravilu suši već i koje se obično ukrštaju preko trgića na kojima bučni meštani piju pivo ili čuveni portugalski porto, a klinci pikaju loptu, šina i tramvaja koji prolaze kroz isto tako uske uličice toliko blizu zgrada da bi mogle da se dotaknu ako bi se pružila ruka, tržnih centara, a da ne govrimo o bistroima, tavernama i kafanicama iz kojih se

čuje legendarni portugalski fado, melanholična muzika nastala u radničkim četvrtima koju su najviše proslavili Amalija Rodriges i Alfredo Duarte. Najveća turistička atrakcija je kad fado ne pevaju profesionalci, nego osoblje kafane: vlasnici, kuvarice, konobari, ali se ne treba zavaravati da oni to na kraju neće umeti skupo da naplate.

## ŠETAJUĆI AVENIDOM

Ima još mnogo krpica i boja u tom pačvorku i to je baš ono najprivlačnije ljudima sklonim istraživanju koji na svakom koraku otkrivaju da Lisabon pamti mnogo bolja i otmenija vremena. Dugogodišnja vladavina Mavara, koji su osvojili grad u 8. veku, smatra se periodom prosperiteta, kad su sagrađene mnoge kuće, džamije i gradske zidine, na šta su se kasnije, zahvaljujući otkriću puta za Indiju oko Rta Dobre Nade legendarnog Vaska de Game, krajem XV i početkom XVI veka, nadovezali sjaj i bogatstvo najveće pomorske trgovačke



sile. Tragove ondašnjeg monopola na trgovinu začinima, šećerom i tekstilom, kao i osnivanje mnogobrojnih kolonija po svetu, nije potpuno moglo da uništi ni vreme, a ni onaj katastrofalni zemljotres 1. novembra 1755. godine koji je šokirao Evropu, jer je odneo između 60 hiljada i 90 hiljada ljudskih života. U Lisabonu nije dotakao jedino četvrt Alfamu, danas najstarije jezgro grada podno zidina tvrđave Castelo Sao Žorže. Poput boemskog i pesničkog kvarta Bairro Alta, Alfama je atrakcija za turiste zbog oronulih kuća, uskih uličica, milozvučnih pevača fada uz miomirise ribe, morskih plodova, ali i hrskave svinjetine iz mnoštva taverni, a naročito zbog niza legendi oko nje ispletenih. Kroz Alfamu prolazi i čuveni tramvaj 28 koji povezuje većinu gradskih znamenitosti, a spolja i iznutra izgleda kao pre više od sto godina kada je uvezen iz Amerike da bi zamenio konjsku vuču.

Centralni deo današnjeg Lisabona, Baiša (Donji grad) nastao je posle zemljotresa kada je kralj Žoze I angažovao svog glavnog ministra, poznatog kao Markiz de Pombal, da potpuno obnovi razrušeni grad. Pod devizom

### FASADE, PLOČNICI, ARHITEKTURA

Jedno od obeležja Portugala, pa tako i Lisabona, su fasade obložene šarenim keramičkim pločicama („azulejos“), kojih su pune i prodavnice suvenira. Umetnost oslikavanja pločica stigla je sa Mavarima, ali se posle njihovog odlaska nije izgubila kao u Španiji, već je vremenom dovedena do savršenstva. Drugo obeležje su pločnici od mozaika belog i crnog ili tamno sivog kamenja (calçada portuguesa) čije šare krase i najmanja mesta u zemlji, ali ovaj vid umetnosti popločavanja sve više zamire. Treće obeležje je takozvani manuelinski stil u arhitekturi, po kralju Manuelu I, koji karakterišu kitnjasti re-ljefni detalji u belom kamenu, kao neka verzija vesele srednjovekovne gotike.

“Sahranimo mrtve, nahranimo preživle”, on je to učinio u rekordnom roku, po ugledu na francuski plan za preuređenje Pariza, sa ulicama koje se ukrštaju pod pravim uglom i velikim trgovima. Baiša je bankarsko i trgovačko jezgro sa poznatim ulicama među kojima se ističe Rua Augusta, uvek živa

pešačka zona kojom se, kroz grandiozni luk nalik na Trijumfalnu kapiju u Parizu, do obale reke Težo stiže preko centralnog trga Komersio, sa starom kraljevskom palatom i statuom Žozea I na konju. Tu se turisti rado okrepljuju u najstarijoj lisabonskoj kafeterija: Martinho de Arkada. A severno od ulica Baiše uplovljava se u niz velikih popločanih trgova: Figureira, Rossio, Restauradores.

Žila kucavica Lisabona svakako je Avenida da Liberdade (Avenija Oslobođenja), široki, elegantni bulevar prekriven dekorativnim portugalskim pločnikom i gustim drvoredima koji se od Donjeg grada penje ka prostranom kružnom toku u čijem je središtu grandiozni spomenik Markiza de Pombala na istoimenom trgu. U njegovo vreme, u hladovini drveća Avenide mogla je da uživa samo lisabonska aristokratija odvojena od plebsa kapijom koja je srušena tek početkom XIX veka, kada je ovaj otmeni deo grada postao dostupan svima. Ali i dalje je nekako poseban, ekskluzivan, a čovek se tako i oseća dok ispod gustih krošnji prolazi pored skupih radnji, nenametljivih omanjih hotela ili diskretnih baštica kafea.







## SINTRA I CABO DA ROCA

Ima nekoliko mesta u okolini Lisabona koja se preporučuju za jednodnevne izlete, među kojima Sintra, tridesetak kilometara zapadno, spada pod obavezno. Postaje jasno zašto tek kada se kroči, a naročito provoza fijakerom kroz ovo magično mesto šumovitih brda i bajkovitih zankova portugalskih kraljeva i aristokratije, deo UNESCO-ve kulturne baštine. A fakultativan izlet može da se napravi 19 kilometara odatle, do najzapadnije tačke kopnene Evrope – Cabo da Roca (Rt Stene), do svetionika i spomenika sa krstom na vrhu, pa se odatle baci pogled ka horizontu Atlantika koji onda pokrene maštu da otputuje sve do Amerike.

### UME DA BUDE I FUTURISTIČKI


Oko pola sata putuje se tramvajem od centra Lisabona do Belema, predgrađa poznatog po nekoliko najvažnijih spomenika kulture: manastiru Žeronimo u kitnjastom manuelin stilu u kome je smešten i Muzej pomorstva, kuli osmatračnici, Tore de Belem, Muzeju najlepših raskošnih kočija na svetu, modernom zdanju Kulturnog centra, a naročito po ogromnom spomeniku portugalskim preookeanskim otkrićima – Padrao dos Descobrimentos. Nadaleko čuveni simbol Belema je i najpoznatija poslastičarnica Lisabona – Antiga Confeitaria da Belem, u koju turisti hrle da probaju takozvane *pastel de Belem*, ukusne kolačiće od kora i krema sa cimetom kojih ima i na drugim mestima, ali su samo ovde – oni pravi.

Kažu da je na reku Težo najbolje spustiti se upravo iz Belema, mada je to sasvim dobro i sa trga Komersio ili iz Parka nacija. Težo je Težo kako god se okrene, moćna reka, plava da plavlja biti ne može, a njeno ušće u Atlantik, 15-ak kilometara od Lisabona, jedno je od najvećih na svetu. Preko ove reke je 1998. sagrađen najduži most u Evropi, ukupne dužine 17,2 kilometra, a dvadesetak godina ranije i Ponte 25 de Abril, najviše poreden sa mostom Golden Gejt u San Francisku. Ko na drugu obalu želi na romantičniji način, može nekim od malih trajekata da stigne do ogromne statue Hrista koji širi ruke na vernike, sagrađen po uzoru na mnogo







 Although the capital of Portugal is not such experienced tourism destination, like are London, Paris or Barcelona, the last two decades in particular it is trying to show the world closer its beauty that testify to its golden age - the time of Vasco de Gama, when it was the largest maritime trading force, and its disheveled Mediterranean spirit that as a magnet attracts tourists from all over the world. Lisbon is, they say, magical, colorful, full of glorious history, romantic, bohemian, Mediterranean straightforward, natural, tousled, relaxed ... in one word: paradise on earth.

poznatiji spomenik u najčuvenijem gradu nekadašnje portugalske kolonije - Rio de Žaneiru. Visok je koliko i brdo na kome se nalazi – 113 metara, a liftom se stiže do vikovca sa koga se pruža pogled i do 20 kilometara okolo.

Najmlađi deo Lisabona je pomenuti Park nacija u severoistočnom delu, ureden povodom svetske izložbe Expo 1998. To je neki sasvim drugi Lisabon, širok, moderan, futuristički, kakva je i železnička stanica tu smeštena, kakva je i tržni centar “Vasko da Gama”, istoimena kula, paviljoni, žičara, Okeanarijum, modernističke skulpture, fontane... Na tom prostoru, sve uz najplavlju reku Težo i najduži most u Evropi, duvaju neki drugi vetrovi, tu se diše punim plućima i pogled se najdalje pruža.

Autor ovog putopisa o Lisabonu svestan je da možda ima više nepomenutih, nego pomenutih znamenitosti ovog mediteranskog grada sa oko 330 sunčanih dana godišnje. Iako to nije neki megalopolis, iako u njegovom jezgri živi tek oko 700 hiljada ljudi, zaista ga je teško prikupiti na jednom mestu. Beži, otima se, skriva se, pojavljuje se, uspinje, sunovraćuje, vara, zavarava, očarava, razočarava, zavodi... Lisabon uvek traži maksimalnu kondiciju, fizičku kao i mentalnu, u čemu je verovatno njegov najveći izazov.

*Tekst i fotografije: Radmila Tamindžić*

# Egzotična razglednica sa *Kariba*



**F**ort Lauderdale, prelepi grad na Floridi, koji još nazivaju „američkom Venecijom“ bilo je mesto odakle je počelo moje magično iskustvo kruziniga!

Iz Fort Lauderdale smo se ukrcali na brod *Independence of the Seas*, raskošni kruzer kompanije „Royal Caribbean“ sa 12 spratova. Ovaj morski džin, koji može da primi oko šest hiljada ljudi, predstavlja pravi mali ploveći grad sa čak 1.600 članova posade iz 66 zemalja!

#### NEPONOVLJIVA ZABAVA ZA SLADOKUSCE

Kruzinje je neponovljiv doživljaj koji nijedna druga vrsta odmora ne može da pruži. Na ovakvoj vrsti luksuznog broda svaki sladokusac može da pronade nešto što odgovara njegovim željama i senzibilitetu.

Penjanje uz planinu usred okeana, igranje golfa na palubi sa pogledom na okean, košarka, surfovanje po talasima, opuštanje u spa centru, sunčanje i plivanje u bazenu, gledanje najnovijih filmskih hitova iz ogromnog dakuzija – samo je deo programa u raznovrsnoj ponudi krstarenja.

A da ne govorimo o pozorišnim predstavama, poput onih na Brodveju ili spektakla u Las Vegasu. I ne samo to! Svako jutro se budite u novoj egzotičnoj zemlji! Tada, uvek iznova, započinjete novu avanturu.

Zahvaljujući osvojenoj nagradi na konferenciji „Economist“ magazina iz Londona na temu „Svet u 2014“, naša saradnica Slavica Hinić – osnivač „Umetničkog press karavana“, nedavno se vratila sa nezaboravnog sedmodnevnog krstarenja Karibima i sa nama podelila svoje utiske o Kajmanskim ostrvima, Jamajci i Haitiju.

Moj partner i ja bili smo jedini gosti iz Srbije, a srpski jezik smo mogli da čujemo samo od nekolicine članova posade. Bilo je tu i mladih ljudi iz Hrvatske, Bosne, Crne Gore, Makedonije. Gotovo ceo region na jednom mestu.

#### OSTRVO PLAVIH IGUANA, KORNJAČA I GUŠTERA

Prva destinacija u ovoj karijskoj avanturi, čiji su simbol pirati sa Kariba, nakon dana i noći provedenih u plovidbi okeanom bila je luka Džordžtaun (eng. *George Town*) na ostrvu Veliki Kajman. Ovo ostrvo je najveće i najrazvijenije od tri ostrva koja čine britansku prekomorsku teritoriju Kajmanskih ostrva, a koja su dobila ime po kajmanima, jednoj vrsti guštera.

Veliki Kajman je skoro u potpunosti oivičen grebenom, sa prelepim dugim, peščanim plažama od kojih je najčuvenija *Sedam milja*. U kristalnom tirkiznom moru koje zapluskuje obalu ove plaže može se uživati po ceo dan. Ovde je moguće roniti usred brodskih olupina, plivati sa ražama, lutati močvarama mangrova i drevnom šumom, posetiti farmu kornjača po kojima je Kolumbo ovim ostrvima dao prvobitno ime *Los Tortugas* (kornjače) ili gledati šarenu lepezu morskog života. Mnogobrojne živopisne bašte i prirodne netaknute oblasti kriju i jednu retku vrstu guštera – plavu iguanu!







#### U ZEMLJI BOBA MARLIJA

Samo što smo osvojili Kajman, kada nas je sledeće jutro dočekala nova karipska destinacija – Falmut (*Falmouth*), ljupki gradić na severnoj obali Jamajke.

Iako su prve asocijacije na Jamajku dredovi, rege muzika i Bob Marli, Jamajka nudi mnogo više od toga. Nju krasi zelene planine, tropske šume, prelepi vodopadi, reke i kristalna voda koja okružuje obale. Pored izuzetnih prirodnih lepota, belih peščanih plaža, tu su i centri zabave, *duty free* tržni kompleksi sa poznatim brendovima, prodavnice sa poludragim i dra-

Između spektakularnih planina i bujnog rastinja, na severnoj obali Haitija, ugledali smo mali tropski raj Labadi (*Labadee*), rezervisan samo za internacionalne goste "Royal Caribbean". Iako je u privatnom vlasništvu, ova prelepa destinacija koja oduzima dah na prvi pogled, zadržala je lokalne boje i egzotiku dalekih ostrva.

Ovo ostrvo je još 1492. otkrio Kolumbo na svom prvom putovanju ka Novom svetu. Prvi naziv ostrva je bio *La isla espanola*, da bi kasnije, kolonizacijom od strane Francuske, promenio naziv i francuski jezik prihvatilo kao svoj



Thanks to winning the award at the conference organized by The Economist Magazine from London on the topic of "The World in 2014", our associate Slavica Hinić recently returned from a memorable seven-day Caribbean cruise and shared with us her impressions from the Cayman Islands, Jamaica and Haiti.



gim kamenjem, grad *Montago bay* sa mnogobrojnim buticima, restoranima i barovima, golf tereni svetske klase. Jedna od poznatih prirodnih atrakcija ostrva je i Očo Rios (*Ocho Rios*) sa svojim vodopadima na 600 stopa koji se nežno ulivaju u tople vode Kariba. Tu vam se nudi uzbudljiva prilika za rafting, ali i za plivanje sa delfinima.

#### TROPSKI RAJ LABADI

Poslednja destinacija nakon još jedne prespavane noći na okeanu bio je Haiti.

zvanični jezik, pored kreolskog. Naziv ostrva potiče od reči "aiti", naroda Taino, što znači "zemlja visokih planina".

Tropsko zelenilo ovih šuma, plavetnilo mora i svetlucanje peščanih plaža iscelili su i najmanji umor, a magija tradicionalnog haićanskog plesa i muzike, uz neodoljivi koktel od kokosa – *labadu*, ispratili su nas na brod sa neizbrisivom radošću, koju još uvek delim sa svojim prijateljima po povratku u Beograd.

*Tekst i fotografije: Slavica Hinić*

# Za sreću je potreban



# JEDAN FRAJER I — BIDERMAJER!

Maštate o romantičnom venčanju kao iz bajke? Lepršavom, drugačijem, originalnom i nesvakidašnjem, koje će se dugo pamtili i prepričavati? Predstavljamo vam jednu damu koja i najluđe svadbene zamisli pretvara u (lepšu) stvarnost. Sve što vam je potrebno je jedan frajer i bidermajer, i čarolija može da počne...

**D**a organizacija venčanja ne mora biti stresna, niti sam svadbeni čin nalik velikoj mrsnoj pravoslavnoj svadbi, svojim kreativnim i visokoestetskim radom potvrđuje Ivana Marinković Mandić. Ona je diplomirani profesor srpskog jezika i književnosti, neko ko sudeluje u stvaranju Rečnika SANU, ali i organizator neobičnih venčanja i autor bloga „Jedan frajer i bidermajer“, gde rado naglas preispituje muško-ženske odnose, brak, porodicu i ostale svakodnevnne životne teme i dileme.

• *Kojom idejom ste se vodili kada ste odlučili da pokrenete jedan, kako ste sami rekli - „sasvim običan blog o sasvim posebnim stvarima“ - venčanjima?*

- Dok sam se bavila organizacijom svog venčanja, uvidela sam da je veoma teško doći do ne-standardnih ponuda i kreativnih ljudi. Imala sam pregršt ideja, a nisam znala ko u Srbiji to može da izvede. Dosta sam se bavila istraživanjem, prikupljala kontakte nestandardnih umetnika i izvođača, jer venčanje, ako samo pustite mašti na volju, može biti realizovano kao nezaboravna žurka za sve prisutne ili, pak, kao film u kome će akteri biti svi vama dragi ljudi. Glavne role sa mladencima već imamo, a doživljaj za sve prisutne zaista može biti neponovljiv samo uz malo unikatnih ideja i nepristajanja na ustaljene šeme.



Ivana Marinković Mandić; Foto: Nikola Marinković





Foto: Nikola Marinković





Foto: Jovana Tomašević



Foto: Nikola Radulović

### STRANI UTICAJ + DOMAĆE PODNEBLJE = „FRAJERSKO VENČANJE“

• Poput Supermena, odnosno, Klarka Kenta, vi vodite dvostruki život – danju ste istraživač saradnik u Institutu za srpski jezik, a noću blogger koji svake nedelje „frajerski“ izaziva „neku novu svadbenu temu na megdan“. Kako je moguće da je neko, ko prvobitno nije bio ljubitelj takvih ceremonija i proslava, postao ne samo savetnik i sveznalica na temu venčanja, već i njihov organizator?

- Kako se najbolje stvari dešavaju sasvim spontano, tako je i moj prelazak na „svetlu stranu“ venčanja bio p o t p u n o

ne očekivan. Ranije sam se beskrajno dosađivala na svadbama, dolazile su mi usred vikenda kao dodatni umor uz napornu muziku i kičersku estetiku, pa nisam imala nikakvu želju da organizujem svoje venčanje. Zahvaljujući inostranim sajtovima, došla sam do nekih novih ideja koje sam spojila sa našim podnebljem, pa je iz toga nastalo prvo „frajersko venčanje“. Nakon toga, kolo se još luđe zavrtilo pa su ljudi spontano počeli da me zvrckaju da im pomognem oko organizacije njihovog srećnog dana.

Blog zaista obožavam da pišem kad god za to imam vremena. Ja sam jedna od onih blogera koji imaju osnovni posao i zaista pravu sreću da pišu kada žele i kako žele, ne pristajući na kompromise i pritiske tržišta.

Volim da kažem kako „Jedan frajer i bidermajer“ nije samo blog o venčanjima. Venčanje je za mene bilo polazna tačka za preispitivanje muško-ženskih odnosa, braka, ženstvenosti, porodičnog života i mnogih drugih životnih tema. Pretpostavljam da je otuda i proizašao toliki uspeh bloga, isključivo zahvaljujući različitim ljudskim pričama i dilemama. Čitaoci koji ga prate često mi šalju mejlove podrške, a za mene kao autora to ima beskrajnu važnost. Njihovi saveti, usmerenja, bodrenja i kritike čine da blog ne bude jednoličan, da se razvija, da bude uvek nov, a da pritom ostane prepoznatljiv.

#### SVAKI PAR – POSEBNA PRIČA

• Kakvu sve logistiku podrazumeva organizacija neobičnih, stilski i konceptualno jedinstvenih venčanja i odakle crpate inspiraciju?

- Organizacija neobičnih venčanja podrazumeva prilično složenu logistiku. Polazimo od kar-

dinalnih stavki bez kojih se ne može, a zatim usitnjujemo korake i obezbeđujemo sitnice koje su naizgled nevidljive, ali doprinose sveopštem utisku. Neretko venčanja organizujemo na mestima u kojima osim krova nad glavom nema apsolutno ničega. Tu najpre treba obezbediti agregate za struju, hladnjače, muzičke kutije, kompletnu rasvetu, pa tek potom stolove, stolice, restoransku opremu. Sve one slatke stvari koje se na blogu mogu videti u vidu dekoracije, dolaze kao šlag na torti.

• Koliko dugo, u proseku, traju pripreme jednog takvog venčanja?

- Zavisu kakvi su zahtevi frajerskih mladenaca. Nije redak slučaj da venčanja organizujemo i po godinu dana, ali smo imali i situacije kada smo moj tim i ja uspeali sve kockice da složimo u tri meseca. Tada smo vredni kao pčelice i radimo simultano bezbroj stvari na više frontova kako bi sve bilo kako treba.

• Da li ste imali neke neobične zahteve mladenaca i kako izlazite na kraj sa borbom između želja i mogućnosti?

- Svaki par je priča za sebe i zaista različiti ljudi pridaju važnost različitim stvarima. Svako od njih je poseban i neobičan na svoj način, a ja se trudim da im izađem u susret sa svime što požele. Volim da mislim kako nemoguće ne postoji, samo je stvar želja i predviđenog budžeta mladenaca. Dosad smo uspevali da pronađemo, napravimo i uradimo sve što su frajerski mladenaci poželeli, a nama su uvek zanimljivi novi zahtevi i novi izazovi. U čitavom procesu je najbitnije da mladenci veruju našem iskustvu i da poslušaju dobronamerne smernice koje ih vode ka jednom opuštenom i veselom venčanju.

#### KADA STRUJE NESTANE...

• Da li vam se dešavalo da pred venčanje, ili na dan samog venčanja, nešto krene nepredviđenim tokom?



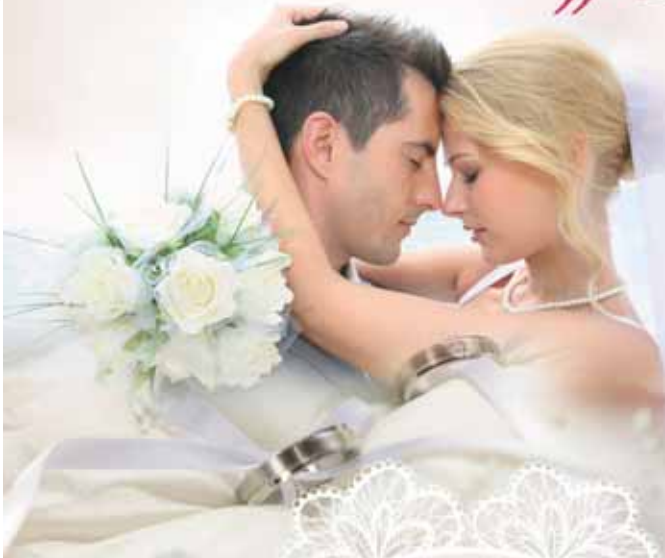
Foto: Dragana Paramentić





★ ★ ★ ★  
**HOTEL SLOBODA**  
*Sabac*

# *Recite Da u hotelu „Sloboda”*



**Nudimo Vam  
kompletnu organizaciju  
venčanja u skladu  
sa Vašim zahtevima:**

- Raznovrsne pakete hrane i pića
- Mladenačku tortu
- Cvetne aranžmane i dekoracije
- Popust za smeštaj gostiju u hotelu
- Poklon apartman mladencima
- Usluge profesionalnog fotografa
- Specijalne efekte
- Odabir benda



*Sala „Kristal”*



## IVANA MARINKOVIĆ MANDIĆ

- Nepredviđene stvari se dešavaju ma koliko se vi trudili da ih kontrolišete. Venčanje je živa materija koja se kreće svojim tokom, na jednom mestu imate mnogo ljudi koje treba uklopiti. Dešavalo se da mlada zaboravi bidermajer na lokaciji za fotografisanje, pa šaljem nekog da ga pokupi, da ne ponese baletanke, pa se ja izuvam da joj ustupim moje, da struja nestane na pola sata, pa treba prebroditi vreme bez muzike. Bitno je samo da se ne desi nešto kardinalno bez čega venčanje ne bi moglo da se odigra, ostalo su sve fineše koje se daju srediti.

• *Sa kojim ste sve hotelima saradivali i da li su uspevali da isprate vaše kreativne ideje?*

- Vrlo sam zadovoljna saradnjom sa hotelima. Najpre sam bila protivnik venčanja u hotelima gde bi se gosti venčanja susretali sa gostima hotela, ali je usluga u dobrim hotelima zaista na izuzetnom nivou. Saradujem sa najboljim hotelima u zemlji i mogla bih naročito da istaknem uslugu i doživljaj koji pruža hotel „Square Nine“, kao i autentičnost Beograda koja se odlikava u detaljima hotela „Moskva“.

• *Da li ste organizovali venčanja na nekim egzotičnim destinacijama?*

- Ako se pod egzotičnim destinacijama podrazumevaju neobična mesta u Srbiji kao što su napušteni mlinovi, žitni silosi, muzeji, itd. - onda jesam! Ako mislite na tropske zemlje, u tom slučaju još uvek nisam imala zadovoljstvo da me neko pozove na Tajland.

### VENČANJA KAO TURISTIČKI POTENCIJAL SRBIJE

• *Neretko se dešava da mladenci koji maštaju o autentičnom i avangardnom venčanju, na kraju ipak odustanu od te zamisli i organizuju klasičnu svadbu, jer pretpostavljaju da će ih neobično venčanje koštati znatno više od tradicionalnog. Da li je to istina ili zabluda?*



That organizing weddings need not to be stressful, nor like big fat Orthodox wedding, confirms Ivana Marinković Mandić with her creative and highly esthetic work. She is a graduate professor of Serbian language and literature, someone who participates in the creation of the SANU Dictionary, and also unusual wedding organizer and author of the blog "Jedan frajer & bidermajer" where she examines male-female relationships, marriage, family and other life issues and dilemmas.



Foto: Nikola Radulović

- Činjenica je da, ukoliko želite nešto što nije standard, to košta više od klasične ponude. Primera radi, ukoliko organizujete proslavu na nekom neobičnom proplanku sa pogledom na reku, na kom nema ništa od uslova koje imate u restoranu, svakako će budžet morati da bude rastegljiviji zbog svega onog što je neophodno nabaviti. Međutim, doživljaj za goste na venčanju, a naročito za goste iz inostranstva je neuporediv! Mnogi od njih dolaze u Srbiju prvi put i žele da je vide u njenom najboljem izdanju, tako da su venčanja veoma bitna kao turistički potencijal Srbije. Svi naši mladenci su uglavnom mešoviti parovi. Jedan od njih je sa našeg podneblja, a drugi je stranac. Zato se mi dodatno trudimo da stranci koji na venčanja dolaze sa raznih strana sveta, ponesu zaista specijalne utiske o našoj zemlji.

• *Postoji uverenje da nije moguće organizovati nestandardno venčanje za veliki broj gostiju.*

*Međutim, vi ste to demantovali osmislivši „opušteno venčanje za 300 zvanica“...*

- Sve se može kad se hoće. Zaista sve zavisi od mladenaca i njihovog stila. Ukoliko oni zrače opuštenoću i neopterećenoću, takvo će im biti i venčanje. Bez obzira na broj zvanica.

• *Većina devojaka mašta o tom velikom danu kada će svom izabraniku reći „da“. Šta biste, naposljetku, poručili onim devojkaama koje imaju bidermajer, ali im jedino još nedostaje frajer?*

- Najpre da budu u skladu sa sobom. Da pronađu sebe i vole svoj bidermajer, a tada će ih dobar frajer sigurno naći. Da se ne opterećuju pošto-poto nametnutim normama i poželjnim načinima življenja. Bitno je da su sa sobom dobro i da slušaju sebe. Za svakoga postoji pravo vreme, a čovek sam najbolje oseti kada dođe njegovo.

Biljana Bosnić





**ново**



**ČOKOLADNO I HRSKAVO  
IZNENAĐENJE!**



# Svadba *za* maštanje



**K**ao i svake godine, i ovaj maj je udahnuo najlepšu klicu ljubavi u beogradske kvartove, zelene parkove, velelepne oblakodere, široke beogradske ulice... Mnogo je bilo parova koji su se baš u maju zavetovali na "večnu ljubav", a posebno su to učinili mladi bračni parovi koji se već tradicionalno svakog maja okupljaju u Skupštini grada Beograda na "svom" već prepoznatljivom kolektivnom venčanju.

**Pod pokroviteljstvom predsednika Republike Srbije i Skupštine grada Beograda, u zdanju Starog dvora i ove godine je održano tradicionalno kolektivno venčanje, 17. po redu, na kom je sudbonosno "da" izgovorilo oko stotinu parova iz cele Srbije.**

Mladenački dan tog 17. maja upotpunjen je i posebnom svečanošću koju su uveličali i stanovnici Beograda, uz mnogobrojene zvanice koje su uživo dočekale mladence, dok su gledaoci imali priliku da uživaju u direktnom prenosu na Prvom programu RTS-a, u emisiji "Žikina šarenica".

#### **U IME LJUBAVI...**

Zapevao je ispred Skupštine grada Željko Samardžić svoj hit "U ime ljubavi"... U



ПОБРАТО МЛАДЕНЦИ  
СА  
КОЛЕКТИВНОМ ВЕНЧАЊУ

Најбоље себе  
изјављујемо на  
колективном венчању  
баши кум  
А. Буквић

Пуно љубави и поштовања  
са колективном венчању  
баши кум  
Ђорђе Јанковић

Брзи су бравовањем  
чи мајка који фотка  
Сарај  
Трајковић

СРЕЊО МЛАДЕНЦИ  
НА КОЛЕКТИВНОМ  
ВЕНЧАЊУ

Пуно лепих зolja младенцима  
на колективном венчању

Sto podrava za  
sto mladenaca  
na kolektivnom venčanju

 Under the patronage of the President of the Republic of Serbia and the City Assembly, in the Old Palace in Belgrade, this year traditionally was held a collective wedding ceremony, 17th in a row, where the fateful "yes" pronounced around hundred couples from all over Serbia.



ime te ljubavi stotinu parova reklo je glasno "DA" svojoj novoj, zajedničkoj, porodičnoj budućnosti, svom novom zajedničkom i lepšem životu... Na platou ispred Starog dvora, pored Željka zapevali su i Vera Matović, pa "Legende". Igralo se, plesalo, razdragano su se širile ruke... Ruke pune ljubavi.

- Ovo je jedna od najlepših manifestacija koju organizuje glavni grad Srbije i jedna od najlepših slika iz Beograda koja putuje u svet - rekla je glumica Rada Đuričin, inače predsednica Odbora mladenaca. Svakako da neizostavno treba, možda i posebno pohvaliti trud novinara M.M. Tivija koji sa mnogo upornosti, istrajnosti i puno, puno ljubavi "diriguje" ovom akcijom punih 17 godina.

**DAN ZA PAMĆENJE**  
Posle glasno i jasno izgovorenog "DA", bacanja bidermajera, plesa i poljubaca, parovi su sa kumovima i familijom prošetali do Skadarlije. Širila se podugačka

kolona svatova od Skupštine grada skoro do ulaska u Skadarliju.

Ima dana, rekli su mladi parovi, da se opet podsete lepih trenutaka i svog srećnog datuma... Možda baš i u restoranu "Ima dana" gde se održavao poslednji zajednički skup pred odlazak svojim kućama...

Biće dana, biće lepih suvenira koji će podsećati na sunčanu i lepu, razdraganu nedelju - 17. maj 2015. godine. Podsećanje na maj, Beograd, svatove, lepe i spontane osmehe... Jer, Beograd nas je tog lepog, sunčanog i razdraganog maja podsetio na svoj šarm i uzornost domaćina, a svi dobrodošli gosti na uzajamno uzvraćanje svega što je lepo, plemenito, druželjubivo, humano... Jer, ova tradicionalna manifestacija je, pre svega, humana... Humana od prvog dana postojanja.

Aleksandra Marković  
Foto: Vicencio Žaknić

**LJUBAV JAČA OD MRŽNJE I BOMBI**

Prvo kolektivno venčanje održano je 1999. godine, u vreme NATO agresije na Srbiju, kao poruka ljubavi i prijateljstva, i kao ohrabrenje mladima da ljubav pobeđuje mržnju i bombe. Od tada do sada, u srpskoj prestonici se kolektivno venčalo oko 3.000 parova.

Prošle godine je 17 žena stiglo na venčanje u drugom stanju i reklo "da" životu i ljubavi. Ove godine je brojka premašena, pa će uskoro 19 mladih majki prinovom uvećati svoja domaćinstva.

Ova manifestacija, uvrštena je i u turističku ponudu Beograda.





Bora Bora



Korzika



Uskršnje ostrvo



Ostrva svetaca

*Egzotika*  
koja prkosi  
*stereotipima*



Ostrvo Skaj



Jeju-do



Ostrvo kengura



Koh Tao



Koror



Kyushu



Šareni kokteli, beli pesak, jarko sunce i čista prozirno plava voda - prva su asocijacija na romantični odmor na nekom egzotičnom ostrvom. Parovi željni avanture i aktivnog odmora, pored uživanja na suncu, tragaju i za mestima koja nude mnogo više raznovrsnosti i jedinstvenih atrakcija: predivne predele, najluksuznije hotele na svetu, geološka čuda, kulturne relikvije, jedinstvenu hranu i piće, endemske životinjske i biljne vrste i svakako najlepše plaže. Ako razmišljate o nekom ostrvo koje može da ponudi mnogo više od stereotipnih romantičnih sadržaja - ovo je naš predlog.

### **BORA BORA** (Francuska Polinezija)

Sojenice - bungalovi sa slamatim krovovima, kristalno čista laguna i planina Otemanu u pozadini, samo su jedan od razloga da svoj odmor provedete na ostrvu Bora Bora u Francuskoj Polineziji. Tamo možete da hranite miroljubive ajkule, provozate se motornim skijama na vodi i uživajte u privatnom „beskonačnom“ bazenu uz čašu francuskog šampanjca.

### **KORZIKA** (Francuska)

Još uvek nedovoljno opsednuta turistima i mega jahtama, zbog zakona iz 1986. godine, po kom je bilo zabranjeno graditi nove zgrade blizu obale, ovo francusko ostrvo nudi neometan pogled na mediteransku obalu. Provedite jedno poslepodne u šetnji duž tvrđave Bonifacio na krečnjačkoj litici nad morem. Za one koji vole da jedu palačinke i piju lokalno pivo Pietra, ostrvo nudi nekoliko besprekornih plaža sa plavim peskom i mnoštvo kafića na otvorenom.

### **USKRŠNJE OSTRVO** (Čile)

Prožeto misterijom u Tihom okeanu, Uskršnje ostrvo intrigira posetioce i ljubitelje istorije, najviše ogromnim kamenim statuama (čak 887 statua) koje je napravilo urođeničko pleme Rapa Nui, a da se ni do danas ne zna razlog propasti njihove civilizacije. Pored jedinstvenih statua, možete obići i tri ugašena vulkana Terevaka, Poike i Rano Kau. Svoje ime ostrvo je dobilo po prazniku na koji ga je otkrio holandski istraživač Jacob Roggeveen, 1722. godine.

### **OSTRVA SVETACA** (Francuska)

U Francuskim antilima blizu ostrva Guadeloupe, Iles des Saintes predstavljaju jedinstveni spoj Normandije i Britanije, gde žive ljudi koji liče na Vikinge. Kamene zidove dele kaldrmsane puteve od malih polja i osamljenih plaža po kojima tumaraju koze koje od turista mole za čips. Spokojno, blago i kao da je pobeglo sa neke od slika Van Goga, Ostrvo svetaca je sve samo ne nalik drugim karipskim ostrvima.

### **IRSKA**

Posetioci Smaragdno ostrva biće zadivljeni naizgled beskonačnim zelenilom. Od stenovitih strmina i istorijskih zamkova do brdašaca istačkanih ovčicama, pejzaži u Irskoj su zadivljujući. Nakon obilaska seoskih predela, Dublin će umornim turistima ponuditi prijateljske lokalne pabove, a za ljubitelje klasičnih irskih ukusa, prava poslastica biće poseta Guinness pivnici, koja nudi zadivljujući panoramski pogled na grad uz degustaciju poznatog piva.



There is nothing wrong with the collective image we have of an island vacation — colorful cocktails, white sand, bright sun and clear blue beaches. But when it comes to the world's selection of islands, there's actually a surprising amount of variety. Secluded, busy, tropical, urban, here are the top islands worth visiting: Bora Bora (French Polynesia), Corsica (France), Easter Island (Chile), Iles des Saintes (France), Ireland, Isle of Skye (Scotland), Jeju-do (Korea), Kangaroo Island (Australia), Koh Tao (Thailand), Koror Island (Palau), Kyushu (Japan) and St. Lucia.

### **OSTRVO SKAJ** (Škotska)

Ono što škotsko ostrvo Skaj, sa brdima pokrivenih maglom i prelepim jezerima, čini najprepoznatljivijim je magija: Skaj je mesto gde se susreću mit i realnost. Ostrvo obiluje misterijama i prožeto je magičnim pričama i svetim relikvijama, koje vam nećemo otkrivati. To ostavljamo vama.

### **JEJU-DO** (Koreja)

Lokalno stanovništvo svoje najveće ostrvo Jeju-do, naziva korejskim Havajima. Pored prirodnih lepota koje će očarati zapadnjake, celo ostrvo je uvršteno na UNESCO listu svetske baštine. Jedna od najvećih atrakcija je Halla-san, neaktivan vulkan i najviša planina u Koreji. Ostrvo je prekriveno šupljinama nastalih od vrele lave, koje formiraju neke od najvećih pećina na svetu koje turisti rado istražuju.

### **OSTRVO KENGURA** (Australija)

Ostrvo kengura zvuči kao mesto iz neke bajke za decu, što i nije mnogo daleko od istine - nedugo pošto sletite na mali aerodrom, verovatno ćete sresti koale i kengure. Pored ovih životinja videćete i predivne plaže i veoma gostoljubivo lokalno stanovništvo, a imaćete priliku i da degustirate ukusnu hranu i vina, uključujući i čisti Ligurian med i Haloumi sir.

### **KOH TAO** (Tajland)

Manje turistički popularno od susednih ostrva Ko Samui i Ko Pha Ngan, Koh Tao je raj za opušteno bekpekere i zaljubljenike u ronjenje koji žele da plivaju sa šarenim ražama, ajkulama i morskim kornjačama. Uz tako dobre uslove za ronjenje i velikim brojem PADI prodavnica, Koh Tao je takođe i popularno mesto za sticanje sertifikata.

### **KOROR** (Palau)

Kada kažete reč "Palau" verovatno većina ljudi neće znati da je to država, pa neće ni moći da je pronađu na karti sveta. Veći deo teritorije države Palau nalazi se na ostrvu Koror, koje je i polazište za istraživanje nenaseljenih Rock ostrva, najboljeg mesta za ronjenje. Atrakcija na ostrvu je i zatvor, u kojem zatvorenici proizvode drvene daske za surfovanje, najpopularniji suvenir na ostrvu.

### **KYUSHU** (Japan)

Većina posetilaca poseti samo Honshu, najveće ostrvo u Japanu, ali Kyushu, najjužnije japansko ostrvo nudi sasvim drugačije iskustvo. Seizmička aktivnost pruža mnoštvo turističkih atrakcija, uključujući i Sakurajima vulkan, na kojem svakodnevno možete videti erupcije. Na zapadu, u regiji Ibusuki, nalazi se jedinstveni vreo, crni pesak poznat po svojim lekovitim svojstvima. Japanci dolaze ovde da leže u pesku i da se njime prekrivaju. Nakon toga sledi relaksiranje u izvoru prirodno zagrejane vode.

# Nezaboravni koktel ljubavi, luksuza i egzotike

Poznata američka spisateljica i svetski putnik Kathleen Squires posetila je svih sedam kontinenata i 60 zemalja u potrazi za savršenom destinacijom za odmor i inspiraciju. Živela je u Londonu, Tokiju i Buenos Airesu, a njeni radovi objavljeni su u renomiranim časopisima *The Wall Street Journal*, *Details*, *Saveur* i *National Geographic Traveler*. Kada su u pitanju najromantičnije destinacije u 2015. godini, Kathleen je izdvojila sledeće:

## PHUKET - TAJLAND

Zapanjujuće prirodne lepote najvećeg ostrva na Tajlandu već dugo privlače novopečene mladence. Beskrajne meke, bele peščane plaže, azurno plave vode, i neki od najboljih zalazaka sunca na svetu. Ostrvo ima i buran noćni život, mnogo odličnih restorana, ali i jednostavnih uličnih tezgi gde možete probati očaravajuću, pikantnu kuhinju Tajlanda. Kulturnim zadovoljstvima, poput obilaska budističkih hramova i svetilišta možete obogatiti vaš odmor. U ponudi je i romantična vožnja čamcem do raskošnih Phi Phi ostrva, kao i uživanje u Thai masaži. Ostrvo ima više od 60 hotelskih kompleksa sa 5\*, pa je luksuz zagarantovan.

*Gde odsesti:* *The Anantara Phuket Layan Resort & Spa*, otvoren 2014. godine jedan je od novijih hotela na ostrvu. Ima 30 soba i apartmana i 47 vila sa bazenima na osamljenom delu plaže. U

Kada se kaže medeni mesec, uvek pomislimo na neku posebnu, udaljeniju i egzotičnu destinaciju koja se pamti čitavog života. Slatko putovanje nakon venčanja, prema mišljenju većine, mora biti najromantičnije mesto na svetu, bez obzira da li se radi o metropoli punoj raznovrsnih sadržaja, zalasku sunca na usamljenoj plaži ili vikendu na selu.

*Cliffside kapeli* možete obnoviti zavete ili organizovati intimnu večeru za dvoje.

## BODRUM

Ovaj interesantan grad na jugozapadnoj obali Turske pun je egejskog šarma. Predstavlja raj za vlasnike luksuznih jahti, a noćna polovidba gulet-om (ručno pravljenim drvenim čancima) koji se mogu naći u marini jedna je od najromantičnijih stvari koje možete uraditi dok ste ovde. Bodrum je idealno mesto da se "uhvati" malo kulture, jer su u blizini ruševine Ephesus, dok je Muzej podvodne arheologije je u samom gradu.

*Gde odsesti:* Nedavno je otvoren *The Mandarin Oriental Bodrum* sa VIP spa apartmanima koji imaju privatni hammam.

## ČILE

Medeni mesec možete provesti i u nekom od vinskih sela u Čileu, zemlji poznatoj po ovom piću bogova. Vinske ture uključuju razgledanje i isprobavanje raznovrsnih čileanskih vina, kao i boravak u starim, kolonijalnim vinogradima. Posebno su zanimljivi vinogradi grupisani nedaleko od glavnog grada Santiaga koji se protežu 250 milja u unutrašnjost. Ne zaostaje ni Južna vinska regija *The Colchagua* koja proizvodi više puta nagrađivan *Malbec* i *Sauvignon Blanc*. Bez obzira na to za koju se regiju odlučite, oduševiče vas prirodne lepote ove zemlje, jer možete šetati u podnožju snežnih vrhova Anda, a onda uživati u pogledu na nepreglednu obalu Pacifika.

*Gde odsesti:* Poznati čileanski vinar i hotelijer Vik otvorio je ekskluzivni *Vina Vik Hotel* sa 22 apartmana koji se nalazi na uzvišici iznad jezera sa pogledom od 360 stepeni na vinovu lozu i veličanstvene Ande, na imanju od zadivljujućih 4325 hektara. Gostima je na raspolaganju i veoma upečatljiv bazen napravljen od nero granita koji doseže preko doline i jezera nudeći osećaj plivanja iznad vinograda.

## MILANO

Delić gradske kulture uvek je odlična ideja za medeni mesec, a ove godine je nemoguće zaobići ovaj drugi po veličini italijanski grad. Milano je od 1. maja do 31. oktobra domaćin univerzalne izložbe *The World Expo 2015*, a samim tim i centar najnovijih tehnologija,







The famous American writer and world traveler Kathleen Squires visited all seven continents and 60 countries looking for the perfect destination for leisure and inspiration. She lived in London, Tokyo and Buenos Aires, and her works have been published in renowned magazines such as The Wall Street Journal, Details, Saveur and National Geographic Traveler. When it comes to the most romantic destinations in 2015, Kathleen has allocated Phuket - Thailand Bodrum, Chile, Milan, St. Bart - Caribbean, Nicaragua, Las Vegas and Banana Island.



hrane i pića. La Scala, poznata gradska opera, imaće poseban repertoar tokom ovog sajma, a u događajima vezanim za modu možete uživati tokom cele godine. Pored postojeće izvanredne ponude, otvoreno je mnogo novih restorana, shopping centara, kulturnih i društvenih centara kako bi ugostili očekivanih 20 miliona posetilaca ove godine.

*Gde odesti:* Novootvoreni *The Mandarin Oriental Milan hotel* ima 73 sobe i 31 apartman savremenog dizajna, kao i vrhunski spa centar koji se prostire na 900 kvadratnih metara. Centar nudi 6 privatnih soba za uživanje u spa tretmanima, od kojih su dve namenjene parovima, kao i VIP apartman za Thai masažu i zatvoreni bazen. I to sve nadomak *La Scala* i milanskog najprometnijeg šetališta.

#### SENT BART – KARIBI

Rajski pejzaž ostrva Sent Bart krase 22 plaže posute bisernim peskom, tirkizno more, a dodatno ga uveseljavaju i raznobojne kućice i vile unikatnog stila. I glavni grad Gustavija je u nijansama vedrih i razdraganih karipskih boja. Na ostrvu će vam se ostvariti svi gastronomski snovi, od prave kreolske i tradicionalne francuske kuhinje do „cuisine nouvelle“. Boravak na Karibima predstavlja odmor za telo i duh, a oni aktivniji mogu uživati u skijanju na vodi, igranju tenisa, jahanju... To je „šik“ destinacija gde preko dana možete uživati na plaži, a u toku noći u šampanjcu, vinu i francuskoj kuhinji.

*Gde odesti:* Renovirani *Hotel Le Guanahani* ima 67 soba i apartmana smeštenih u šarman-

tnim, jako obojenim vikendicama koje se prostiru duž dve plaže.

#### NIKARAGVA

Sa svojim kišnim šumama, zanosnim jezerima, mnogobrojnim plažama i aktivnim vulkanima Nikaragva je najnovija destinacija za ljubitelje eko avantura. Kada je u pitanju Centralna Amerika ova opcija je uzbudljivija od Costa Rica-e i jeftinija od Belize. Talasi na obalama Nikaragve idealni su za surfovanje, a imponantni vulkani za planinarenje. Ako ste ljubitelji divljih životinja, svedeće vam se podatak da u Nikaragvi živi skoro 700 različitih vrsta.

*Gde odesti:* Prvi luksuzni hotel u Nikaragvi, *Mukul Beach Golf & Spa*, skoro je predstavio paket „Putovanje za srodne duše“ koji obuhvata



tandem masaže, intimne večere na plaži, uživanje u privatnom bazenu i još mnogo toga.

#### LAS VEGAS

Grad greha uveliko je poznat kao destinacija za venčanja „na brzaka“, ali ne i za medeni mesec.

Međutim pozitivne kritike mjuzikla „Medeni mesec u Vegasu“, koji se trenutno daje na Brodveju, navele su veliki broj parova da još jednom razmisle o Las Vegasu kao destinaciji za najsladji odmor. A i zašto da ne?! Ovdje se može naći za svakoga ponešto. Svetski poznati kuvari, najnoviji brendovi, performansi različitog tipa i još mnogo toga. A kada vam zabava dosadi, možete se okrenuti prirodnim lepotama, tj. običi Veliki Grand kanjon koji se nalazi na periferiji.

*Gde odsesti:* U gradu se često otvaraju novi hoteli, a neki od njih su *Delano Las Vegas*, *The Cromwell*, i *SLS Las Vegas* sa atraktivnim i raznovrsnim paketima za medeni mesec. Na primer *The Four Seasons Hotel Las Vegas* nudi pakete „avantura za dvoje“ - helikoptersko razgledanje Velikog Grand kanjona, piknik i šampanjac, kao i „Odmor i

relaksacija“ – doručak u krevetu i masaža za dvoje.

#### BANANA OSTRVO

Banana ostrvo nalazi se u blizini Dohe u Kataru, najbogatijoj zemlji na svetu. Do njega se može doći jedino privatnom jahtom ili helikopterom i ima samo jedan kompleks hotela. *Banana Island Resort Doha by Anantara* ima 141 sobu savremenog dizajna, apartmane i vile izgrađene u arapskom stilu na kristalo čistoj vodi. Marina može da primi 30 brodova, a gostima su na raspolaganju bazeni, privatne plaže, restorani, golf tereni, bioskop i spa centar koji je sa svojom ponudom jedinstven na Bliskom Istoku. Ovo jedinstveno ostrvo idealno je za parove koji žele da privatnost, „bezobrazan“ luksuz i mogu to sebi da priušte.

Priredila: **Nevena Vučić**

Izvor: [www.fodors.com](http://www.fodors.com)

## Sudbonosno **DA** - u Vrnjačkoj Banji

**D**a je Vrnjačka Banja svojevremeno bila mondensko mesto u koje se dolazilo da se bude viđen - mnogi znaju. Ali i tada, a i danas, Banja je bila i ostala jedno od najromantičnijih mesta, mesto u kojem su se rodile, vodile i srećno završile mnoge ljubavi. Divna vest je da je sve više onih koji, u želji da im venčanje bude što originalnije, svoje sudbonosno „da“ žele da izgovore baš u „kraljici banja“ i to u centralnom parku, u blizini legendarnog „Mosta ljubavi“.

Zahvaljujući Turističkoj organizaciji opštine Vrnjačka Banja, koja je prepoznala taj zanimljivi turistički trend, izgrađen je "Paviljon za venčanja" u kojem, parovi koji to žele, mogu da se venčaju u nesvakidašnjem, originalnom prostoru, pod vedrim nebom, okruženi zelenilom. Usluga venčanja u "Paviljonu" se ne naplaćuje, a sve što je potrebno jeste da se mladenci prijave u Turističku organizaciju.

- Moguće je ukrasiti prostor po želji, angažovati agenciju koja će obezbediti dekorativne stolove i stolice, a ne treba zaboraviti ni muziku. Kad budući supružnici stignu u kočiji koja se može iznajmiti u parku, ceremonija je spremna da počne - kaže Goran Karavesović iz TO Vrnjačke Banje i dodaje da je običaj da posle venčanja bračni par zakači katanac na „Mostu ljubavi“ da bi im brak bio srećan i dugovečan.

Ideja kako da se unapredi ovaj projekat je mnogo, a razmišlja se i o mogućnosti da parovi koji se na ovaj način venčaju, zasade sadnicu nekog plemenitog drveta u vrnjačkom parku, s tim da se pored mladice postavi pločica od mesinga sa imenima mladenaca i datumom venčanja. Tako će drveće da se umnožava i park širi, a „mladenci“ će dobiti dobar razlog da svake godine bar jednom dođu u Banju da obidu svoje drvo i izmere koliko im je porasla ljubav. Eto još jednog recepta za stvaranje lojalnih gostiju.





# Lipe listaju, ruže cvetaju, a devojke se udaju u junu...

Selo Lipolist, najveći proizvođač ruža u zemlji, jedan je od bisera na kruni Zapadne kapije Srbije - planine Cer. U prelepom okruženju ovog sela tradicija i običaji stvaraju izuzetnu priču koja će posetioce zauvek osvojiti i stalno vraćati u hladovinu stoletnih stabala lipa, čija hladovina miriše na ruže. U davna vremena kroz ovo selo su prolazili karavanski putevi trgovaca. Lipolistom i njegovom lepotom su bili opčinjeni mnogi njegovi posetioći.

U toku XVIII i XIX veka bogatu, ali opustelu Mačvu počinju da nasaljevaju Srbi iz Ugarske, današnje Vojvodine. Novi žitelji Mačve sa sobom donose i brojne običaje koji su bili vrlo praktični, ali gledano iz današnje perspektive vrlo neobični. Jedan od zanimljivih običaja je kako su domaćini putnicima i trgovcima koji su prolazili kroz njihova sela stavljali do znanja da imaju u kući devojku za udaju.

Običaj se sastojao u tome da stave lutku u prozor kuće, a koliko je bilo devojaka – toliko je moralo biti lutaka. Prozor je morao da bude okrenut ka ulici, obično bi pored lutke u prozoru stajalo i saksijsko cveće, obavezno veselih boja. Taj "devojački prozor" je bio statusni simbol domaćina tj. devojke koja treba da se uda.

U Mačvi i Lipolistu više nema "devojačkih prozora" sa lutkama u njima. Ovih običaja više nema, ali ostalo je predanje koje je ukradeno od zaborava i pretočeno u tematsku turističku turu "Lipe listaju, ruže cvetaju, a devojke se udaju u junu...".

Dobro došli u selo Lipolist!

Ana Pavlović,  
licencirani turistički vodič



## Tradicija ljubavi nikada ne izlazi iz mode... Proslavite Vaš poseban dan u hotelu Villa Breg u Vršcu!

Restoran Eol pruža izvanredne uslove za organizaciju venčanja. Raspolaže sa 150 mešta i sa dodatnih 100 mešta na delimično pokrivenoj terasi, sa koje se pruža veličanstven pogled na grad. Naš nesvakidašnji ambijent upotpuniće Vaš poseban dan.

### Prednosti hotela Villa Breg:

- Smešten na Vršačkom bregu, jedan sat vožnje od Beograda
- 10 godina iskustva u organizaciji venčanja
- Prelepi panoramski pogled na Vršac i vršačke vinograde
- Poseban meni prilagođen potrebama gostiju
- Obezbeđen besplatan parking za goste
- Specijalni pokloni i iznenađenja za mladence!

Izgovorite sudbonosno „DA“ u romantičnoj atmosferi hotela Villa Breg!

Goranska bb, 26300 Vršac, + 381 13 831 000, sales@villabreg.com, www.villabreg.com



# Velikan koji je promenio i proslavio Srbiju

Ovog leta navršava se punih 165 godina od rođenja Đorđa Vajferta, jednog od najvećih industrijalaca Srbije, koji je otvorio pivaru u Beogradu, rudnike u Kostolcu i Boru, pokrenuo „Sartid“ u Smederevu... Osim što je bio jedan od najbogatijih i najuticajnijih ljudi u Srbiji svoga doba, ovaj suosnivač i guverner Narodne banke Srbije i nosilac najvišeg stepena Velike masonske lože, ostao je upamćen kao veliki filantrop i mecena brojnih institucija i dobrotvornih društava u zemlji. Vodeći se životnom devizom da „treba davati kako bi se opet steklo“, pomagao je siromašne i bolesne, žene i decu, ali i umetnike i naučnike, bez obzira na njihovu veru i naciju. Nemač po rođenju, a Srbin po opredeljenju, Vajfert je dobitnik najviših srpskih i internacionalnih odlikovanja, istakavši se, između ostalog, i po učešću u ratovima i pomoći srpskoj vojsci. Kako bi se sačuvala uspomena na ovog velikog čoveka – kosmopolitu, vizionara i humanistu, Turistička organizacija Pančeva, grada u kom je rođen, pokrenula je ove godine manifestaciju „Dani Vajferta“, koja je premijerno održana 12. i 13. juna u ovoj varoši na Tamišu.





Nekada se iz Beograda za Pančevo putovalo isključivo brodom, jer nije bilo kopnenih puteva koji su povezivali ova dva grada. Upravo tako je 7. septembra 1923. godine Đorđe Vajfert, koji je živio u vili na Topčideru, krenuo sa dva broda put rodnog Pančeva, da u svojoj pivnici proslavi tri velika jubileja – 50 godina rada, srpskog državljanstva i zlatnu svadbu. Velika svečanost priređena je u njegovu čast, a uprava njegovog rodnog grada izabrala ga je za počasnog stanovnika. Tom prilikom, osveštana je i katolička crkva Svete Ane, jedna od njegovih zadužbina, koju je slavljem podigao u čast svoje majke Ane Zajc. Simbolično, vođeni tragovima prvog srpskog industrijalca i humaniste, krenuli smo ovog 13. juna na prve „Dane Vajferta“ brodom „Kovin“ iz Beograda, put varoši nekada poznate po svili, tamburicama, Vajfertovom pivu i pircama, iskrcavši se kod stare Vajfertove pivare, na „mesto odakle je sve počelo“.

#### STARA VAJFERTOVA PIVARA

Poreklom iz severne Austrije, Vajfertovi su se tokom prve polovine 18. veka doselili u Banat, prvobitno u Vršac, da bi krajem 19. veka jedan od njihovih potomaka Georg Vajfert, rešio da se iz Vršca, kao vrstan kožarski zanatlija preseli u Pančevo – grad koji je tada, kao pogranično mesto koje se veoma brzo razvijalo, nudio mnogo više mogućnosti. On ovde otkupljuje najstariju pivaru na Balkanu, podignutu davne 1722. godine, te svog najstarijeg sina Ignjata šalje u Bavariku da uči pivarski zanat.

- Po povratku u Pančevo, otac Đorđa Vajferta, Ignjat, potpuno je modernizovao način proizvodnje piva i sam njegov kvalitet, te je pančevačko Vajfertovo pivo vrlo brzo postalo prepoznatljiv brend u banatskoj regiji, a i šire. Kažu da su neki kontingenti stizali čak do Šlezije, a uzvodno Savom i do Hrvatske i Slovenije. Sama pivara je polovinom 19. veka bila tako modernizovana, sa najsavremenijom parnom tehnologijom, da je samo još jedna pivara u južnom Tirolu mogla da joj konkuriše po kvalitetu izrade piva u tadašnjoj Austrougarskoj monarhiji – otkriva **Vladimir Jovanović**, zvanični vodič „Vajfertove ture“ ispred Turističke organizacije Pančeva, dodajući da je Đorđe Vajfert rođen 15. jula 1850. godine upravo u kompleksu ove pivare, gde se nalazila porodična kuća Vajferta.



- Đorđe, kog su u Srbiji iz milošte zvali Đura, bio je najstarije dete Ignjata i Ane. Imao je dva brata – Huga i Stefana, i tri sestre – Magdalenu, Anu i Paulu. Osnovnu školu završio je u Nemačkoj, gimnaziju u Pančevu, Trgovačku akademiju u Budimpešti, a visoku pivarsku školu Vajenštefan u Bavarškoj. Usput je, još kao mladić, naučio da bude i dobar konjanik, mačevalac i strelac. Jednom rečju, bio je izuzetno širokih interesovanja i vrlo sposoban čovek, kako u fizičkom, tako i u intelektualnom smislu. Takav čovek se rađa jednom u sto godina – kazuje naš sagovornik.

Već sedamdesetih godina 19. veka Vajfertovi osnivaju Beogradsku pivaru, koju u svojoj 22. godini preuzima Đorđe, a njegov mladi brat Hugo ostaje da se stara o pančevačkoj pivari, dok paralelno nastavljaju širenje svog industrijskog imanja na ostale delove Srbije.

#### RUDNICI, BRODARSTVO I BANKARSTVO

Po završetku srpsko-turskih ratova, koji su trajali od 1876. do 1878. godine, nakon kojih je Srbija dobila nezavisnost, Đorđe Vajfert, po otpuštanju iz vojske, gde se borio kao konjanik i bio odlikovan „Takovskom zvezdom“ za svoja herojska dela, morao je da se uhvati u koštac sa





This summer will be marked 165 years since the birth of Georg Weifert, one of the greatest Serbian industrialists, humanist and founder of the National Bank of Serbia. This native German and Serb by choice was a great philanthropist and patron of various institutions and charities in the country. He has received numerous honors and highest level of Grand Lodge. To preserve the memory of this great man, the Tourist Organization of Pančevo, the city where he was born, has launched the "Days of Weifert," which premiered on the 12th and 13th of June in this town on the river Tamiš.

dobavkom dovoljne količine uglja za svoje parne pivare u Pančevu i Beogradu.

- Od države je uzeo koncesiju od 310 hektara u Kostolcu, gde je i ranije postojao primitivni rudnik, koji je godišnje proizvodio svega 750 tona uglja. Vajfert je za samo par godina unapredio

proizvodnju na 200.000 tona, ali se onda ukazao novi problem: kako taj ugalj transportovati do Beograda, kad nema ni puteva, niti pruga? Zato je počeo da ulaže u brodarstvo. No, shvativši da za to nema dovoljno novca, niti banke od koje bi zajmio novac, sem od zeleniša, čije su kamate išle i do 50 odsto, došao je na ideju da pokrene Zadrugu za uzajamnu pomoć i štednju i 1882. godine osniva prvu banku, čije kamate nisu smele da pređu 10% (sve preko toga smatralo se sramotnom pljačkom!), a svaki štediša koji bi uložio novac imao je godišnju kamatu od 7 odsto – kazuje Jovanović, i dodaje:

- Tek nakon toga, srpski parlament usvaja Zakon o Narodnoj banci i postavlja baš njega na mesto predsednika Upravnog odbora. Zahvaljujući Vajfertu, Narodna banka Srbije je osnovana od isključivo domaćeg kapitala. Nijednom strancu nije dozvolio da ulaže novac, dok se domaćim preduzetnicima ne omogući ta prilika, a Srbiji mogućnost da sama diktira

uslove pod kojima će taj novac davati. Isključivo se orijentisao na zanatlije i trgovce, a finansijski je najviše pomagao industrijalcima iz pasivnijih delova Srbije, kako bi započeli posao – pripoveda naš vodič priču o Vajfertu, koji je bio guverner NBS u dva navrata: od 1890. do 1902. i od 1912. i 1926, nakon čega je izabran za doživotnog počasnog guvernera.

Nakon rudnika mrkog uglja u Kostolcu, prvi veliki industrijalac Srbije kupio je i rudnik bakra u Boru, i na kraju rudnik kamenog uglja Podvis, uz šta je došao i rudnik zlata Sveta Ana. Osim što je bio jedan od najbogatijih i najuticajnijih ljudi u Srbiji svoga doba, Vajfert je ostao upamćen kao veliki filantrop i mecena brojnih institucija i dobrotvornih društava u zemlji.

**VELIKI HUMANITARAC**

Svojim sredstvima je Đorđe Vajfert osnovao invalidski fond „Sveti Đorđe“ i Društvo „Kralj Dečanski“ za zbrinjavanje i obrazovanje gluvo-neme dece. Finansirao je izgradnju bol-

## ВАЈФЕРТОВА ПУТА

**1. РОДНА КУЋА ЂОРЂА ВАЈФЕРТА**

Ђорђе Вајферт, човек који ће својим индустријалним и предузетничким делом обележити крај XIX и почетак XX века, рођен је 13. јуна 1851. године, у кући која се налази у улици Констанаса Старе панчевачке пијаваре, у улици Николе Тесли 2.

**2. ПАНЧЕВАЧКА СТАРА ВАЈФЕРТОВА ПИЈАРА**

На самој обали Тамиша, 1722. године подигнута је најстарија пијара у овом делу Европе, трговачки и правни индустријалски центар за ову област. Први власник био је Албрехт Коттинг. Освајачице у пројекцији и првом класичном стилу оне су се оне до 1847. године, када је извршен претходни пројекат Вајферта. У изградњу су такође учествовали његови син и нећак. После Другог светског рата пијара се занемарљиво и делимично ради све до 1977. године, када у њој извршено претходно пројектовање. Старија културног добра од великог значаја добија 1993. године.

**3. СТАРНИНА**

Једна проблема са изградњом Тамиша, али и изградњом првог великог индустријалског завода, од 1891. године, изградња Вајферт преградује постојећи заслонети стенови на месту изградње – потпуно ново стањено. Од 1916. године на овом месту изградња се и фајбрика за прављење вештачког млека која ће радити све до 1970. године. Данас се на овом месту налази привредна зона.

**4. ЦРКВА СВЕТЕ АНЕ**

Поводом 20 година Брано и Јулије Скарије могу су присуствовати у Панчеву, Брано Јар Вајферт, Јулије и Јулија, изграђени су самог изградње, Црква Свете Ане. Почи на прву изградњу је сам Вајферт и у току изградње и у складу са својим вољом Ану Старицу, оснивача културне привреке је добио 2000. године. Данас се у њој организује службе и концерти драмне музике.

**5. ПОРЦИОНА ГРОБНИЦА ВАЈФЕРТОВИХ**

У порциони гробница која се налази у данашњој реновираној гробници, лежи на самој улици, 13. јуна 1977. године, у њеном постојећем, изграђено је Ђорђе Вајферт. Самог изградње изградња Вајферт и изградња 24. јуна. Децембра изградња изградња изградња и изградња претходно су изградња, изградња Свете Ђорђе до Цркве Свете Ане, а постоје у изградњу гробница. Само изградња изградња је прва изградња изградња, која је изградња изградња изградња изградња изградња изградња.



nice za žene i decu u Tiršovoj, Srpskoj akademiji nauka i umetnosti dao je veliku donaciju, a pomagao je i Udruženje gostioničara i hotelijera... Vodeći se životnom devizom da „treba davati kako bi se opet steklo“, neretko dovodeći i sebe na ivicu bankrotstva, pomagao je siromašne i bolesne, žene i decu, ali i umetnike i naučnike, bez obzira na njihovu veru i naciju.

- Imao je vremena da sasluša i pomogne svakom ko bi mu došao sa nekom nevoljom. Vrlo često je davao novac i to nigde nije beležio, niti je ikada spominjao kome je šta dao. Svojim radnicima je prvi uveo plaćeno bolovanje i osmočasovno radno vreme. U Kostolcu i Boru, svakom ko je imao porodicu dao je stan, 13 ari zemlje da se hrane i besplatan ogrev. Ne mogu se pobrojati njegove donacije – i srpskoj crkvi, i Kolu srpskih sestara... Srpski patrijarh ga je i odlikovao, iako je on bio rimokatolik od svog rođenja pa do smrti. Srpska crkva mu je bila vrlo zahvalna, jer je bio i kreator tri pravoslavne crkve. Gradio je čitaonice, škole, puno je od svog ličnog profita trošio da bi učinio polzu čitavom narodu, i bio je jako voljen i cenjen – otkriva Vlada Jovanović.

Nemac po rođenju, a Srbin po opredeljenju, Vajfert je dobitnik sedamnaest najviših srpskih i internacionalnih odlikovanja, istakavši se, između ostalog, i po učešću u ratovima i pomoći srpskoj vojsci.

- Bio je vrlo hrabar vojnik, izuzetno vezan za srpsku vojsku, u čiju modernizaciju je ulagao mnogo novca. Zahvaljujući njegovim sredstvima, kupljene su prve baterije topova za artiljerijske jedinice srpske vojske. Kad su počeli Balkanski ratovi, srpskom stanovništvu obezbeđivao je pomoć u hrani. Takođe, za vreme Prvog svetskog rata, u emigraciji na jugu Francuske, prikupljao je priloge za srpski narod i vojsku. Zanimljivo je da je tada, zahvaljujući svojim privatnim i poslovnim vezama, uspeo da sačuva svu imovinu Narodne banke Srbije, kojom je rukovodio iz Marseja. Dok Srbije fizički nije bilo, NBS je u Francuskoj davala kredite i zarađivala novac! Tim novcem je finansirala srpsku vojsku u njenom oporavku i slanju sa Krfa dalje na Solunski front – otkriva naš sagovornik činjenice o ovom velikom čoveku, čije je grudi krasilo ordenje francuske Legije časti, Albanske spomenice, Takovskog krsta, tri Karađorđeve zvezde, četiri Bela orla...

#### SRBIN NEMAČKOG POREKLA

- Vrlo je vodio računa o siročadi, vojnim invalidima, i o svemu onome o čemu sama država nije brinula. Žalosno je da su posle Prvog svetskog rata ulicama Beograda prosile stotine vojnih invalida, solunskih heroja, dok su pripadnici tadašnje oligarhije, koji su zaradili ogroman novac na ratnoj nesreći, uživali u velikom bogatstvu. Nije im padalo na pamet da bilo šta odvoje za ljude koji su dali ono što im je najvrednije za slobodu svoje zemlje. Za razliku od njih, Đorđe Vajfert je sam, od svog novca i fondacije koju je osnovao, uradio mnogo toga što je trebalo da bude zadatak države, a ne pojedinca. Time je pokazao koliko je veliki – tvrdi naš vodič kroz život i delo Đorđa Vajferta, čoveka koji je promenio i proslavio Srbiju, a koga mi danas, nažalost, prepoznajemo samo kao lika sa novčanice od hiljadu dinara.

A on je bio još mnogo toga: ljubitelj umetnosti i strastveni numizmatičar koji je svoju vrednu zbirku, nasleđenu od porodice i dopunjenu za života, poklonio Narodnom muzeju Srbije i Beogradskom univerzitetu; jedan od



#### LJUBAV PREMA RODNOM PANČEVU

Iako je veći deo života proveo u Beogradu, Đorđe Vajfert se uvek rado vraćao u Pančevo. Preminuo je u januaru 1937. godine u Beogradu, u 87. godini života. Po sopstvenoj želji, sahranjen je u Pančevu, u porodičnoj grobnici na rimokatoličkom groblju, levo od ulazne kapije čiju je izgradnju sam finansirao. Njegovi posmrtni ostaci preneti su iz Beograda brodom „Sveti Đorđe“, a zatim prevezeni do njegove zadužbine, crkve Svete Ane. Tamo su bili izloženi dva dana, gde su se brojni građani i najznačajnije ličnosti Pančeva tog vremena opraštali od svog sugrađanina i velikog dobročinitelja. Bio je oženjen Marijom Gasner, ali nisu imali potomke. Posle Drugog svetskog rata, njegova imovina je nacionalizovana, i u današnje vreme se procenjuje na 12 milijardi dolara.

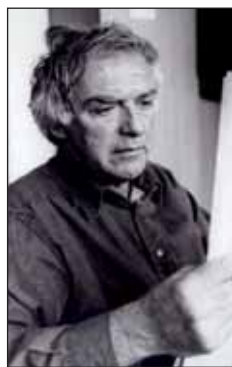
utemeljivača Biciklističkog saveza; predsednik Banatskog i počasni predsednik Vršackog vatrogasnog udruženja; vlasnik fabrike leda u Pančevu; Veliki majstor masonske lože Srba, Hrvata i Slovenaca, a kasnije i Velike lože Jugoslavije; Nemac koji je bio veći Srbin od mnogih Srba. Jer, bilo je u to vreme i bogatijih i moćnijih ljudi od Vajferta, ali ne i sa takvim preduzetničkim duhom da bi novac ulagali u nove poduhvate, niti toliko velikog srca, da bi svoj imetak nesebično poklanjali svom narodu.

Biljana Bosnić

# Velika četvorka

*ponovo u*

## Francuskoj 7



Turisti, ali i ostali posetioci „Kluba književnika“ imaju priliku da saznaju za kojim stolom je Ivo Andrić dao svoju prvu izjavu za javnost kada mu je saopšteno da je dobitnik Nobelove nagrade, kao i da vide gde je redovno obitavao Momo Kapor, ili Danilo Kiš i Bogdan Tiernanić – takođe stalni gosti ovog restorana.

O d svog postanka, „Klub književnika“ bio je mesto na kom su se okupljale najznačajnije misleće glave – pisci, novinari, umetnici, političari, kao i ostala domaća i strana elita koja bi gostovala u Beogradu... Veliki broj književnika ovde je započinjao večeri i provodio noći u tri podrumске sale ovog kulturnog boemskog mesta.

Ovde, u „Klubu pametnih reči“, kako su ga mnogi s pravom nazivali, nalazila su inspiraciju brojna „velika pera“, koja su ostavila dubok trag u srpskoj i svetskoj književnosti. „Klub

književnika“ je, iz poštovanja prema tim velikim ljudima, njihovim delima, vremenu i emocijama koje su vezali za ovo mesto, odlučio da svakome od njih posveti sto za kojim je proveo najviše vremena. Na taj način, u svom „Klubu“ i danas „žive“ Momo Kapor, Ivo Andrić, Danilo Kiš i Bogdan Tiernanić.

#### KLUB NEPLAĆENIH RAČUNA

Tih davnih, lepih uspomena iz „Kluba književnika“ priseća se **Ljiljana Kapor**, otkrivši nam da je ovaj kulturni restoran emotivno mesto koje je vezuje za njen život sa Momom Kaporom. Tu su se, kako navodi, prvo vidali tajno, kao ljubavnici, a potom i kao supružnici, dok su svedoci njihove ljubavi bili legendarni vlasnici „Kluba“ Buda Blagojević i Ivo Kusalić. Seća se i smotka neplaćenih računa koji su ova dvojica ugostiteljskih gromada oprostila brojnim književnim gromadama.

Prilikom svoje prve posete „Klubu književnika“, račun nije platio ni **Franjo Lasić**, jer je bio Ivin sugrađanin – Dubrovčanin, „gospar iz grada“.

- „Klub književnika“ je svojevremeno bio centar Jugoslavije, mesto gde ste mogli biti ugošćeni i bez novca. U „Klubu“ to nikada nije bio problem. Tu su se skupljali doajeni jugoslovenskog glumišta, biznismeni, pevači, političari... Svi su



bili oduševljeni hranom, ali i Budinim trudom. Ustajao bi u 5h, išao na pijacu, kupovao najsvežiju hranu i služio je ovde. „Klub“ je i danas mesto gde možete kvalitetno jesti i bez problema dobiti repete. Moja ljubav prema njemu i dalje traje, pa sam se pre nekoliko dana ovde i oženio – otkriva Lasić.

#### ANDRIĆEV ČAJ

Ljiljana Kapor je, sećajući se svog supruga Mome, podsetila na jedan događaj iz njihovog života u „Klubu“:

- Momo je uvek prepričavao kako je davne 1964. godine sedeo sa Ivom Andrićem. Kada je Ivo Kusalić, prvi vlasnik restorana, pitao Ivu Andrića šta želi da pojede i ponudio mu neka od jela, Ivo je odgovorio: „Nisam kopao rudnik, daj mi čaj“. Mladi pisci koji su bili prisutni su takođe naručili čaj, a onda krišom išli do šanka kako bi popili nešto žešće – otkrila je Ljilja Kapor.





### „SMEDEREVAČ“ SUPERSTAR

A osim čuvenih Ive i Bude, jedan od glavnih simbola ovog restorana u Francuskoj 7, svakako je i popularni „Smederevac“. Ova peć na drva, sastavni je deo „Kluba“ od njegovog osnivanja 1946. godine, pa sve do 2008, kada je nakon nekoliko stotina hiljada pripremljenih jela i zvanično „otišao u penziju“, preselivši se iz kuhinje u dvorište, gde kao „muzejski eksponat“ počasnno pred ulazom dočekuje goste.

- Kada sam 1994. godine počeo da radim u ovom restoranu, nisam mogao da verujem da se ovde i dalje jela spremaju na „Smederevcu“! Priprema hrane na ovoj peći bila je neuporedi-

Brojni gosti, a naročito stranci, koji su često ulazili u kuhinju sa željom da upoznaju kuvara i vide kako se to sprema njihova hrana, nisu mogli da veruju da su najukusniji zalogaji spremljeni baš na starom „Smederevcu“.

### SVETSKI DŽET-SET U CENTRU JUGOSLAVIJE

No, „Smederevac“ nije bio jedina zvezda „Kluba

### KIŠOV "KORAK U PRAZNO"

Autor filma o „Klubu književnika“ Veljko Đurović objasnio je kako se nekad "osvajao" ovaj kulturni prostor:

- U početku sam stidljivo sedeo za šankom, a onda sam kao i mnogi krenuo od male sale, prešao u srednju, a kasnije „napredovao“ u levu salu prepunu uglednih ljudi, salu onih koji su uspeli u životu – rekao je Đurović, otkrivši da je šank ovog restorana bio jedinstven po tome što nije imao šipku za noge.

- Upravo je taj momenat inspirisao Danila Kiša na zaključak da je „odsustvo šipke mnoge pisce navelo na korak u prazno“.



In the "Club of smart words", as many have rightly called a cult Belgrade's restaurant "Klub književnika", were inspired many writers who have left a deep mark in Serbian and world literature. "Klub književnika" out of respect for these great people, their works, time and emotions that are tied to this place, decided to devote each of them a table where they spent the most time. In this way, in the "Club" today still "live" Momo Kapor, Ivo Andrić, Danilo Kiš and Bogdan Tiernanić.

- Kada je svojevremeno Rokfeler bio u Beogradu, cela njegova svita došla je u „Klub književnika“, ali znatno pre ustaljenog okupljanja u „Klubu“. Ovde se izlazilo tek posle 21h, i baš kad je Rokfeler sa pratnjom odlazio, gosti restorana počeli su da pristižu. Ostaće zapamćeno da su ga gosti zadržali, i da je on teška srca napustio restoran, i to – u četiri ujutru! - kazuje legendarni konobar **Bane Simović**, dok pred fajront od menadžera **Vlade Lazarevića** saznajemo da je nedavno renovirana bašta „Kluba“ koja će biti funkcionalna tokom cele godine.

Novost je i to da će ovaj „Klub“, u kom se stvarala istorija i gde su se rađala najveća



vo zahtevnija nego na savremenim električnim šporetima, ali se tačno znalo na kom kraju peći je koja temperatura, pa se shodno tome i znalo gde se krčka sarma, gde se peče roštilj, a gde je najbolje postaviti fritezu – kazuje šef kuhinje **Ljuba Vasić**.

književnika“. Zapravo, sam „Klub“ je bio stecište svetskih zvezda! Elizabet Tejlor i Ričard Barton, Kirk Daglas, Vivijen Li, Sofija Loren, Marlon Brando, Robert de Niro... svi oni, po dolasku u Beograd, imali su jedan isti zahtev – da ih domaćini uveče odvedu u „Klub književnika“!

### NOVO: DNEVNI MENI PO POVOLJNOJ CENI

Osnovan 1946. godine, „Klub književnika“ bio je restoran društvene ishrane za pisce, gde se po subvencionisanim cenama hranila intelektualna elita Beograda. Tradicionalno u njemu su se spremala stara jela. Od nedavno je „Klub književnika“ uveo novi običaj, sličan onome od pre 70 godina: radnim danima u ovom restoranu postoji dnevni meni, gde se po povoljnim cenama od 530 do 650 dinara, može uživati u najboljim jelima ovog uglednog restorana, poput kremenadle na užički način, sarme, gulaša, kuvane junetine, gratinirane jagnjeće sarmice, graška il' boranije sa mesom...



književna dela, ali i velike ljubavi, svoja vrata otvoriti i turistima, koji će imati priliku da čuju mnoge neispričane priče i anegdote negdašnjih i današnjih boema.

**Biljana Bosnić**





### ZA VAŠ HOTEL: SOVA "ČUVARKUĆA"

Kada je talentovana dizajnerka i slikarka **Tamara Kusovac** naslikala prvu sovu imala je utisak da je njene oči gledaju kao da su žive. To je dalje podstaklo da stvara i stvorilo potrebu da je prenese i u domove prijatelja, dragih ljudi, jer se u nekim kulturama veruje da



kada se sova nastani u domu, tu kuću prate sreća i blagostanje. Počela je da ih razvija stilski i formalno, istraživala je najzujbudljivije kombinacije boja i materijala, i nastojala da svaka ima svoju priču, da bude neponovljiva. I zaista, sove su unikatne, ljupke, izrađene od obrađenog drveta, ukrašene perjem i perlicama. A "Turistički Svet" ih preporučuje svakom hotelu, prvo kao čuvarkuću, a potom i kao zanimljiv suvenir koji prenoseći dobru energiju domaćina – čuva onog kome je poklonjen!

[www.tamarakusovac.com](http://www.tamarakusovac.com)





# Hotelijeri uspešno obavili „nemoguću misiju“!

Redakcija časopisa „Turistički Svet“, Udruženje za turizam Privredne komore Srbije i Udruženje „Ambasadori dobre usluge“ organizovali su sredinom maja najveće godišnje okupljanje profesionalnih hotelskih domaćica u Privrednoj komori Srbije - IV prolećni susret menadžera hotelskih domaćinstava, ove godine sa provokativnom i atraktivnom temom **HOTELIJERI U NEMOGUĆOJ MISIJI!**

Zašto u nemogućoj misiji, pokušali su da odgovore **Radomir Samčević**, direktor agencije HT, i **Dragan Todorović**, predsednik Grupacije Hoteli Srbije pri PKS, koji je istakao da su za dobar utisak gostiju zaslužni svi zaposleni u hotelu, a naročito hotelsko domaćinstvo, čiji je posao jedan od najtežih u hotelijerstvu, pritom, nagrada za njega neadekvatna, a loši rezultati brzo vidljivi.

Ovakav stav podržala je i **Ljiljana Rebrnja**, urednica časopisa „Turistički Svet“, izvršni direktor susreta, naglasivši da hotel može da funkcioniše, recimo, i bez restorana i wellness centra, ali ne i bez smeštajnog dela o kojem, između ostalog, brine upravo personal hotelskog domaćinstva. A o njima - Sekcija menadžera hotelskih domaćinstava, koja, kako je istakla Jelena Ševo, potpredsednica Sekcije, upravo obeležava 10 godina od osnivanja, tokom kojih je status profesije značajno unapređen i to: organizovanjem treninga, konferencija, stručnih ekskurzija, izradom priručnika za menadžere i za sobarice, druženjima i umrežavanjem.

Na ovogodišnjem susretu, učesnici iz više od četrdeset hotela širom Srbije imali su priliku da saznaju kako da reše probleme za koje su, na osnovu svog dotadašnjeg iskustva, mislili da ih je teško rešiti. Tako su, osim mogućnosti da se upoznaju, druže, razmene važne informacije za struku i mnogo dobre energije, hotelijeri imali priliku da od predstavnika privrede koji razvijaju kvalitetne i inovativne HoReCa programe (ali

ne nauštrb kvaliteta!) dobiju odgovore na pitanja koja ih muče i konkretna rešenja za ono što im u ovom trenutku izgleda „nereshivo“. Taj zadatak su uspešno obavile kompanije „Austrochem“, „Beotim“ i „Duni“ iz Beograda, „Stotex“ iz Starih Banovaca i „P&F“ iz Lučana.

Učesnici su ove godine imali priliku i da od uglednih predavača saznaju više na temu stila, dizajna enterijera, novih trendova... **Prof. dr Ljiljana Kosar** bavila se na zanimljiv način temom kiča i kempa u dizajniranju ambijenta hotela, arhitekta **Ivana Banović Đorđević** – organizacijom hotelske sobe i njenim instant preuređenjem, a specijalni gost IV susreta stilista **Ašok Murti**, govorio je o usaglašavanju stila hotela i izgleda zaposlenih, uključujući nove trendove u uređenju.

U skladu s temom, čitav ambijent bio je dekorisan cvećem, slikama, ljupkim sovama Tamare Kusovac, originalnim detaljima i organizacijom sale koji su razbijali oficijelnost i davali neophodnu toplinu ovom događaju s umetničkim pečatom.

Obeležene su i dve lepe godišnjice: 10 godina Hotela „Zlatibor MONA“ i 5 godina Hotela „Izvor“, a sobarice koje su njihovi hoteli poslali na IV prolećni susret menadžera hotelskih domaćinstava – dobile su na poklon „Operativni priručnik za sobarice“.

Izabrana je i maskota Prolećnih susreta: *sova čuvarkuća*, s idejom da bude zaštitni znak svakog hotelskog domaćinstva i originalni, brendirani suvenir hotela, koji će svojom dobrom energijom i porukom trajno vezivati i domaćine i goste.

I šta reći na kraju, osim da je to bila jedna bogata, interaktivna i po svojim efektima izuzetno korisna priča u kojoj su jednako uživali i hotelijeri i učesnici IV susreta menadžera hotelskih domaćinstava Srbije, dokazavši još jednom da ništa nije nemoguće, pa ni uspešno obaviti nemoguću misiju.

**Redakcija „Turističkog Sveta“**

## CEBEF

CENTAR BEOGRADSKIH FESTIVALA

Ilije Garašanina 24,  
11000 Beograd  
+381 11 3236 530, +381  
11 3241 319  
[www.cebef.rs](http://www.cebef.rs)

### Centar beogradskih festivala CEBEF

*Delatnost:* priprema, organizovanje i realizacija koncerata umetničke muzike i manifestacija u oblasti kulture od značaja za grad Beograd (FEST, BEMUS, BELEF, Beogradski festival dokumentarnog i kratkometražnog filma - BFDKF, Filmski festival u Sopotu – SOFEST), kao i drugih programa u oblasti kulture za potrebe Grada Beograda.



**AURORA doo**

32240 Lučani,  
Jugoslovenske armije 2/L1  
tel/fax: +381 32 818 730;  
+381 32 817 077

[www.auroralu.co.rs](http://www.auroralu.co.rs); e-mail: [auroralucani@gmail.com](mailto:auroralucani@gmail.com)

- *Proizvodnja:* "LUTERM" termofluida za sisteme grejanja i hlađenja, auto hemije, razređivača i lazurnih premaza,
- *Trgovina organskim rastvaračima*
- *Sredstva i oprema za ekološko čišćenje i odmašćivanje po sistemu "Bio Circle"*



Bulevar Vojvode Mišića 14, hala 6, lokal 2  
11000 Beograd, Srbija:

Tel/Fax: +381 11 28 36 470; Tel: +381 11 36 15 970  
[austrochem@austrochem.rs](mailto:austrochem@austrochem.rs); [www.austrochem.rs](http://www.austrochem.rs)

Preduzeće **AUSTROCHEM D.O.O.** je osnovano 01.06.2008 i deo je grupacije **TARMANN CHEMIE** koja se bavi proizvodnjom i distribucijom industrijskih sredstava za čišćenje i održavanje higijene.



Beotim DOO  
Sarajevska 40/23  
11000 Beograd  
PIB 101833424  
[www.beotim.net](http://www.beotim.net)

**Beotim Sve na jednom mestu za hotele.**

## Miele

PROFESSIONAL

Bulevar Zorana Đinđića 64a  
11070 Novi Beograd  
Srbija

Tel: +381 11 655 6086; Fax: +381 11 655 6085  
[info@miele.rs](mailto:info@miele.rs); [www.miele.rs](http://www.miele.rs)

Bavimo se uvozom, prodajom i servisiranjem profesionalnih aparata za pranje, sušenje i peglanje veša, kao i mašina za pranje sudova. MIELE profesionalne aparate karakteriše vrhunski kvalitet, dugotrajnost, pouzdanost i efikasnost.

# Od KIČa do KEMPa

Razumevanje kiča i kempa, fenomena koji duboko zadiru u savremenu svakodnevnicu, nameće multidisciplinarna istraživanja iz oblasti umetnosti, sociologije, kulture, psihologije, ali i menadžmenta, odnosno tržišne ekonomije u kojoj „pliva“ turizam kao privredna delatnost, pa i hotelijerstvo kao njegova „materijalna osnova“. Ipak, hotelijerstvo je danas mnogo više od „materijalne osnove“. Pojedini tipovi hotela, poput tematskih, butik, dizajn, „lifestyle“, HIP, destinacijskih, „fashionable“ hotela, zahvaljujući umnogome dizajnu ambijenta - zaslužuju epitet svojevrsnih turističkih atrakcija koje privlače određene tržišne segmente. A nastali su zahvaljujući tome što su njihovi kreatori prepoznali životni stil i potrošačko ponašanje pojedinih korisničkih grupa koje pripadaju određenim kulturama i subkulturama. Razumevanje i prihvatanje ambijenta ovih hotela, u skladu sa njihovim „magnetizmom“ za određene goste, neminovno nas dovodi do pojmova kiča i kempa.

## KIČ – JEDAN OD „MODERNIH GREHOVA ČOVEČANSTVA“

Prema definiciji Oksfordskog rečnika, kič se objašnjava kao umetnost ili umetnički predmet koji karakteriše bezvredna pretencioznost. Kič je stvaralaštvo niske vrednosti čije su umetničke pretenzije dostupnost najširem krugu ljudi. Kič povlađuje neizgrađenom ukusu i često je na ivici prihvatljivosti u pogledu estetskih i moralnih kriterijuma. Međutim, kič, kao oblik omasovljenog pseudoumetničkog izraza, izaziva jak emocionalni naboj kod svojih sledbenika. Tretira se kao roba koju treba prodati po svaku cenu, bez obzira na posledice. Kič je prateća pojava masovne kulture. Međutim, rasprostranjenost i magnetizam kiča ogledaju se u njegovoj dopadljivosti. Stvaraju ga ljudi koji nisu lišeni estetskog iskustva i kriterijuma, ali je ključna odlika kiča plitka, površna, kratkotrajna impresija, odnosno emocija koja ni u kom smislu ne doprinosi duhovnom i intelektualnom razvoju.

.....  
*Kič nudi lagodnu izvesnost,  
 a kemp avanturu.*  
 .....

Nastanak kiča povezan je sa industrijskom revolucijom, pre svega u Americi i Evropi, koja je donela intenzivne migracije iz sela u grad, opisnjenjavanje i „instant“ obrazovanje velikog broja ljudi čiji stil života nameće neke nove, takođe „instant“ kulturne potrebe. Upravo je kič fenomen koji ima moć da zadovolji takve potrebe. Tačnije, kič nastaje da bi zadovoljio te potrebe, naglo iznikle iz promene životnog stila, lišenog kontinuiteta u obrazovanju, intelek-



tualnom razvoju, estetskom, etičkom i duhovnom sazrevanju individue.

Kič se protivi stvaralačkim i duhovnim naporima. Tretira se kao jedan od „modernih grehova čovečanstva“, usađen u predmete i iznijansiran slabostima čovekovog duha i snagom njegovih čula.

Jedan od najprepoznatljivijih principa kiča jeste princip kumulacije ili nagomilavanja. Odnosi se na primer na nagomilavanje nakita, ukrasa pri oblikovanju enterijera i dr. Sledeći prepoznatljiv princip kiča jeste princip sinestezijske percepcije, odnosno istovremeno estetsko doživljavanje

pomoću više čula. Ovaj princip je kompatibilan sa prethodnim, s obzirom da nagomilavanje samo po sebi istovremeno aktivira različita čula. Veoma rasprostranjen i prepoznatljiv princip kiča jeste princip komfora. Ovaj princip se povezuje sa čovekovom potrebom da se što manje napreže, kako u fizičkom, tako i u intelektualnom smislu. U tom kontekstu, visoke tehnologije, mehanizacija i automatizacija lansiraju proizvode koji jednostavnošću upotrebe lišavaju ljude nepotrebnih napora. S druge strane, odsustvo fizičkog napora povlači za sobom i odsustvo želje za umnim naporom, što znači da ljudi nemaju potrebu da shvate



„ozbiljna“ umetnička dela, da pokušaju da proniknu u suštinsku ideju i poentu umetnika, pa uporište nalaze u konformističkoj dimenziji kiča koji ih vodi u intelektualnu lenjost.

Kič počiva na pomenuta tri ključna principa koji sinergetski funkcionišu. Ovi principi predstavljaju bazu za identifikaciju osnovnih atributa kiča, kao što su: *neautentičnost, komercijalnost, hibridnost, sentimentalizam, spektakularnost, agresivnost, imitativnost.*

#### **KIČ U HOTELIJERSTVU: ORUĐE ZA BORBU S KONKURENCIJOM?!**

Kratak prikaz pojma i suštine kiča kao opšte rasprostranjenog sociokulturnog fenomena upućuje na otkrivanje njegove primene u hotelijerstvu. Hotel nije samo ugostiteljski objekat, odnosno prostorno-funkcionalni okvir za realizaciju usluga smeštaja, ishrane, zabave, rekreacije, relaksacije i dr. Hotel je mnogo više od toga. On je specifična kulturna i socio-psihološka pozornica na kojoj se smenjuju gosti i zaposleni u različitim ulogama.

Sveprisutna konkurentska borba na tržištu naterala je hotelijere da shvate da ne mogu zadovoljavati samo egzistencijalne potrebe gostiju pružanjem osnovnih ugostiteljskih usluga. Hoteli teže da zadovolje i sociopsihološke i kulturne potrebe gostiju, da prodru u srž njihovog potrošačkog ponašanja, da se prilagode njihovim željama i zahtevima. To znači da hoteli žele da priušte gostima slatunjavu, sentimentalnu, idiličnu sliku sveta u odrazu ružičastog ogledala. Dakle, na scenu stupa kič, kao važno oruđe u borbi sa konkurencijom, kao instrument za pridobijanje klijenata. U tom kontekstu, hoteli ugrađivanjem kiča ne samo u dizajn enterijera, već i u oblikovanje kompletnog ambijenta, prepoznaju potrebe svojih klijenata. Kič-klijenti će na taj način dobiti mogućnost zadovoljenja svojih kič-potreba, biće podstaknuti da i dalje u istom pravcu razvijaju svoje želje i zahteve, kojima hotel paketom svoje ponude izlazi u susret, uz odgovarajuću nadoknadu. I više od toga. Marketingom se podstiču elementi kiča u ponudi, agresivnim i predimenzioniranim delovanjem na čula, simuliranjem potencijalnih doživljaja i efekata konzumiranja hotelskog proizvoda.

Jedan od najvažnijih principa kiča - princip nagomilavanja, gotovo da je sveprisutan u oblikovanju hotelskog enterijera. On se ne odnosi samo na uređenje hotelskih prostora, pri čemu se uglavnom misli na stacionarnu opremu, već i na sitan inventar, način serviranja, senzorske odlike gastro-proizvoda. Na ovaj princip se neminovno nadovezuje princip sinestezijske percepcije koji agresivno insistira na istovremenom aktiviranju različitih čula. Kad je hotelski ambijent u pitanju, misli se, pre svega, na istovremeno aktiviranje čula vida i sluha. Enterijer pretrpan detaljima, pa samim tim, diskutabilan u estetskom smislu, biva „obogaćen“ novom dimenzijom kiča dodavanjem svetlosnih efekata.


Muzika je nezaobilazna komponenta hotelskog ambijenta, uobičajena za javne prostore, prevashodno u sektoru hrane i pića. Sve je prisutnija muzička ozvučenost liftova i ostalih komunikacionih prostora (stepeništa, hodnici), kao i samih jedinica za smeštaj. Ipak, predimenziranost doživljaja, izazivanje kratkoročnih emocija uz pomoć muzike, u hotelijerstvu se ispoljava pri organizovanju različitih događaja – svečanih ručkova i večera, banketa i drugih proslava, gde muzički program kombinacijom vizuelnih i auditivnih efekata neretko obiluje elementima kiča. Kič u izboru muzike za namenske događaje, pa i generalno, u kontekstu

podržavajuće funkcije hotelskog ambijenta, u velikoj meri degradira ukus, meru i rafiniranost enterijerskog uređenja hotela.

Primeri kiča u hotelijerskoj praksi su mnogobrojni. Tematski hoteli Las Vegasa simbolizuju kič u hotelijerstvu. Ključni principi i atributi kiča – predimenzioniranost, prenatrpanost, atak na čula, podsticanje intelektualne lenjosti koja se ogleda u konformističkom načinu života, imitacija, slatunjavost, spektakularnost, manirizam – ističu se u hotelima Las Vegasa. Upravo ovi hoteli i profilišu Las Vegas kao kič turističku destinaciju, s obzirom da koncentriše replike svetski poznatih turističkih atrakcija. Odsustvo želje za potpunim turističkim doživljajem u kontaktu sa autentičnim kulturno - umetničkim vrednostima kompenzovano je kratkotrajnim zadovoljavanjem veštačkim tvorevinama kao jasnim odrazom kiča kulture koja se ogleda u integrisanju potreba gostiju i ponude hotela.

Kič se u dizajniranju ambijenta hotela ispoljava i na druge načine. Primer čudnog egzibicionističkog kiča predstavlja hotel „Standard“ u Njujorku. Naime, na 18. spratu ovog hotela nalaze se zastakljene toaletne kabine u vidokrugu uličnih prolaznika!





*Modernost kao imperativ kempa,  
transformiše se često u pomodarstvo  
kao odliku kiča.*

#### **KEMP ILI „KREATIVNA OTKAČENOST“**

O kempu se može govoriti u kontekstu subkulture koja se pojavila između 60-ih i 70-ih godina prošlog veka. Prevažodno se pripisuje stilu života pop i rok zvezda. Upečatljivo je određenje kempa kao „kreativne otkaćenosti“. Kao stil života, kemp sintetizuje estetsku, etičku, antropološku, filozofsku, socio-psihološku dimenziju. Obzirom da je upuštanje u njegovo definisanje „Sizifov posao“, shvatanju njegove suštine poslužiće nabranje njegovih ključnih atributa. Kemp je lakomislen, snobovski, svojeglav, uvek ličan, nikada univerzalan. Kemp je izraz pobune protiv stereotipa, konvencionalnosti, dosade i predvidivosti svakodnevnice. Reč „kemp“ potiče iz francuskog slenga, gde glagol „se camper“ u slobodnom prevodu znači „predstavljati se na preuveličano ili preterano moderan način“. Suštinska odlika kempa je, u stvari, pozerstvo. Drugim rečima, kempisti su pozeri. Međutim, njihov izgled i ponašanje nisu motivisani imperativom „biti u trendu“. Njihov

motiv je karikaturlan, ironičan. Kemp daje prioritet formi nad sadržajem, ironiji nad tragedijom. Kemp govori o estetici ružnog koju suprotstavlja klasičnim kriterijumima lepog. Kemp kultura predstavlja životni stil manjine. Onog trenutka kada počne da ulazi u konvencionalne društvene tokove, preta da sklizne u kič, što znači sentimentalnost, sladunjavost, dopadljivost. Kič nudi lagodnu izvesnost, a kemp avanturu.

Ipak, dodirne tačke između kiča i kempa su neminovne. Kemp treba shvatiti kao svesno poigravanje kičem. Prenaglašavanjem kič svojstava teži se njihovoj negaciji, čime ona dobijaju karikaturlani i ironičan karakter, pa se čak i približavaju umetnosti.

#### **KEMP U HOTELJERSTVU: NEODOLJIVO PRIVLAČNA EKSCENTRIČNOST**

Kemp kao prenaglašeni pristup estetici, kao mogućnost poigravanja kičem, predstavlja izazov za dizajnere hotelskih enterijera. Ekscentričnost vođena željom da se razlikujemo od

konkurencije, često vodi u kemp, što se posebno odnosi na butik, dizajn, lifestyle ili HIP hotele. Ovo su specijalizovani tipovi hotela čiji je osnovni tržišni adut upravo različitost. Estetska prenaglašenost, predimenzioniranost, preterana modernost koja se može ogledati i u predoziranoj upotrebi visokih tehnologija, čini ove hotele privlačnim za sasvim uske tržišne niše. Ti ljudi prepoznaju kemp manir i oni su takvu izuzetnost, ekskluzivnost i ekscentričnost koja ih neodoljivo privlači, spremni da plate. Gosti ovih hotela nisu uvek i nužno pravi „kempisti“, odnosno pripadnici kemp subkulture koji svoju pripadnost manifestuju kemp stilom života. Postojanje ovakvih hotela nudi svojim gostima privremeni kratkotrajni izlet u svet kempa. Kao primer primene kempa u oblikovanju hotelskog ambijenta može poslužiti hotel „Seven“ u Parizu. Radi se o futurističkom butik hotelu u čijim se sobama nalaze levitirajući kreveti, optički osvetljene tkanine, dozator mirisa povezan sa kanalima TV prijemnika...





One of the most important principles of kitsch - the principle of accumulation, is almost ubiquitous in the hotel interior design. It refers not only to the hotel space design, but also to inventory, way of serving and sensory qualities of gastro-products. On this principle is inevitably supplemented the principle of synesthetic perception that aggressively insists on the simultaneous activation of different senses. So interior cluttered with details, and therefore, debatable in aesthetic terms, becomes "enriched" by adding a new dimension of kitsch light effects. Kitsch in the choice of music for events, and also in general in the context of the support functions of the hotel environment, greatly degrades taste, measure and refinement of the hotel interior decoration.

On the other hand, the eccentricity guided by a desire to distinguish ourselves from the competition, often leads to the camp, which is particularly related to the boutique, design, lifestyle or hip hotels. These are specialized types of hotels whose main market ace is the variety. Plastic redundancies, oversized, exaggerated modernity that can be reflected in overdosed use of high technology, make these hotels attractive for quite narrow market niche. These people recognize campy manner, and they are willing to pay for such excellence, exclusivity and eccentricity that irresistibly attracts them.



#### KAD KEMP SKLIZNE U KIČ...

Nije uvek jednostavno razgraničiti elemente kiča i kempa u oblikovanju ambijenta hotela. Kemp kao dizajnerski koncept lako može da

sklizne u kič. To se dešava u slučajevima masovnije dopadljivosti kemp elemenata, a samim tim i veće dostupnosti ovakvih objekata širim tržišnim segmenti-

ma. Modernost kao imperativ kempa transformiše se u pomodarstvo kao odliku kiča. Zbog toga je karikaturalnost i ironičnost kempa kao izraz bunta protiv konvencionalnosti i stereotipa klasične ugostiteljske usluge, neophodno održavati na nivou privlačnosti manjinskih, sasvim specifičnih tržišnih niša.

U svakom slučaju, kič je svuda oko nas, pa i u dizajniranju hotelskog ambijenta. Borimo se protiv njega minimalizmom, svedenim formama, proverenim estetskim kriterijumima. Da li nas to vodi u monotoniju? Imamo li hrabrosti za „nemoguću misiju“ i na ovom polju, tj. da se u pojedinim segmentima kreiranja hotelskog ambijenta okrenemo kempu?

Prof. dr Ljiljana Kosar





# Oslobađanje od kiča

**D**anašnji ugostitelji suočeni su sa mnogo izazova, pre svega, ekonomskih, ali i estetskih i funkcionalnih. Pritom, treba biti u trendu, zadovoljiti potrebe klijenata, biti privlačan, steći ugled u svojoj okolini...

A niču novi objekti, zauzimaju pozicije nekad najuglednijih objekata i to po nekim novim osnovama koje treba pratiti da se ne bi "ispalo iz igre". Šta uraditi da bi se jedan hotel ili restoran "trgnuo iz zimskog sna"?

## **ACTION!**

Pre svega, suočiti se s pogledom na svoj prostor. Kritički. Osloboditi se svih relikvija prošlosti. Svih i tada nametnutih klišeja o vrhunskom enterijeru. Osloniti se na osoblje i menadžment hotela/restorana.

Izbacite sve viškove nameštaja u posebnu prostoriju. Okrećite zidove u neutralne boje.

Skinite drapere i zavese. Izbacite ćupove sa suvim aranžmanima, slike nedokazanih umetnika i reprodukcije. Bar oslobodite suvišnog stakla i flaša. Ako postoji lovačka kolekcija rogova, medveda i vukova, ideoloških simbola - najčešće Tito ili Draža - sve to sklonite daleko od očiju, u dubinu nekog podruma.

Šta imate pred sobom? Prostor hladan, ali bez kiča. To je osnovni zadatak da bi postali privlačni: osloboditi se kiča i ne pronaći ga ponovo u obnovljenom prostoru.

Nikada ne zaboravite da su gosti osnovni razlog vašeg postojanja. Pokušajte da formirate tim ljudi koji će procenjivati sve što se novo donosi u objekat kao stalna postavka. Iako je sve privatizovano, dobar menadžment će ovakav zahtev pozdraviti. I do sada se toliko kiča navuklo u hotele i restorane samo zahvaljujući

direktorima koji su podržavali ovog ili onog umetnika, ili se našli svastici da zaradi praveći avetinjske aranžmane od suvog cveća i lišća, ili zavičajnom udruženju zanatlija koje pravi testije i ćupove.

## **KIČ NAŠ SVAGDAŠNJI**

U besparici se neukus (drugo ime za kič!) pojavljuje i na jednostavnim, dnevnim primerima. Sala u kojoj je mala vaza s jednim cvetom na stolu prekrivenom damastom, pola kockastog - pola cvetnog dezena; salвете - svaka svoje nijanse od ispranosti, ofucanih obruba; kompleti za ulje i sirće zamagljeni od masnoće i prašine; korpice za hleb ispucalih slamnatih ivica; tanjiri sa plavim obrubom, a na meniju škembići, glave u škembetu, baklave i urmašice uz pivska isparenja, dok iz kuhinje dopiru zvuci zavičajnog melosa, uz lupu lonaca - ne mogu



podići nivo vašeg objekta, niti dovesti mlade potrošače koji imaju novac za provod, stečen nekim novim profesionalnim životom, daleko od ideje "jagnjeća brigada".

Ni za njih se vi nećete osloboditi kiča u pravom smislu reči, ali njima je to estetski prihvatljivo, pa se toga i treba držati da bi uveli svoj objekat u novu eru preživljavanja. Pokušajte da pratite šta je taj mlađi klijent putujući po svetu doživio i priželjkuje da vidi kod nas. Tada ste u trendu.

#### SVADBA KAO FENOMEN

U borbi za dinar, vlasnici često podlegnu neukusu samih klijenata. To najbolje oslikava svadba kao fenomen. Hotel iznajmi prostor i dozvoli da klijent dovede dekoratere. Najčešće nestručne i priučene osobe koje unesu sav kineski organdin u roze, lila ili zlatnim tonovima, kače strašne figure mladenaca od balona po stepeništima, lukove veštačkog cveća na ulazu, kod prostora za ples i sl., a po stolu štras i kuglice stakla dočaravaju glamur Indije ili holivudske maštarije. Uz sve to idu neminovne žardinjere sa raštrkanim dracenama i fikusima, punim opušaka, poneka veštačka ikebana ili oko stubova loza u polumraku...

Kad se prostor dobro prosvetli, opere i okreči, da ga ne bi zatrpali ponovo, dobro je pribeci nekom od "italijanskih" trikova za obogaćivanje imidža. Npr. dobro istaknuta vitrina sa par pronađenih maramica, naočara ili šoljicom za kafu kraljice Natalije, ili princeze Julije, ili kraljice Drage. Kolekcija lepih i dobro uramljenih fotografija nekoliko svetskih hotela iz 19. veka i sl. Ako se postavlja sobno cveće, onda to treba da bude u jednoj grupi, dobro razvijeno i negovano.



Today's restaurateurs and hoteliers are faced with many challenges, mainly economic, but also aesthetic and functional. Also, they should be up to date, meet clients' needs, be attractive, gain reputation in their surroundings ... New facilities develop rapidly, occupying positions of once the most prominent buildings and at some new grounds which should be monitored to prevent them from "getting out of the game." What to do to make a hotel or restaurant "rouse from hibernation"? Duni has a solution.

Već 70 godina postoje praktična rešenja za efikasno prevazilaženje pitanja "golog" prostora, sa minimumom šanse da se uvede kič. Ta rešenja ima švedska kompanija DUNI, lider u svetu papirne galanterije za profesionalnu upotrebu, jer se vrhunski DUNI-jevi proizvodi temelje isključivo na prirodnim elementima: celulozi, prirodnim bojama, odsustvu hlora kao izbeljivača i dr. Ovaj program od 1999. godine u Srbiji predstavlja Swed - Balkan trading, Beograd.

Branka Anđić  
www.duni-bg.com



HOTEL  
**PREZIDENT**  
PALIĆ



## WELLNESS VIKEND

WELLNESS VIKEND možete iskoristiti od petka do nedelje. Za vreme boravka gratis korišćenje Wellness i Spa programa

- Sauna i hidromasaža po jedan termin dnevno
- Teretana, tursko kupatilo, unutrašnji i spoljni bazen, u zavisnosti od sezone, đakuzi.

Tip sobe/app	Polupansion	Pun Pansion
1 / 1	8.000 rsd	9.000 rsd
1 / 2	13.000 rsd	14.500 rsd
App za dve osobe	16.000 rsd	17.500 rsd
Pomoćni ležaj	3.000 rsd	4.000 rsd

Aranžman ne obuhvata:

- Boravišnu taksu koja trenutno iznosi 109,00 rsd po osobi dnevno,
- Osiguranje koje trenutno iznosi 6,00 rsd po osobi dnevno.
- Ručne masaže (relax kompletna, relax parcijalna, sportska i aroma masaža) koje se zakazuju na recepciji, a koštaju od 1.000,00 rsd do 2.000,00 rsd. Ostale hotelske usluge.

Popusti za decu do 12 godina starosti

+38124622662 • info@hotelprezident.com • www.hotelprezident.com





# Do novog izgleda brzo i jednostavno!

U toku eksploatacije hotelskog objekta, kvalitet prostora opada na dva nivoa. Prvi nivo je materijalni i pod njim podrazumevamo habanje nameštaja, inventara i podnih obloga, prljanje, smanjenje funkcionalnosti tehničkih uređaja i instalacija. Drugi nivo je estetski ili stilski, gde delovi uređenja objekta "izlaze iz mode", vizuelno prestaju da odgovaraju nivou usluge koju hotel treba da pruži korisnicima. Da bi održali ili povećali rang hotela u toku vremena, možemo intervenirati na dva načina – tekućim održavanjem i povremenim osvežavanjem objekta ili kompletnom rekonstrukcijom i renoviranjem. Brzo i jednostavno moguće je izvršiti pregrađivanje, promeniti podove ili podne obloge, boju zidova ili tapete, tekstil, nameštaj a najbrže i najmanje komplikovane promene mogu se izvršiti novim aksesuarom.



Osim rekonstrukcijom, koja je zahtevan i skup poduhvat koji može doneti neverovatne rezultate, prostor hotela i hotelska soba može se oplemeniti i unaprediti i na drugi način, uz manja ulaganja i fazno izvođenje radova.

#### PRAVILA, PROPISI I STANDARDI

Za organizaciju svake prostorne celine, pa tako i hotelske sobe postoje utvrđena i pisana pravila. Svako ko je ikada boravio u hotelu zna da je opiše. Hotelska soba, ili smeštajna jedinica hotela sastoji se iz ulaznog dela koji sadrži garderober sa sefom i ogledalom, toaleta i dela u kom se spava (boravi). Pored osnovne organizacije, prilikom rekonstrukcije i u okviru predviđenih radova, mora se voditi računa o propisima, koje izdaje nadležno ministarstvo, kako bi se ostvarila željena kategorizacija objekta. Ti propisi se odnose na nivo opreme, sadržaje hotela, ali i na organizaciju i veličinu određenih prostora. Propisi koji se odnose na hotelsku sobu određuju površinu i visinu prostora kao celine, ali ne određuju međusoban odnos njenih delova. Ovde postoji slobodan prostor za dizajnera da sobu organizuje, pozicionira nameštaj i opremu, tako da se dobije skladna i funkcionalna celina za korišćenje, ali i nesmetano kretanje.

#### MATERIJALI ZA BRZO I JEDNOSTAVNO PREGRADIVANJE

Savremeni materijali koji su nam dostupni kada krenemo u preuređenje su raznovrsni, ali dobrim pristupom i informacijom, možemo napraviti racionalan izbor. Ukoliko je potrebno napraviti pregrade u prostoru, možemo

računati na lake sendvič zidove. Naziv se odnosi na gips-kartonske višeslojne sisteme, sa integrisanom izolacijom. To su visokostandardizovani i atestirani materijali, koji u zavisnosti od izbora sistema imaju potreban nivo zaštite od buke, čvrstinu, otpornost na požar.

Ukoliko pravimo podele prostora unutar smeštajnih jedinica, to možemo učiniti i raznim enterijerskim pregradama, koje imaju čisto estetski ili estetsko-funkcionalni karakter.

Ovakvim načinom pregrađivanja se može uštedeti na prostoru, i dobiti zanimljiv izgled enterijera, prilikom odvajanja dnevnog dela apartmana od dela za spavanje, ili delimično odvajanje prostora za kupanje i umivanje od sobe.

#### PODOVI I PODNE OBLIGE

Uz pod hotelske sobe vezuje se itison, kao i brojne varijacije ovog proizvoda. Bez obzira na kvalitet i dizajn, ovakav pod se vezuje za konfeksijsko rešenje, ne deluje naročito luksuzno,





po nekim mišljenjima i nivo higijene, kao i kvalitet taktilne površine mogu biti sporne tačke, kada su itisoni u pitanju. Međutim, industrija i proizvođači imaju rešenje i odgovore za sve vrste prostora i svaki nivo opremanja. Proizvođači itisona nude veliki dijapazon boja, dizajna i načina uklapanja. Dostupne su i varijante izrade šara po nacrtu, po dizajnu enterijera, sečenjem na CNC mašinama po zahtevu dizajnera. Najpraktičniji su itisoni koji dolaze u pločama 50 x 50 cm, i nema posebnih zahteva za ugradnju. Lepkovi koji služe za fiksiranje ove podne obloge ne zahtevaju prethodnu pripremu i ne oštećuju prethodnu podlogu tako da ploče možemo postavljati preko parketa, keramike. Delove možemo zasebno menjati ukoliko se na nekim mestima pod ošteti.

Druga, prihvatljiva vrsta podne obloge koja je dostupna su svakako laminatni podovi. Veoma su zastupljeni i popularni u današnje vreme, s obzirom na atraktivnu cenu i dizajn, kao i veoma laku i komfornu ugradnju. Postoje i bolje, unapređene verzije laminatnih podova, i od prirodnog drveta, ali i sa dosta većom cenom. Kod laminata treba voditi računa na klasu koja označava otpornost na habanje, kojom je označen svaki proizvod.

Granitna keramika, kamen i keramičke pločice za podne obloge treba koristiti u toplim zonama, u morskim hotelima, ali ih je moguće ugraditi i u delove smeštajnih jedinica gde postoji podno grejanje.

Parket, u većini slučajeva, nije pogodan za podove hotelskih soba, osim visokokvalitetnog

koji zadovoljava sve potrebne zahteve i standarde za ove prostorije.

Ukoliko postojeći pod želimo da zadržimo, možemo dobiti elegantniji enterijer zamenom lajsni na sastavu poda i zida. Jedan od predloga je postavljanje visoke, bele, profilisane lajsne, uz šta ide i postavljanje adekvatnih plafonskih lajsni.

#### ZAVRŠNA OBRADA ZIDOVA: BOJE I TAPETE

Ono što se podrazumeva kada je u pitanju tekuće održavanje jeste promena boja zidova - Higijensko krećenje - a to je i najjednostavniji način da se osveži enterijer. Na tržištu se može naći mnoštvo boja za zidove različitog kvaliteta i različite cenovne kategorije. Treba obratiti pažnju na to da ne budu toksične i da su paropropusne kako bi zidovi mogli da „dišu“ i kako bi ambijent bio zdrav i prijatan. Boje mogu biti standardne i dekorativne (štuko, satinato i sl.). Ako želimo da primenimo bilo koju od tehnika sa dekorativnim bojama, zidovi moraju biti idealno ravni i izgletovani, zidna površina mora biti dobro pripremljena, u protivnom ceo poduhvat će ličiti na grešku. U slučaju da nam zidovi nisu idealni odlučićemo se za obične boje, tapete ili zidne stikere. Dezen i boju je lako

izabrati, kada znate šta želite. Isto je sa tapetama ili zidnim stikerima (2d ili 3d).

Zidne tapete su dostupne u mnoštvu boja, dezena i kvaliteta. Prostor hotelske sobe može se osvežiti akcentovanjem jednog zida tapetom, preporučljivo je da to bude zid iznad uzglavlja kreveta.

Pored tapeta, u ovu svrhu koriste se i zidni stikeri u 2D ili 3D varijanti, u izabranom dezentu ili u zahtevanom dizajnu.

#### TEKSTIL

Tekstil, iz aspekta preuređenja hotelske sobe, ne posmatramo samo kao parče dekorativne tkanine. Ovaj element enterijera se lako može zameniti, i zahvalan je u brzim preuređenjima, a dosta utiče na izgled i udobnost prostora. Kada biramo tekstil, obavezno sagledavamo karakteristike i sastav materijala, odnos cene i kvaliteta. Sintetički materijali su jeftiniji, dekorativniji i sigurniji. Napravljeni su i dizajnirani tako da zadovolje standarde: visoka otpornost na habanje, cigaret test najvišeg nivoa, nisu zapaljivi, ne prenose požar, ne upijaju tečnost, imaju dobru paropropusnost. Ove materijale možemo koristiti u većini enterijera, ali ne i u luksuznim. Skupe tkanine su daleko boljeg kvaliteta i izgleda, ali lošijih

karakteristika. Ako hoćemo vrhunski luksuz, moramo izabrati svilu, saten, kašmir, baršun i pamuk, kožu. Ovi materijali se moraju i češće menjati, zahtevaju specijalna održavanja, kada je u pitanju protivpožarni aspekt, postoje tkanine koje su potapane u određene rastvore i imaju garanciju vatrootpornosti do npr. 15 pranja.

#### NAMEŠTAJ

Unošenjem atraktivnih i dobro dizajniranih komada nameštaja možemo znatno uticati na izgled hotelske sobe. U već postojeći prostor možemo dodati stolicu, sof, toaletni sto, bilo šta od





komadnog nameštaja što može delovati kao skulptura, nametati se ili izdvajati po boji i obliku. Ukoliko uklopimo sa dezenom prekrivača, jastuka, nekim aksesoarom, to može biti pun pogodak.

Tema uzglavlja kreveta u hotelskim sobama, može se zasebno razmatrati, s obzirom na primere i dizajnerska rešenja koja se kreću od obične drvene ploče ili tapaciranog elementa, do čitavih skulptura sa integrisanom rasvetom. Promenjeno i obogaćeno uzglavlje može dati novi izgled čitavoj sobi.

#### AKSESOARI

Aksesori u hotelskoj sobi su: jastuci na krevetu, ogledala, slike i fotografije, činije i vaze - mogućnosti, koje imamo su velike, a osnovno pravilo je da po dezeni i stilu moraju biti uklopljeni u ambijent sobe i povezani sa ostalim elementima. Sveće i svećnjaci su veoma popularni i zahvalni.



During an operation of the hotel facility, quality of space declines on two levels. The first level is the material and it implies to fraying of the furniture, fixtures and flooring, fouling, reducing the functionality of technical equipment and installations. The second level is aesthetic or stylistic, where parts decorating the building go "out of fashion", visually cease to correspond to the level of service that a hotel should offer to its users. To maintain or increase the ranking of the hotel over time, we can intervene in two ways - the ongoing maintenance and periodic refresh of the facility or complete reconstruction and renovation. It is possible to perform rearrangement quick and easy by changing the floors or floor coverings, painting the walls or wallpapers, textiles, furniture and the fastest and least complicated changes may be made with the new accessories.



Neke od grešaka koje se mogu napraviti kada se preuređuje prostor su bezazlene, a neke nisu. U estetskom i stilskom smislu, neko ima više ili manje uspeha i to može rezultirati time da uložimo novac, a da efekat i ne postoji, osim u higijenskom smislu. S druge strane, prilikom lošeg izbora materijala možemo korisnike i osoblje dovesti u opasnost.

Čak i sa ograničenim sredstvima, uz plansko korišćenje možemo uraditi dosta. Za svaki prostor postoji adekvatno rešenje, a krajnji rezultati preuređenja prostora mogu biti: viši rang hotela, zadovoljni klijenti i osoblje, i unapređenje poslovanja.

dia. Ivana Banović Đorđević

#### 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](http://www.vemexproject.com)



Programi lojalnosti sve su zastupljeniji u ponudama hotela, a objediniti želje, potrebe i motive različitih tipova gostiju u jedan program postaje pravi izazov. Kako ne postoji savršena formula za osmišljavanje programa nagrada za lojalnost, jer gosti traže drugačije stvari, važno je da marketing tim razume koja je ciljna grupa hotela i kakvu nagradu očekuju.



# Dobitna kombinacija za sve



**Ž**elje i motivi gostiju da se uključe u neki hotelski program lojalnosti zavise u najvećoj meri od njihovih navika i stila života koji oblikuju njihove potrebe za određenim pogodnostima i nagradama za vernost. Putnicima koji ne putuju često neće biti zanimljivo da skupljaju poene za strogo ograničeni (i često kratak) vremenski period kako bi došli do nagrade, već traže da svoje poene skupljaju tokom dužeg vremena (najbolje neograničeno), ali da odmah po prijavljanju za program lojalnosti za uzvrat ostvare neki mali benefit u vidu usluge koju taj hotel već nudi, kao što je, na primer, besplatan *Wi-Fi* ili prevoz do aerodroma.

#### NA CENI - KREATIVNOST

Gosti koji više vole nezavisne ili *boutique* hotele možda neće ni razmišljati o tome da se priključe nekom programu lojanosti, jer na isti brend možda neće naići na drugoj destinaciji. Kako ima manji broj hotela u kojima mogu da ostvare poene (u mnogim



Different types of guests will be looking for different things from a hotel rewards program; therefore it is vital for a marketing team to understand what the hotel's target demographic is. Those guests that only travel occasionally will not be aiming to accrue a huge amount of points and progress up through a load of tiers in order to claim higher rewards, and small/boutique hotels lovers will want some generous benefits to signing up. However loyal guests are far more likely to rebook directly via your hotel website once they've established an affinity for the brand. Most hotels wisely offer reward points for guests that book directly through their own hotel website and not through an OTA.



slučajevima u pitanju je samo jedan objekt), gosti će ceniti veoma velikodušne nagrade za priključivanje takvom programu. To mogu biti promotivne ponude, popusti ili vaučeri za neku drugu hotelsku uslugu, kao što je spa centar ili restoran. Za razliku od velikih hotelskih lanaca, mali hoteli imaju mogućnost da budu kreativni u osmišljavanju nagrada, koje mogu biti personalnije i jedinstvene za određeni hotel. Na primer, ukoliko hotel koristi lokalne proizvode, toaletnu kozmetiku, na primer, te proizvode može uključiti u poklone za članove *loyalty* programa.

Poslovni putnici, koji su česti gosti hotela, žele i očekuju nešto viši status od ostalih gostiju, pa su programi lojalnosti u kojima dobijaju viši stepen usluge odlična ponuda, ali dok su u skladu sa njihovim potrebama: besplatna upotreba poslovnog centra za redovne biznis goste, besplatan prevoz od-do aerodroma i 24 časa *check-in*, besplatan *upgrade* sobe i transport do mesta sastanka za njih ili njihove klijente.

#### ŠTA KAŽU TRENDovi?

Sve je više gostiju koji se odlučuju da smeštaj rezervišu direktno na internet stranama hotela, što je još češći slučaj kad se gosti vežu za određeni brend. Mnogi hoteli mudro nude nagradne poene za one koji rezervaciju izvrše direktno preko hotelskog sajta, a ne preko posrednika, jer na taj način štede hotelijerima novac za provizije. Ono što će motivisati goste na takvo ponašanje su trenutni i jasni benefiti za direktno *online* bukiranje na websajtu, bilo da su u pitanju popusti, *upgrade*-i ili jedna besplatna noć.

Efikasani načini promovisanja *loyalty* programa kod svih tipova gostiju su besplatne ture razgledanja ili druge pogodnosti koje hotel može da rezerviše za svoje goste, kao i vaučeri za upotrebu spa centra, slobodno korišćenje mini bara ili usluge restorana.

Veliki hotelski brendovi zbog velike rasprostranjenosti širom sveta mogu pre da očekuju lojalnost svojih gostiju, ali su njihovi programi kruti, sa dobro poznatim pravilima igre, dok su s druge strane, manji, *boutique* hoteli fleksibilniji i kreativniji kad su u pitanju nagrade za lojalnost. Upravo je ta fleksibilnost u osmišljavanju nagrada i načina kako će gosti do njih stići važan



element uspešnosti nekog programa lojalnosti i predstavlja novi trend ka kome teže svi hoteli, pa i poznati svetski lanci. Dobar primer je lanac „Hilton“, koji je shvatio da njihovi gosti žele mogućnost da brže iskoriste svoje skupljene poene i da imaju više nagradnih izbora, pa u programu „HHonors“ članovi mogu da izaberu sobu koju žele online ili putem *Apple* i *Android* „HHonors“ aplikacije, kao i da *upgrade*-uju sobu.

Naravno, uvek je dobra ideja prvo pitati goste šta bi oni želeli kao nagrade i kako da do njih dođu, a najjednostavniji način za to je anketa ili neki drugi vid ispitivanja koji pruža uvid iz prve ruke u to šta je gostima najprimamljivije. Ona može biti postavljena na hotelskom websajtu ili se nalaziti u samom hotelu. Ono što je sigurno jeste da se besplatan *Wi-Fi* dokazao kao najefikasniji način za uključivanje gostiju u programe lojalnosti, jer je to najčešće tražena dodatna usluga.

Marija Obradović

# ASSA ABLOY's Mobile Access Solution

Upotreba savremenih mobilnih tehnologija nije zaobišla ni hotelijerstvo. Napredna IT rešenja omogućila su da se hotelijeri opet približe gostu i njegovim potrebama, uz povećanje profitabilnosti kroz direktnu prodaju soba putem vlastitih mobilnih aplikacija, bez posredničkih servisa. Uporedo sa ovim trendom, polako se napuštaju bezkontaktne kartice za otvaranje hotelskih brava i prelazi na upotrebu pametnih telefona.

Više o upotrebi mobilnih tehnologija, mogli su da saznaju učesnici velikog međunarodnom Špica Road Show-u marta meseca u Beogradu, u hotelu Metropol Palace, na kojem je učestvovao i **Stefan Nedelcu**, direktor prodaje kompanije ASSA ABLOY za jugoistočnu Evropu. Kako je kompanija VingCard ASSA ABLOY, vodeći svetski proizvođač elektronskih hotelskih brava, prva razvila i implementirala sistem otvaranja hotelskih soba pomoću mobilnog telefona, zamolili smo Nedelcu-a da za Turistički Svet odgovori na par pitanja.



• *Gospodine Nedelcu, mogućnost da gost otvara svoju sobu putem mobilnog telefona, bez odlaska na recepciju, svakako je izazvala revoluciju u hotelijerstvu. Primenjuje li se već negde u svetu?*

- ASSA ABLOY Mobile Access za hotelijerstvo ušao je u upotrebu kada su Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. uveli SPG® Keyless, sistem ulaska u sobe bez ključa, koji omogućava članovima kluba Starwood Preferred Guest® da koriste pametne telefone umesto ključa. Ulaskom u komercijalnu upotrebu u Aloft, Element i W Hotelima širom sveta, SPG Keyless se pojavio na tržištu u 10 hotela, uključujući Peking, Hong Kong,

Njujork, Los Angeles i Dohu. Starwood će ubrzano uvoditi SPG Keyless, kako bi bio dostupan na 30.000 vrata u 150 hotela do sredine 2015. godine. Starwood je instalirao brave koje omogućavaju pristup pomoću mobilnih telefona firme ASSA ABLOY Hospitality i u partnerstvu sa ASSA ABLOY stvorili su funkcionalan sistem za besprekornu interakciju klijenata i hotela. Pre dolaska u hotel članovi SPG kluba, koji poseduju pametne telefone sa podržanom Bluetooth Smart tehnologijom, dobiće preko SPG aplikacije Seos Mobile ID identifikaciju sobe za goste sa brojem njihove sobe - što im omogućava odlazak pravo do sobe, kao i pristup u nju prisanjanjem svog pametnog telefona uz čitač na vratima hotelske sobe. Gosti će ceniti mogućnost da ne moraju da čekaju na recepciji hotela kako bi se prijavili, tamo gde je to moguće. Saradnici Starwood-a će ceniti to što će imati više vremena da posvete svojim gostima, kako bi mogli da osmisle načine za pružanje što višeg nivoa lične usluge.

• *O kakvoj je tehnologiji, u stvari, reč i da li će svi moći da je koriste?*

- ASSA ABLOY je razvila reputaciju za uspešno unapređenje fizičkog pristupa. Evolucija pristupa uz pomoć mobilnih telefona nije izuzetak. ASSA ABLOY Mobile Access pokreće nagrađivana Seos® tehnologija, koja pretvara pametne uređaje u akreditivne od poverenja za otvaranje vrata. Podržavajući Bluetooth Smart i NFC tehnologije, Mobile Access kompanije ASSA ABLOY se koristi sa VingCard hotelskim bravama i čitačima, koji podržavaju pristup pomoću mobilnih telefona, uključuje Mobile IDs i Mobile Access aplikacije i servise za upravljanje identifikacijama na mobilnim uređajima. Kao što kaže Džon Molin, predsednik i izvršni direktor kompanije ASSA ABLOY, ovo rešenje omogućava da se korišćenjem na najširem spektru pametnih telefona i drugih pametnih uređaja, koji se baziraju na iOS® i Android™ operativnim sistemima, pristupi zgradama, da se vrata i kapije otvaraju na udoban način.





The use of modern mobile technology has not bypassed the hotel business. Advanced IT solutions enabled hoteliers to approach again the customer and his needs, while increasing profitability through direct room sales via their own mobile applications without intermediary service. Parallel to this trend, happens that we are slowly leaving contactless card to open the hotel door locks and move on to the use of smart phones. We tried to find out more about the use of mobile technology through an interview with Mr. Stefan Nedelcu, a Sales Director at the Assa Abloy for South Eastern Europe. Otherwise, the company VingCard Assa Abloy is a leading global manufacturer of electronic hotel locks, first developed and implemented a system of opening the hotel rooms with a mobile phone.

Zvuči odlično. Možete li nam objasniti, šta treba gost da uradi kako bi koristio mobilni telefon za otvaranje hotelske sobe?

- Članovi kluba SPG moraju prvi put registrovati mobilni telefon preko SPG aplikacije i dozvoliti "push" notifikacije.
- Posle napravljene rezervacije u hotelu koji koristi SPG Keyless tehnologiju, i približno 24 sata pre dolaska, gosti - članovi kluba SPG, pozivaju se da elektronskim putem potvrde korišćenje SPG sistema.
- Nakon potvrde, gost će primiti "push" notifikaciju koja ih obaveštava da su čekirali svoju sobu u hotelu, a SPG aplikacija će biti ažurirana sa odgovarajućim brojem sobe i identifikacijom Seos Mobile ID, kada soba bude bila spremna.
- Po dolasku u hotel, gost može potpuno zaobići recepciju (tamo gde je to omogućeno) i otići pravo u svoju sobu.
- Pošto se uveri da je Bluetooth na telefonu uključen, gost jednostavno otvara SPG aplikaciju, drži svoj pametni telefon blizu VingCard brave vrata, sačeka da se uključi zeleno svetlo i ulazi u sobu.
- *Da li će i drugi hotelski lanci ili samostalni hoteli moći da koriste ASSA ABLOY Mobile Access?*
  - Svakako, ASSA ABLOY Mobile Access koristi standardne tehnologije mobilnih uređaja, s ciljem da stvori rešenje koje je univerzalno dostupno, lako za pokretanje i jednostavno za upravljanje. Do kraja godine omogućićemo svim postojećim i novim korisnicima naših VingCard hotelskih brava da koriste Mobile Access rešenje. Sve što je potrebno jeste da se aplikacija instalira na serveru, poveže sa booking i PMS sistemom i sve je spremno za upotrebu. ASSA ABLOY Mobile Access spaja bezbednost sa ugodnošću, čuvanjem Mobile IDs identifikacija za otvaranje vrata uz pomoć pametnih telefona, koji koriste Android i iOS operativne sisteme. Pomoću nagrađivane Seos® tehnologije, ASSA ABLOY Mobile Access pruža vrhunsko upravljanje identitetom i donosi najdinamičnije rešenje za mobilne telefone danas dostupno na tržištu.

Rade Matijević,  
Špica Centar - Beograd

# PUTOVANJA

ZA DVOJE

## MAGAZIN ZA SAVREMENOG PUTNIKA



GODIŠNJA PRETPLATA NA MAGAZIN  
PUTOVANJA ZA DVOJE (4 BROJA)

**999 RSD**

UZ GODIŠNJU PRETPLATU 3 STARA  
BROJA PO VAŠEM IZBORU **GRATIS**

WWW.PUTOVANJAZADVOJE.RS  
+381 11 4140970





**AVIO KARTE**  
*Za ceo svet*  
**ARANŽMANI**

**NA RATE BEZ KAMATE!**

[www.flyflytravel.com](http://www.flyflytravel.com)



# GAZETA

## WELLNESS & SPA

Jun/septembar 2015  
broj 27

HOTEL "ZLATIBOR MONA"

## INSPIRIUM: Planina priča...

**Andeoski dodir vode**

*Wellness*  
**konsijerž**

AQUA PARK HOTELA IZVOR - ARANĐELOVAC  
*Izvor* zabave  
za celu porodicu!



# Svetski dan wellness-a – 13. jun!

Svi bismo želeli da budemo zdraviji, da izgledamo bolje i da se osećamo dobro fizički i psihički, ali čini se da ljudi generalno ne rade dovoljno na svom wellbeing-u ili možda ne znaju kako da sebi pomognu. Sa važnom misijom da ljudi bar na jedan dan zastanu i razmisle o vrednosti zdravlja i uopšte dobrog osećaja, oslobađanja od stresa, loših navika i postizanja unutrašnjeg mira, pre tri godine *Belgin Aksoy*, vlasnica "Richmond Nua Wellness Spa", prve spa destinacije u Turskoj, inicirala je uvođenje Svetskog dana wellness-a, koji se obeležava svake godine u drugoj suboti juna, a ove godine

pod sloganom „Jedna dan koji vam može promeniti život“ - 13. juna.

Zahvaljujući svojim wellness ambasadorima širom sveta, Svetski dan wellness-a je prerastao u neprofitni društveni pokret u 45 zemalja, u kojima se tim povodom organizuju razni događaji sa ciljem promocije zdravlja i wellness principa življenja parolama "Kažem DA" (I say YES).

Da bi wellness postao naš stil života, preporučuju wellness ambasadori, potrebno je da usvojimo sledećih sedam jednostavnih kora-



ka i preporuka: šetajte jedan sat, pijte više vode, ne koristite plastične flaše, jedite zdravu hranu, učinite bar neko dobro delo, večerajte sa porodicom, idite na spavanje u 22h!

Prema rezultatima nekoliko studija, najčešći zdravstveni problemi u svetu su depresija i gojaznost, pa je bez obzira na godine, težinu, visinu, wellness ključ za podizanje kvaliteta života ljudi, jer on na kraju određuje kako ćemo izgledati, osećati se, komunicirati sa drugima i napredovati u životu i radu.

## SVET WELLNESS & SPA dobio stručnu podršku

U okviru redakcije časopisa "Turistički Svet" pokrenut je još februara ove godine redovni specijalni prilog "Wellness & Spa Svet", s idejom da postane izvor dragocenih informacija i znanja u toj oblasti. Sa ciljem da se kreira referentni časopis za wellness & spa u okviru "Turističkog Sveta", časopis koji će, kao i ljudi koji iza njega stoje, imati kredibilitet i u struci i u javnosti, početkom juna, formiran je Stručni redakcijski savet "Wellness & SPA Sveta", čiji su članovi Ljiljana Rebronja – glavna i odgovorna urednica časopisa "Turistički Svet", Peđa Filipović – začetnik wellness koncepta u Srbiji, Nenad Ikonić – generalni menadžer hotela "Izvor" u Arandelovcu i Miodrag Miljković – marketing menadžer SB "Mercur" u Vrnjačkoj Banji.

Uloga članova Stručnog redakcijskog saveta biće da svojim stručnim mišljenjem i savetima pomognu redakciji da koncept "Wellness & Spa Sveta", kao i tekstovi i informacije koje donosi - budu na najvišem profesionalnom nivou, da imaju pokriće u struci i da doprinose promociji referentnih stručnjaka, objekata, proizvođača wellness & spa opreme i kozmetike - iz zemlje i inostranstva, s ciljem da rade na pravilnom informisanju klijenata o novim saznanjima u ovoj oblasti i, u skladu s svetskim trendovima, na najširoj popularizaciji wellness & spa usluga u zemlji i regionu. Kako redakcija, osim časopisa, planira niz edukativnih i promotivnih aktivnosti kojima će časopis biti stručna medijska logistika, očekuje se da će Savet uzeti aktivno učešće u njihovom kreiranju i realizaciji. Uz Savet, u rad redakcije uključice se i Stalni sponzorski tim, čiji će članovi biti predstavnici uglednih privrednih subjekata iz oblasti wellness & spa, koji će pratiti i časopis i aktivnosti koje će Stručni savet inicirati.

Zvanični rad Stručnog redakcijskog saveta i Stalnog sponzorskog tima počecće od narednog, septembarskog broja časopisa "Turistički Svet".



Grupa mala, ali odabrana: sleva nadesno - Nenad Ikonić, Ljiljana Rebronja i Peđa Filipović.  
Miodrag Miljković je bio opravdano odsutan.





U NIŠKOJ BANJI ODRŽAN 25. SIMPOZIJUM IZ KARDIOLOGIJE



# Elitni događaj sa više od 900 kardiologa!

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

U Institutu su spojene duga tradicija, primena savremenih dijagnostičkih i terapijskih procedura i prirodnog faktora lečenja (lekovita voda, peloid i gas).

Tokom proteklih 50 godina postojanja i rada Zavoda, a potom Instituta, učinjen je snažan napredak, ne samo u osnovnoj - zdravstvenoj delatnosti, već i u nastavno-obrazovnoj i naučnoj delatnosti. Dokaz uspešne naučne aktivnosti u Institutu su i tradicionalni Simpozijumi iz kardiologije, na kojima su prezentovani brojni radovi ne samo lekara iz Instituta, već i lekara iz zemlje i inostranstva. Prvi Simpozijum iz kardiologije održan je



U ovog puta su na Simpozijumu, kao i prethodnih godina, obrađeni najaktuelniji problemi današnje kardiologije: srčana insuficijencija, arterijska hipertenzija, ishemijska bolest srca, atrijalna fibrilacija, današnje mogućnosti u prevenciji kardiovaskularnih bolesti i rehabilitaciji kardiovaskularnih bolesnika, neinvazivne metode i novine u invazivnoj kardiologiji.

Treba naglasiti da su predavači i ovog puta bili naši najeminentniji stručnjaci iz oblasti kardiologije. U petak i subotu sesije su moderirali akademik Vladimir Kanjuh i akademik prof. dr Petar Seferović, prof. dr Stevan Ilić, prof. dr Marina Deljanin Ilić, prof. dr Goran Stanković, prof. dr Aleksandar N. Nešković, prof. dr Milan A. Nedeljković, prof. dr Branko Belesin, prof. dr Arsen Ristić, prof. dr Milica Lazović, prof. dr Dimitra Kalimanovska Oštrić, prof. dr Milan Pavlović, prof. dr Ivan Tasić, asist. dr Tatjana Potpara, prof. dr Aleksandar Lazarević, prof. dr Ana Đorđević Dikić, prof. dr Bosiljka Vujisić Tešić, prof. dr Jelena Stepanović.

Tokom tri dana trajanja Simpozijuma, učesnicima je kroz 12 sesija i veliki broj kraćih a intenzivnih predavanja, pruženo obilje najnovijih informacija iz oblasti kardiologije. Tom prilikom svoje znanje je proširilo više od 900 učesnika iz zemlje i inostranstva.

Simpozijum je akreditovan od strane Zdravstvenog saveta Republike Srbije. Za učešće na Simpozijumu kotizacija nije bila predviđena, što je omogućilo većem broju lekara da aktuelnosti iz kardiologije, na jednom mestu, tokom tri dana, besplatno čuju i dobiju u pisanoj formi.

Organizacioni odbor Simpozijuma  
[www.radomb.co.rs](http://www.radomb.co.rs)



1970. godine, u organizaciji akademika B. Đorđevića, profesora D. Mihajlovića i profesora I. Lambića.

Prva četiri Simpozijuma održavana su svake godine, a potom svake druge godine. Do sada je održano ukupno 24 Simpozijuma iz kardiologije, a ove godine je od 7. do 9. maja održan i 25. Simpozijum.

Svaki Simpozijum je praćen štampanjem radova u celini, u vidu zbornika ili poslednjih godina kao suplement časopisa Balneoklimatologija, koji se stavlja na raspolaganje učesnicima na dan otvaranja Simpozijuma. zbornici radova godinama predstavljaju značajnu literaturu za pripremu specijalističkih, magistarskih, subspecijalističkih ispita i proširenje znanja iz oblasti kardiologije. Svi Simpozijumi do sada su bili izuzetno posećeni.





# Izvor za celu



**A**qua park „Izvor“ smešten je neposredno uz istoimeni luksuzni hotel u Aranđelovcu, u srcu Bukovičke banje – udaljene svega 75 km od Beograda. Na površini

od 6 ha raspoređeni su bazeni sa mineralnom vodom, moderne atrakcije i najviši tobogani u Srbiji, te ovaj aqua park svojim posetiocima nudi do sada neviđeno adrenalinsko iskustvo!

Sadržaji aqua parka „Izvor“ zasigurno će zadovoljiti i najzahtevnije posetioce koji su imali priliku da uživaju na sličnim mestima u svetu. Tri bazena sa mineralnom vodom, šestospratna



# zabave porodicu!



## ZADOVOLJITE SVA VAŠA ČULA U HOTELU „IZVOR“ U ARANĐELOVCU

Luksuzni resort „Izvor“, koji je proglašen za najbolji hotel na Balkanu, i ovog leta nudi raznovrsne sadržaje i popuste za svoje goste.

U ponudi su paketi za potpuni odmor – *Letujte u Srbiji u Bukovičkoj Banji* (7 noći / 8 dana i 10 noći / 11 dana) i *Mini letnji odmor* (3 noći / 4 dana) koji uključuju smeštaj na bazi polupansiona uz neograničeno korišćenje svih sadržaja SPA & Wellness centra, otvorenih i zatvorenih bazena sa mineralnom vodom i aqua parka.

Za ljubitelje aktivnog odmora u ponudi su raznovrsni sportski sadržaji, kao i mini ekskurzije, a za potpuni ugođaj pobrinuće se maštoviti kuvari koji će gostima pripremati raznovrsne gastronomske specijalitete.

Za boravak vikendom obezbeđen je popust od 15% uz kasnu odjavu do 17h nedeljom.

Za dvoje dece do 6 godina boravak je gratis.

kula sa dvanaest slajdova za odrasle, od kojih najduži imaju 120 m, a najviši 22 m, tri slajda za decu i mnoštvo atrakcija – ovaj aqua park čine atraktivnim za osobe željne avanture, kao i za porodice sa decom. Posebno ističemo najviši tobogan u Srbiji – *Boomerang*, koji je specijalno projektovan za ovaj aqua park, a čija visina iznosi čak 22m! Ovo je tobogan najnovije generacije, čiji korisnici spust počinju niz strmu ivicu, zatim se u punoj brzini „penju“ vertikalno, pa opet spuštaju, usporavaju i na kraju završavaju vožnju dugu 103 m u zaustavnoj stazi.

Osim brojnih vodenih atrakcija, u sklopu aqua parka su i restorani, kafić, igrališta za decu, tereni za tenis, košarku i mali fudbal, kao i amfiteatar u kom se organizuju razna muzička i druga kulturna dešavanja. Za posetioce su, takođe, obezbedene svlačionice i parking.


Aqua park nudi i razne pogodnosti: za decu do 3 godine ulaz je besplatan, a u ponudi su i porodične i grupne ulaznice po pristupačnim cenama.

Za goste hotela „Izvor“ korišćenje aqua parka je besplatno.

Više informacija: [www.aquapark-izvor.com](http://www.aquapark-izvor.com), [office@aquapark-izvor.com](mailto:office@aquapark-izvor.com), 034/700-500

Aqua park „Izvor“, Mišarska 2b, 34 300 Aranđelovac

# Bazeni - privlače goste, ali odvlače novac?!



Iako su često skupa ali neophodna investicija, bazeni i ostali vodeni sadržaji imaju odlučujuću ulogu u uspešnosti poslovanja nekog spa centra. Na goruće pitanje za menadžment: kako povećati profitabilnost, a u isto vreme smanjiti troškove upravljanja ovim sadržajima, stručnjaci su dali zanimljive odgovore.

**D**ok vrsta, veličina i cena bazena i sličnih vodenih atrakcija zavise od tipa hotelskog spa centra i njegovog koncepta, prostora i budžeta, jedno je sigurno: neizostavni su deo svakog hotela. Iako prilično skupa investicija, bazeni i razne vodene atrakcije veliki su magnet za privlačenje gostiju, pa tu gorku pilulu hotelijeri moraju da progutaju. Čak 80 odsto gostiju bukira određeni hotel zato što u svojoj ponudi ima bazen, a, pritom, velika je verovatnoća da hotelijeri nikada neće videti opipljiv povraćaj investicije uložene u bazene, koji dodatno predstavljaju i veliku finansijsku obavezu zbog skupog održavanja. Bazeni i drugi vodeni sadržaji su svakako benefit, ali neopipljivi, jer je zapravo veoma teško meriti profi-

tabilnost ovakvih sadržaja zbog činjenice da se nalaze u javnim (zajedničkim) delovima hotela, gde je na gostu da odluči da li će ih koristiti ili ne. sasvim je drugačije sa, na primer, novim tretmanom, gde se na osnovu broja rezervacija može lako izmeriti koliko je profita ostvareno.

#### **DOBRO OSMIŠLJEN PROJEKAT**

Kao i u drugim delatnostima, projekat izgradnje spa centra ne bi trebalo započeti bez prethodnog istraživanja i planiranja, jer je važno da se, pre nego što se izgradi nešto za šta su potrebna velika sredstva, utvrdi da li će to imati pravi efekat na posao, kao što se to pretpostavlja. Ukoliko neki spa centar računa na goste koji će ceo dan provesti kod njih potrebno je da u svoju ponudu unesu mnoštvo sadržaja, a ne samo

bazen, saunu ili parno kupatilo. Neizostavni su i "veseli tuševi" ili tzv. "Kneipp šetnja" koja uključuje šetnju kroz dva bazena, gde je u jednom voda topla (38°C), a u drugom hladna (18°C), dok je dno bazena prekriveno kamenčićima po kojima se hoda...

Istraživanje uključuje i pažljivo planiranje koje podrazumeva angažovanje eksperata. Dobro planiranje je izuzetno važno i prvi i odlučujući korak za smanjenje troškova, ali se nažalost često dešava da planiranje počinje bez razgovora sa profesionalcima iz te oblasti, koji su upućeni u najnovije tehnologije i trendove kod planiranja i izgradnje bazena – uključujući filtriranje vode i klimatizaciju prostora, što je važno za smanjenje energetske potrošnje.



### NAPLATITI ILI NE?

Svaki vodeni sadržaj ima pozitivan efekat na spa centar, ali na indirektnan način – kroz privlačenje gostiju i podsticanje njihove lojalnosti, što konačno dovodi do profita. Ipak, postoje dva načina da se ovi sadržaji učine direktno profitabilnim, odmah i na način koji može da se prati, a to je naplaćivanje usluge korišćenja i uključivanje tih sadržaja u terapije koje se posebno naplaćuju. Kod dodavanja terapija koje uključuju vodu, postoji nekoliko opcija na kojima može dodatno da se zaradi od bazena, a odnose se na uključivanje istih u individualnu ili grupnu Watsu terapiju i časove aqua fitness-a, ako je bazen dovoljno veliki. Ipak, postoji jedan detalj na koji se u tom slučaju mora obratiti pažnja: za takve tretmane potrebna je privatnost, pa je neophodno dobro izmeriti da li je veća šteta ili korist ako je samo jedan klijent u bazenu, nasuprot bazena koji je za javnu upotrebu.

### SMANJIVANJE TROŠKOVA

Dok se po pitanju smanjivanja troškova instaliranja ne može mnogo učiniti, postoje načini da se umanje troškovi održavanja. Jedan jednostavan i efikasan način su pokrivači za bazene kad nisu u upotrebi, jer oni ne samo da smanjuju troškove za ventilaciju minimizovanjem mogućnosti za isparavanje vode u unutrašnjim bazenima, već su pokrivači *must have* i za spoljašnje bazene, jer umanjuju potrošnje energije za zagrevanje vode do 80 odsto. Danas postoje dizajni bazena koji su optimizovani za energetska efikasnost, sa visokoeffikasnom izolacijom iznutra koja obezbeđuje minimalan gubitak toplote. Takođe, troškovi zagrevanja se mogu smanjiti dobrom izolacijom prostora i prozora, a troškovi održavanja mogu se smanjiti i instaliranjem senzora koji automatski uključuju vodene sadržaje kada im gosti priđu.

Kako bi ovi sadržaji i njihovo održavanje bili efikasniji i uštedeli novac, uvek je dobra ideja proći obuku o upotrebi hemikalija, jer se dešava da se one troše prekomerno, što može potencijalno ugroziti i goste i budžet hotela.

Dakle šta je ključno kad govorimo o bazenima kao popularnim sadržajima i nameri da oni budu profitabilni? Najvažnije je poznavati svoje tržište i ciljnu grupu čije potrebe treba da se zadovolje. Na osnovu toga se dalje



razvijaju koncepti koji će najviše odgovarati. Prostor sa bazenom i njegov dizajn uvek treba da oslikavaju strategiju hotelskog spa centra, sa akcentom na najnovije tehnologije, čija implementacija će doneti značajne uštede novca i dugoročno dati pozitivan povraćaj investicije.

Marija Obradović



What is the key when we talk about pools as popular amenities and intent to make them more profitable? The most important thing is to know your market and target group whose needs should be met. On this basis, you should further develop concepts that will best suit them. The area with swimming pool and its design should always reflect the strategy of the spa, with the focus on the latest technology and its implementation, which will bring significant savings of money and make a positive long-term return on investment.





## Vrnjačka Banja dobija aqua park!

Da će priča o izgradnji aqua parka u Vrnjačkoj Banji, postati realnost i, na radost i turista i Banjčana, već krajem godine početi da se realizuje, odlučeno je 12. juna na sednici Privrednog saveta grada, kada je i potpisan ugovor o njegovoj gradnji sa nosiocima investicije vredne 6 miliona evra, konzorcijumom tri firme: „Alex Company“, „Amiga“ i „OT invest“.

Ovaj moderan akva park sa brojnim atraktivnim sadržajima za oko 3.000 posetilaca, gradiće se na lokaciji sadašnjeg stadiona Raj, na površini od 3,27 hektara, a planira se da bude završen do juna 2017. godine! Tako će Vrnjačka Banja, već sada lider banjskog turizma u Srbiji, dobiti novi turistički sadržaj koji će postojeću ponudu učiniti još atraktivnijom.



## Najveći projekat zdravstvenog turizma u regionu



Ostrvo Brač i Hrvatska na pragu su realizacije jednog od najvećih projekata iz zdravstvenog turizma u ovom delu sveta: gradnje niza klinika i pratećih hotelskih i ugostiteljskih objekata na južnim obroncima Vidove gore, četiri do pet kilometara od mora. Projekat je trenutno u fazi završnog prikupljanja potrebnih papira, a kamen temenjaci bi, prema tvrdnjama odgovornih, trebalo da bude postavljen na jesen sledeće godine. Investitor iz karipske države Sv. Kitts i Nevis "Medis Investments" izgradiće integrisanu destinaciju medicinskog turizma s potrebnom infrastrukturom i klinikom za lečenje tumora, hirurškom klinikom, klinikom za rehabilitaciju i za oporavak od psihosomatskih poremećaja. Pored klinika, u planu je i gradnja smeštajnih kapaciteta i pratećih sadržaja koji će odgovarati potražnji budućih korisnika usluga.

Ukupnu vrednost projekta, koja uključuje duže razdoblje i gradnju prateće infrastrukture, "Poslovni dnevnik" procenio je na oko 920 miliona evra, ali je ipak reč o gruboj računici, jer ona zavisi od faza u kojima će se projekt sprovoditi i od toga šta će na kraju sve biti izgrađeno.

Ono što je u ovom trenutku poznato je da bi prva faza trebalo da bude gotova 2018. godine, a da je vrednost te investicije, koja uključuje i smeštajne kapacitete, oko 350 miliona evra. Završetak izgradnje očekuje se početkom sledeće decenije. Procene govore da je u prvoj fazi samo za kliniku potrebno 150 vrsnih stručnjaka, dok bi zapošljavanje u pratećim smeštajnim i ugostiteljskim kapacitetima trebalo da bude znatno veće.

Izvor: seebiz.eu



# Andeoski dodir



Savremeni wellness trendovi su sve više zaokupljeni kreiranjem tretmana masaža u termalnoj, lekovitoj vodi, i njihovom doprinosu u očuvanju zdravlja i pobeđi stresa, kao i posledica koji on nosi. Jedan od takvih tretmana je i *Angelic touch of water*, autorski program učitelja i kreatora masaža i wellness koncepta Peđe Filipovića, iz niske njegovog, kod nas prvog i za sada jedinog, selfness koncepta "*Gnothi seauton*" (*Spoznaj samoga sebe*). Terme Tuhelj u Hrvatskoj su prve i za sada ekskluzivne u našem regionu, koje su ovu čaroliju uvrstile u svoj selfness program i ponudile gostima hotela kojima je

potreban odmor, relaksacija, negovanje harmonije um-duša-telo.

*Andeoski dodir vode* je tridesetominutni koncept masaže, istezanja, vežbi dubokog disanja i kontrole mišićnog i mentalnog tonusa u samom termalnom bazenu temperature 36°C. Oni koji su se prepustili ovom putovanju, opisali su to kao: povratak u placentu i udobno ljuljuškanje u stomaku majke; iskorak u potpuno drugi mikrouniverzum prepun lekovitosti i blaženstva; opuštanje svakog napetog zgloba, ligamenta, mišića; nadrealni ples u bestežinskom stanju... Baš andeoski, kakav mu je i naziv!

STOTEX  
STOTEX

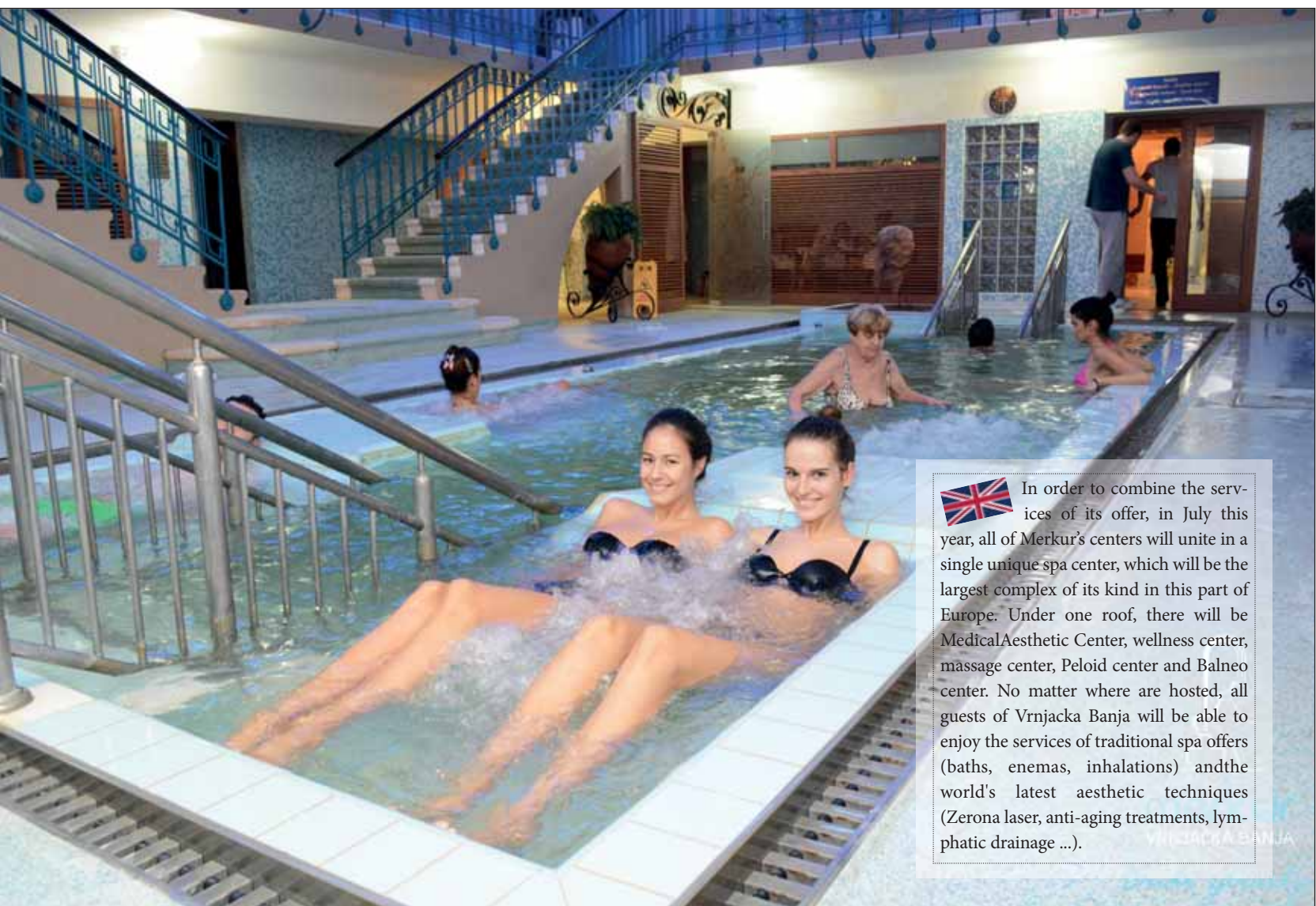
Tekstil  
za hotelske zvezde



office@stotex.rs  
www.stotex.rs







In order to combine the services of its offer, in July this year, all of Merkur's centers will unite in a single unique spa center, which will be the largest complex of its kind in this part of Europe. Under one roof, there will be MedicalAesthetic Center, wellness center, massage center, Peloid center and Balneo center. No matter where are hosted, all guests of Vrnjačka Banja will be able to enjoy the services of traditional spa offers (baths, enemas, inhalations) and the world's latest aesthetic techniques (Zerona laser, anti-aging treatments, lymphatic drainage ...).

# Uživanje sa zdravstvenim benefitom



**K**ao Nacionalni centar za edukaciju i prevenciju dijabetesa, Specijalna bolnica "Merkur" u Vrnjačkoj Banji je već godina na liderskoj je poziciji u regionu kada je u pitanju šećerna bolest, a bolesti koštano-zglobnog sistema i organa za varenje predstavljaju glavno područje indikacija.

Ipak, rukovodeći se željom da svojim gostima pruži i mogućnost za relaksaciju i uživanje, "Merkur" je još 2005. godine otvorio Wellness

Centar „Fons Romanus“, što je bio iskorak u dotadašnjem poslovanju srpskih banja i zvanično PRVI wellness centar u banjama Srbije. Danas, Wellness centar pruža mnogo različitih mogućnosti za uživanje u bazenskom kompleksu sa lekovitom termomineralnom vodom i hidromasažama, kao i u bogatom sauna parku koji čine infracrvena i finska sauna, rimsko i tursko kupatilo, slana soba, bure za naglo hlađenje i prostor za meditaciju, a uključen je i solarijum.



Ipak, Centar za masaže – ponos je “Merkurovog” spa kompleksa. Tokom 10 godina uspešnog rada, ovaj centar razvio je široku paletu relaks sadržaja, od oko 30 različitih masaža: od klasičnih relaks i terapijskih, do atraktivnih tretmana vulkanskim kamenjem, medom i mlekom, čokoladom, brusnicom... Za zdravlje, uživanje i lepotu! Iz bogatog opusa masaža ističemo nekoliko tretmana koje zbog njihovog benefita za zdravlje preporučujemo.

**Ajuverda** - Najstarija indijska tehnika masaže kojom se nastoji duboko uskladiti telo, duh i um uz postizanje stanja savršene ravnoteže i mira. Kombinacijom presura tački i limfne drenaže, postiže se duboko opuštanje, oslobađanje od umora i nesanice, kao i bolji rad unutrašnjih organa. Bukvalno prevedeno, Ajuverda je znanje o životu, lekcije života ili odgovori na pitanje: šta je to život?

**Masaža sa čokoladom** - Istraživanja su pokazala da čista crna čokolada ima mnoštvo pozitivnih efekata i na lokalno tkivo, i na ceo organizam. Poboljšanje cirkulacije, sprečavanje kašlja, usporavanje starenja kože i mozga – samo su neki od efekata. Sitna zrnca kakao brašna pomažu u mikrodermoabraziji i uklanjanju izumrlih ćelija kože i uklanjanju bora. Ovaj tretman budi čula, jer čokolada, taj dobro poznati afrodisijak utiče na lučenje serotonina - hormona sreće i endorfina koji smanjuje bol, tako da smatra i prirodnim antidepresivom. Koža posle masaže je podmlađena, a um odmoran. Odlična je za osobe koje se bave stresnim poslom, jer predstavlja jedan od prirodnih eliminatora stresa.

**Masaža medom** – Spaja blagodatni masaže i meda. Med će usput upiti toksine i ubrzati njihovo izlučivanje iz organizma. Najjednostavniji način za poboljšanje cirkulacije, smanjenje napetosti, pokretanje limfe i saniranje otoka, u cilju nege tela i očuvanja lepote. Primenom utapkavanja stvara se blagi vakuum koji izvlači toksine iz kože, pa je ovaj tret-



man idealan za detoksikaciju, a uklanjanjem površinskih, nekrotičnih ćelija postiže se anti-ejdžing dejstvo. Tokom masaže lica medom koža postaje mekša i elastičnija. Masažom se takođe uklanjaju i bakterije, virusi, soli i toksini na koži. Deluje i na celulit time što se masni džepovi razbijaju, pa se i samo telo tonizira.

**Oktopod masaža** - Pruža viši

### “MERKUR” USKORO NAJVEĆI SPA CENTAR U OVOM DELU EVROPE

U želji da objedine usluge svojih sadržaja, u julu mesecu ove godine, svi Merkurovi centri ujedinice se u jedan jedinstveni Spa centar, koji će predstavljati najveći kompleks te vrste u ovom delu Evrope. Pod jednim krovom naći će se Centar medicinske estetike, Wellness centar, Centar za masaže, Peloid centar i Balneo centar. Bez obzira gde su smešteni, svi gosti Vrnjačke Banje moći će da uživaju u uslugama tradicionalnih banjskih usluga (kade, klizme, inhalacije), kao i najsavremenijim svetskim estetskim tehnikama (Zerona laser, antiejdžing tretmani, limfna drenaža...).

nivo opuštanja i relaksacije svima kojima je neophodan odmor i oporavak nakon stresnih situacija. Ova masaža sa četiri ruke dovodi do potpunog opuštanja i otkriva sasvim novo iskustvo. Sinhronizovani pokreti dva terapeuta pružaju doživljaj potpune harmonije, balansa i smirenosti, uspostavljajući energetska stabilnost tela. Ova masaža pruža potpuni osećaj

glamura i prefinjenosti, i pravo je osveženje i za duh i telo.

Iz ovih nekoliko primera, očigledno je da masaže izuzetno povoljno na kompletan organizam. Zato odvajanje vremena za ovu vrstu tretmana treba shvatiti kao ulaganje u sebe, svoje dobro osećanje, zdravlje i najbolju pripremu za sve aktivnosti.

**B. Beljić**

# INSPIRIUM: Planina priča...

Krajem maja, elitni zlatiborski hotel "Zlatibor Mona" obeležio je svečano deceniju uspešnog rada, koja bi se mogla definisati kao neprekidni investicioni ciklus u čijem je fokusu unapređenje u svim segmentima poslovanja, s idejom da se stvori ambijent po meri gostiju i pruži nivo usluge kakav zaslužuju. Upravo takav izuzetan ambijent i uslugu imaće gosti inoviranog Wellness Centra pod nazivom "Inspirium", u koji je uloženo oko 600.000 evra, a koji je svečano otvoren u sklopu obeležavanja deset godišnjice hotelijerstva "Mona".

**N**ovi ambijent Wellness Centra INSPIRIUM suptilan je spoj modernog i tradicionalnog arhitektonskog izraza. Najdominantniji je osećaj topline kojem doprinosi odabir boja i materijala. Reklo bi se da sama planina „priča“ kroz njih. To su boje zemlje, drveta i livadskog bilja Zlatibora. Zato je INSPIRIUM pravo mesto za opuštanje, mesto gde će svako biti inspirisan da se prepusti uživanju, relaksaciji, razmeni dobre energije...

Preporučljivo je krenuti od Finske saune, ispunjene prepoznatljivom aromom bora i svetlošću kojom

zrači zid od soli u kamenu, koji zaista podseća na zalazak Sunca. Potom zaroniti u bazen i isplivati se sve dok ne osetite svaki mišić u telu, a onda se smestiti pod neki od vodenih slapova ili se prepustiti jednom od dva nova manja bazena sa blagotvornom toplom hidromasažom.

Pauzu treba iskoristiti uz neizbežan vitaminski koktel u Vital Baru Wellness Centra, a domaćini preporučuju citruse sa svežom nanom i domaćim livadskim medom ili čaj "Pesma frule", spravljen od mešavine kantariona i zove.







In May, the elite hotel "Zlatibor Mona" officially marked a decade of successful work, which could be defined as a continuous investment cycle that focuses on improvement in all business segments, with the idea to create a customized environment for their guests and yet provide the level of service they deserve. It is precisely such an exceptional ambience and service guests will have at renovated Wellness Centre called "Inspirium", in which was invested around 600,000 Euros. Wellness Center was officially opened to mark the tenth anniversary of hotel operations in "Mona".



Ali pravi doživljaj je sigurno neki od programa nege u hamamu. Pod oblakom pare zamirisane autentični kakao-buter, braon šećer ili cimet. Ne treba propustiti ni bio-saunu, čiji ambijent i blaga toplota dozvoljavaju duži boravak u njoj čak i onima koji ne podnose više temperature. A sve to uz miris bosiljka ili kamilice.

Jedinstvena u INSPIRIUMU je i ponuda masaža, tretmana lica i tela, konceptualno zasnovana na – darovima prorode. Za tretmane se koristi mleveno, ručno brano zlatiborsko bilje, čista ulja, kozije mleko i med. Zato posebno preporučuju anti stres ritual „Planinski mir“, koji osim potpunog opuštanja, utiče izuzetno blagotvorno na negu i ishranu kože.

Masaže u INSPIRIUMU su kompletan doživljaj koji se dugo pamti po dobru. Spoj su znanja, stručnosti i dobre namere terapeuta. Zasnovane su

na holističkom pristupu svakom klijentu kao jedinstvenom biću i kao takve kombinuju savremena znanja konvencionalne medicine ali i tradiciju i tehnike nekih dalekih zemalja.

Ono što je novo ili drugačije u INSPIRIUMU, to su svakako: funkcionalne i moderne svlačionice, veći prostor za relaksaciju i druženje, topla voda i hidromasaža, po komforu i ambijentu karakterističan „Sauna svet“. A igra svetlosti i muzike ovaj Centar može očas da pretvori, od mirnog prostora za opuštanje u dvoje, u živ i nestvaran svet za koktel kraj bazena nakon radnog dana. To je i bila ideja: za opuštanje, potpunu relaksaciju i inspiraciju – INSPIRIUM, Wellnes Centar Hotela "Zlatibor Mona", svojim gostima na dar!

M. Radišić

## MAKE YOUR GUESTS FEEL AT HOME

HOTEL COSMETICS - HOTELSKA KOZMETIKA



LUXURY WILL NEVER BE THE SAME AGAIN



**COMMO**  
www.commo.hr  
Vilinskih 50, 52100 Pula, Hrvatska  
tel. 02299 82 544 088

# Sve čari "leisure" turizma na turskom primorju

Generalni menadžer hotela „Izvor“ u Arandjelovcu Nenad Ikonić, nedavno je, uoči letnje sezone, u organizaciji agencije "Big Blue", krenuo put Turske i obišao neke od najluksuznijih hotela u Antaliji. Evo kakve nam utiske prenosil!

**U**Turskoj sezona traje cele godine. Svi hoteli koje smo obišli veliku pažnju pridaju "leisure" sadržajima, pa u svom sastavu, između ostalog, imaju i ogromne amfiteatre u kojima se izvode pozorišne predstave, mađioničarski performansi, večeri trbušnog plesa... Svemu tome ozbiljno pristupaju tako što angažuju profesionalne animatore, a ulažu i u kvalitetne kostime i rekvizite. Svaki hotel ima i veliku koncertnu salu na otvorenom, bilo uz sam hotel ili na dokovima na plaži. Preko dana tu su postavljene ležaljke, a uveče se organizuju koncerti i nastupi lokalnih, ali i svetski poznatih zvezda – otkriva Nenad Ikonić, generalni menadžer hotela "Izvor", dok nam predstavlja zanimljivosti iz luksuznih hotela u Antaliji.

## HOTEL „NIRVANA“

Ceo hotelski kompleks sastavljen je od hotela i bungalova sa bazenima, a naročito su interesantni bungalovi za masažu. Ovaj hotel veliku pažnju posvećuje svojim najmlađim gostima, pa ima zaseban vrtić za decu, igraonice na zatvorenom i otvorenom, aqua park, dečje restorane... Ovde roditelji mogu istinski da odmaraju i uživaju, jer im se pruža prilika da tokom celog dana prepuste na staranje animatorima svoju decu, koja se ovde igraju i edukuju.



Hotel „Nirvana“



Hotel „Nirvana“

## "MARDAN PALACE"

Na izgradnju ovog impozantnog zdanja utrošeno je 500.000 kristala, 2,5 tone zlata i 23.000 kv m italijanskog mermera. Ovde su luksuz i bogatstvo vidljivi na svakom koraku, pa čak i kod zaposlenih, koji uz standardne hotelske uniforme nose i masivan zlatni nakit, u vidu satova, minđuša i sl. Na samom ulazu u hotelski kompleks nalaze se muzičke fontane koje menjaju boje. Ovaj hotel poznat je i po ogromnom, raskošnom holu i stepeništu – replici sa "Titanika". Osim klasičnog bazena za plivanje, hotel





"Mardan Palace"



"Mardan Palace"

ima akvarijum sa ražama, ali i veštački kanal za vožnju gondolama u večernjim satima. Kada su u pitanju sportske aktivnosti, gosti ovog hotela mogu uživati u streljaštvu, puštanju zmajeva, vaterpolu... Interesantno je što je desni deo hotela namenjen Evropljanima i ostalim zapadnjacima, a levi – gostima iz Azije.

### "AMARA DOLCE VITA"

Ovde se kokoške i zečevi slobodno šetaju, što ne čudi, jer hotel ima sopstveni zoo vrt, baš kao i svoj vodopad i restoran na uzvišenju sa fantastičnim pogledom. Ceo hotelski kompleks inspirisan je Venecijom, pa je ovde, osim dve venecijanske kule, svoje mesto našla i bista krilatog

lava. Hotel sadrži amfiteatar za različite animacijske programe, diskoteku na otvorenom sa tri stejdža i veliki kongresni centar. Posebni su i po tome što jedini imaju bazen sa morskom vodom, a naročito je zanimljiva i njihova sauna na otvorenom – u staklu, sa temperaturom oko 40°C i zvučno izolovana, iz koje se pruža pogled na okolinu, dok je privatnost korisnika zagarantovana.



Nenad Ikončić, a General Manager at the Hotel Izvor in Arandelovac recently traveled to Turkey, where he visited some of the most luxurious hotels in Antalya. Ikončić notes that season in Turkey lasts the whole year, and that hotels in Antalya give great attention to "leisure" amenities, and in their offer, among other things, are huge amphitheatres where are performed theater plays, magician shows, the evening of belly dancing .. Each hotel has a large concert hall in the open, either next to the hotel, or on the docks at the beach. During the day there are placed sun beds, and in the evening they organize concerts and performances by local as well as world-famous stars.



"Amara Dolce Vita"



"Maxx Royal Kemer"



"Amara Dolce Vita"





"Maxx Royal Kemer"

### "MAXX ROYAL KEMER"

Ovo je definitivno najbolji i najjednostavnije uređen hotel – uklopljen u prirodu, a ultra luksuzan. "Maskota" ovog hotela je braon koza sa jarićima, koji se slobodno šetaju hotelskim vrtovima. Na recepciji nas je dočekaao specifičan "welcome drink" – šampanjac služen sa raznovrsnim domaćim čokoladicama. Osim čokoladica, ovaj hotel u svojoj ponudi ima i sjajne kolače. U hotelskoj sobi dočekaće vas kutijica sa 4 različite arome, od kojih birate omiljenu, te će vam cela soba biti oplemenjena tim mirisom – posteljina i peškiri, vazduh u klimatizaciji, kao i hotelska kozmetika koju ćete koristiti tokom boravka u hotelu, ali i po povratku kući – jer se kozmetički set dobija i na poklon. Svaka soba, a to je praksa i u ostalim hotelima koje smo obišli, ima svoju svlačionicu. Zanimljivo je što ovaj hotel ima i klimatizaciju na otvorenom, kakvu još jedino možete pronaći u dva hotela – u Los Angelesu i Dubaiju. Jedan deo hotelskih soba ima svoje terase sa đakuzijem, dok drugi deo soba gleda na bazen dugačak 250 m. Hotel ima i četiri različito uređene plaže, sa drugačijim peskom i plažnim mobilijarom. VIP deo je posebno izdvojen, i tu goste poslužuje batler.

### HOTEL "GÜRAL"

Ceo hotelski kompleks je u apartmanima i bungalovima, tako da se u zasebnim zgradama nalaze spa centar, hamam, restoran, bar... Ovaj hotel je izuzetno uređen i održavan. Njegovi vlasnici, porodica Güral, poznati su turski proizvođači porcelana, a aktivni su i u polju energetike. Ovde se gosti mogu baviti streljaštvom, vaterpolom, odbojkom na pesku... U sklopu hotela je i prelep aqua park i, što je ovde karakteristično – svaka površina ima svog animatora. Generalno, animatori i tim lideri u svim hotelima su pravi profesionalci koji glume, igraju i govore više od tri jezika.



Hotel "Güral"

### "ROYAL HOTEL ADAM & EVE"

Nedaleko od hotela "Güral" nalazi se "Royal Hotel Adam & Eve", čiji se spa centar prostire na 4.000 kvm i ima mnoštvo soba za masažu. Hotel je prvenstveno namenjen mladim parovima i ljudima koji vole žurke i dobar provod. Ovde posluša služi piće na rolerima, a uveče se otvaraju dva stejdža u baru, koji krase plafon u velikom staklenom mozaiku. Sa strane se nalazi restoran u staklu, iz kog se može posmatrati zabava u



"Royal Hotel Adam & Eve"



"Royal Hotel Adam & Eve"



Hotel "Güral"



restoranu. Ceo hotel je u ogledalima, a dominantne boje su bela i crvena. Zanimljivo je i to što sobe menjaju boje i što se svetla pale na zvuk.

Zabeležila: B. Bosnić



# Programi za poboljšanje pamćenja u Indiji

Holistički wellness rizort „Soukya“ u indijskom gradu Bangaluru Huveo je u svoju ponudu novi sedmodnevni program za poboljšanje pamćenja, koji se oslanja na ajurveda filozofiju, kako bi pospešili moždane potencijale kod pojedinaca. Program je zasnovan na verovanju da prosečna osoba koristi samo 30 odsto moždanih mogućnosti da prikuplja i skladišti nove informacije. Tretmani ajurvede uvršteni u program uključuju „Shirodara“ tretman, tokom kojeg se ulje polako sliva na glavu da bi umirilo um i opustilo nervni sistem, zatim „Vasti“ tretman, koji se odnosi na upotrebu toplih ulja koje se nanose na leđa, vrat i kolena i „Thalam“ tretman, tokom kojeg se nanosi medicinska pasta na teme glave.

Tretmani su namenjeni za povećanje sposobnosti učenja, podsticanje dubokog i okrepljujućeg sna i poboljšavanje koncentracije. Učesnicima programa su dostupne i procene zdravstvenog stanja, dnevni medicinski pregledi i fitness aktivnosti, kao što su joga, plivanje i šetnja. Za goste je obezbeđena i zdrava ishrana, u vidu vegeterijanske i organske hrane.



BIMOLATA NINGTUŽAM, SPA MENADŽER U HOTELU „OBEROI“ - DUBAJU

## Pet saveta za vođenje uspešnog spa centra



- Kreativnost je ključna za izdvajanje na konkurentnom tržištu, kao i bogata ponuda tretmana i omiljenih klasika koji udovoljavaju velikom broju jedinstvenih ukusa klijenata.
- Pažljivo odabrati članove tima i zatim im obezbediti dobru obuku. Ovo je od suštinske važnosti za ostvarivanje vrhunske personalizovane usluge i podsticanje razvoja.
- Sakupljati podatke o ličnim zahtevima klijenata. Obratiti pažnju i na najsitnije detalje kako bi pružili uslugu koja će poboljšati iskustvo klijenta.
- Kombinovati znanje o proizvodu sa uslugom klijenata kako bi se osigurala prodaja, i uspešno reklamirati spa centar i spa proizvode.
- Fokusirati se na kvalitet proizvoda, po mogućnosti od lokalnih sastojaka, nastojeći da mušterijama budu dostupni najfiniji organski proizvodi.



# Wellness

Hotelski lanac u okviru kojeg posluje šest hotela smeštenih na egzotičnim destinacijama – Mauricijusu, Maldivima, Kini i UAE, „LUX\* Resorts & Hotels“ izbor je prvenstveno onih gostiju koji žele da se odmore pred mora na plaži ili u ekstravaganтном bazenu. Hotelski menadžment, znajući da je prioritet gostiju relaksacija, ponudio im je nesvakidašnjeg pomoćnika, čiji je zadatak da gosti maksimalno i na najefikasniji način iskoriste sve mogućnosti za opuštanje i uživanje koje ovi hoteli nude.

Usaradnji sa vodećom fitness i wellness kompanijom SP&Co, u prestižnim hotelima lanca „LUX\* Resorts & Hotels“ od maja ove godine počeo je sa radom wellness konsijerž čiji je zadatak da gostima nudi i osmišljava „po meri krojene“ programe, kako bi gosti ostvarili svoje lične ciljeve, bilo da je u pitanju gubitak težine, detoksikacija ili regeneracija.

Po želji gostiju, usluga wellness konsijerža može početi pre dolaska u hotel ili po samom dolasku. Već pri prvom kontaktu gosta sa hotelom, putem mail-a ili telefona, gost vrši registraciju za wellness program u kojoj daje okvirne informacije o svojim željama, načinu života, navikama i potrebama. Kada gost stigne u hotel,

personalizovani program se konačno definiše i utvrđuje sa wellness konsijeržom u okviru privatne konsultacije, koja traje dvadesetak minuta. Ova usluga je besplatna, ali ukoliko gosti žele dodatne konsultacije, one su dostupne po ceni od 100 dolara na sat.

Wellness konsijerž u individualne programe inkorporira mnogo više od fitness-a i režima ishrane. On goste savetuje o zdravoj ishrani i ohrabruje ih da budu aktivniji i uzmu učešće u mnogim dodatnim sadržajima hotela, kao što su: časovi priremanja zdrave hrane u samom rizortu, terapijski spa tretmani, fitness trening sa ličnim instruktorom, analize stanja tela, časovi joge za vreme izlaska ili zalaska sunca, *tai chi* ili kikboks, jahanje konja na plaži i vožnja

bicikla do lokalne pijace, a za avanturiste tu su i mogućnosti plivanja sa delfinima, časovi ronjenja, plivanje sa ajkulama na Maldivima, podvodno pecanje i *kitesurfing*.

Spa konsijerž brine i o tome da se program pravilno sprovodi širom rizorta. Ukoliko terapeut primeti neku osobenost kod gosta, na primer bol u vratu, on će tu informaciju uz pomoć wellness konsijerža preneti i drugim pružiocima usluga u sklopu programa. Tako će onda joga instruktor moći da modifikuje vežbe za potrebe tog gosta i svi će raditi zajedno na otklanjanju tog problema. Na taj način, postiže se cilj usluge konsijerža, a to je unapređenje iskustva gostiju i pokazivanje visokog stepena brige o njima.



# konsijerž



LUX\* Resorts & Hotels launched a new wellness concierge service for guests, at their properties in Mauritius and Maldives, from May 2015. Programs are designed to help guests accomplish their personal goals, whether they hope to lose weight, detox, or simply rejuvenate while being on holiday. Programs can include healthy eating tips and cooking classes in the resort, spa treatments, personal training sessions, sunset yoga classes and meditation. Wellness concierge encourages guests to get active, with adventures and activities including swimming with dolphins, free diving lessons and swimming with Whale Sharks in the Maldives, deep sea fishing, horse riding on the beach, bike rides to local food markets and kite surfing.

Ovakvi programi dostupni su svim gostima, bez obzira na nivo kondicije ili znanja o ishrani. Za razliku od tipičnih detox rizorta, LUX\* rizorti i hoteli prepoznaju važnost relaksacije i uživanja, kao i mogućnost usvajanja i daljeg korišćenja vještina i znanja stečenih tokom odmora.

Jeff Butterworth, menadžer spa i wellness sektora u ovom lancu hotela objašnjava da je, iako su različite wellness komponente već bile prisutne u hotelima od osnivanja, postojala potreba da se one povežu. Imali su sve kockice, samo je nedostajao neko ko će ih složiti u jedinstveni proizvod i raditi na njegovoj promociji kod gostiju hotela. I upravo to je postignuto zahvaljujući wellness konsijeržu.

Marija Obradović







**VingCard<sup>®</sup>**  
**Elsafe**



RFID tehnologija

Hotelski sistemi inteligentnih brava

Upravljanje energijom

Upravljanje radnim vremenom

**SPICA**

[www.spica.rs](http://www.spica.rs)

#### VingCard Elsafe Brave

Elektronska brava je prvi kontakt gosta sa sobom u kojoj će odsesti. 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. Bilo zbog jednostavnosti koja proizlazi 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 provalu 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 gostinskih soba proširuje na sve sadržaje hotelskog kompleksa (liftovi, wellness i Spa centri, bazeni, restorani, garaže i parking prostori).

**TIME**  **SPACE**



Exclusive VingCard Elsafe Distributor ŠPICA CENTAR – 11070 Beograd, Bulevar Mihajla Pupina 165v, tel. +381 11 2225070, [www.spica.rs](http://www.spica.rs)





## KeyBox Keycontrol.

### Inteligentni ormani za ključeve.

Vaš Keycontrol sistem može imati od nekoliko ključeva do više hiljada ključeva. U skladu sa vašim rastućim potrebama, jednostavno možete dodati više linija za ključeve u vaš orman, ili dodati više ormara u postojeći sistem. Do sto ormara može biti korišćeno u okviru istog sistema.

Orman za ključeve poseduje ekran sa jednostavnim menijem i opcijom za pretragu. Ormani su opremljeni rezervnim napajanjem, alarmom i sa 14 mesta za ključeve na svakoj liniji.

## KEYWIN5

KeyWin5 softver vodi evidenciju o svakom ključu putem IntelliPin priveska. Uparite IntelliPin i ključ, a zatim ga stavite na liniju za ključeve na zidu ili u ormanu. Svaki IntelliPin poseduje jedinstveni ID broj, što omogućava jednostavnu identifikaciju statusa svih ključeva direktno iz KeyWin5 softvera. Softver je dostupan i kao web aplikacija.

## Povećan kapacitet i više funkcionalnosti.

### Korisnici

- Izabran ili nasumičan PIN kod.
- Opcija promene koda direktno na ormanu.
- Deaktivacija korisnika.
- Period validnosti za korisnike.
- Neograničen broj korisnika.
- Grupe za korisnike i ključeve.
- Vremenski kanali.
- Jednostavna administracija putem grupa.
- Pregledan uvid putem grupa.

### Ključevi i ormani

- Vremensko ograničenje.
- Grafički pregled ključeva.
- Jedan ključ za jedan ili više ormara.
- Slobodna ili fiksna pozicija ključeva.
- Opcija pretrage na ekranu.
- Informacija kod kog korisnika je ključ.
- Stand-alone ili u mreži.
- Automatska ili fiksna IP adresa.
- Alarm za vrata i ključ.
- Protivprovalni alarm.
- Povezivanje na eksterni čitač.

### Administracija

- Neograničen broj administratora.
- Podešavanje administratorskih prava.
- Izbor ormara za administraciju.
- Vidljive samo informacije o dodeljenim ormanima.
- Log iz računara i ormara.
- Napredna funkcija pretrage.
- Jasan prikaz alarma.
- Izveštaji putem CSV ili PDF dokumenta.
- Alarm prosleđen na e-mail.



Izaberite privezak za ključeve sa zaključavanjem ili bez zaključavanja.

**spica**

Špica Centar d.o.o.  
+381 11 222 50 70  
www.spica.rs  
info.rs@spica.com

Z A L J U D E S A  
**VIZIJOM**

**OVET**

T U R I S T I C K I

**OVET**

**OVET**

...od **2002.** godine  
uz hotelsku  
& turističku industriju