

# LOVET

TURISTIČKI

# LOVET

DECEMBAR 2016 / JANUAR 2017



reception

**IN Hotel: SPOJ znanja i energije, nepobediva KOMBINACIJA**

Miloš Teodosić  
**Košarkaški kamp**  
OSTVARENJE VIŠEGODIŠNJEG SNA

Ivan Ivanović  
**HUMOR** je moje oružje

Zoran Bosanac  
**USPEH** je biti svoj i originalan

Proglašeni **AMBASADORI**  
**DOBRE USLUGE** 2016.







SVET PROFESIONALNE HIGIJENSKE OPREME

## SPOJ VRHUNSKOG KVALITETA I DIZAJNA



### UNIONCLEAN

11000 BEOGRAD, Francuska 55, Tel. +381 11 328 11 88, Fax +381 11 328 29 99

E-Mail [info@unionclean.rs](mailto:info@unionclean.rs) Web [www.unionclean.rs](http://www.unionclean.rs)



**ASUS**<sup>®</sup>  
IN SEARCH OF INCREDIBLE

## ASUS ZenBook 3

Najprestižniji laptop na svetu,  
sa nenadmašnim performansama.

ZenBook 3 je vesnik nove ere mobilnosti i snage. Težak je samo 910 g. Debeo je samo 11.9 mm. Njegova baterija traje do 9 sati. Njegov Intel® Core™ i7 procesor, do 1TB SSD i 16GB RAM-a pružaju nenadmašne performanse. On je prelep. Jednostavno, on je najneverovatniji laptop na svetu. On je ZenBook 3.

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

Windows za obavljanje više zadataka istovremeno: počnite brzo i završite prvi.

 Windows







## TURISTIČKI SVET

Magazin „za odabrane“,  
za one čiji je poslovni cilj da budu uspešni i da traju

**T**uristički Svet je prvi "lifestyle" magazin u Srbiji fokusiran na hotelsko-turističku industriju, sa tradicijom od 14 godina izlaženja u kontinuitetu. Kao ponosni član ALCO Group, jedne od najuglednijih kompanija u Srbiji, u čijem vlasništvu je prvi domaći lanac luksuznih hotela, nalazi se na leaderskoj poziciji na domaćem tržištu, ali i sa već izgrađenim međunarodnim ugledom, pre svega u regionu, i to zahvaljujući: stalnim ulaganjima u kvalitet i unapređenje odnosa sa klijentima, medijskom sponzorisanoj najuticajnijih događaja u turizmu regiona, organizaciji velikih hotelijerskih konferencija, dodeli najuglednijih priznanja u hotelskoj industriji Srbije "Ambasadori dobre usluge", kao i podršci poslovnog portala [www.turistickisvet.com](http://www.turistickisvet.com) i angažovanosti na društvenim mrežama.

Magazin je luksuzno dizajniran, sa logotipom u zlatotisku i zlatom kao dominantnom bojom koja njegovom raskošnom izgledu daje *kvalitet više*. Fokusiran je na sofisticiranu promociju elitnih destinacija, luksuznih hotela i wellness & spa centara, svojim sadržajem prati savremene svetske trendove u hotelsko-turističkoj industriji, donosi najnovije informacije i saznanja u toj oblasti, predstavlja zanimljive turističke destinacije, uspešne hotelske i turističke koncepte i profesionalce koji su obeležili i vreme i profesiju, ali i mnogo više od toga. Atraktivne tematske celine, koje nose sopstveni logo: Wellness & Spa Svet, Gastro Art i Svet Atrakcija - otvaranjem novih saznavnih prostora ne samo da idu ispred svog vremena, već predstavljaju i nukleuse autentičnih izdavačkih projekata budućnosti. I najvažnije: *Turistički Svet* povezuje ljude i kompanije čiji je sinonim KVALITET. Zato je *Turistički Svet* u pravom smislu magazin „za odabrane“, za one čiji je poslovni cilj da budu uspešni i da traju!

**TURISTIČKI SVET** d.o.o.  
član **ALCO GROUP**

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



Prvi časopis za savremeno hotelijerstvo & turizam  
**ISVET**  
TURISTIČKI

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

**Direktor & glavni urednik:** Ljiljana REBRONJA  
**Urednik:** Biljana BOSNIĆ OGNJENOVIĆ  
**Novinar / prevodilac:** Marija OBRADOVIĆ  
**Sekretar Redakcije:** Marija IVANOVIĆ  
**Likovni urednik:** Branka MRĐEN

**Saradnici:** Nevena VUČIĆ, Ivana STOJANOVIĆ,  
Ivana BANOVIĆ-ĐORĐEVIĆ,  
Peđa FILIPOVIĆ, Radmila TAMINDŽIĆ,  
Jelena ĐAKOVIĆ, Rade SAMČEVIĆ,  
Uroš ŽIVKOVIĆ, Dušan VESELINOVIĆ,  
Marko JELIĆ

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

**Adresa redakcije:**

Beograd, Požeška 65 b

+381 (11) 305-0-789; +381 (63) 30-77-95

[turistickisvet.press@gmail.com](mailto:turistickisvet.press@gmail.com)

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

Časopis izlazi šest puta godišnje.

Godišnja pretplata na "Turistički Svet":  
**30 evra (Srbija) - 60 evra (inostranstvo)**  
Tekući račun: 205-6884-97

**Štampa:** ZLATNA KNJIGA - Jagodina  
Tel. +381 (35) 823-1-413

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 - Katalogizacija u publikaciji  
Narodna biblioteka Srbije, Beograd  
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- (Jagodina : Zlatna knjiga). - 27 cm

Dvomesечно  
ISSN 1451-2661 = Turistički svet  
COBISS.SR-ID 137991436



Srećno  
u novoj godini!



20

Tunis – bezbedna, topla i gostoljubiva zemlja



38

Moje srce je zauvek u F&B-u



48

Lider u ugostiteljstvu zapadne Srbije



Decembar 2016 / Januar 2017.  
Godina XIV, Broj 79

Na naslovnoj strani:  
**IN HOTEL - BEOGRAD**  
Dizajn: Branka Mrđen

- 7910 SAINT TEN Hotel
- 7912 Jubilarna dodela priznanja Ambasadori dobre usluge 2016
- 2918 Održivost kao preduslov daljeg razvoja turizma
- 7926 Hrvatska – sve uspješnija celogodišnja destinacija
- 7930 Beogradu su potrebni hotelski brendovi
- 7932 Spoj znanja i energije - nepobediva kombinacija!
- 7936 Nova definicija luksuza
- 7943 Šta hotelijeri treba da nauče od avio-kompanija
- 7944 Lider sa jasnim stavom
- 7950 Ambasadori kvaliteta i istrajnosti
- 7952 Ljubav i posvećenost, formula uspeha
- 7956 Saveti za hotelijere
- 7958 FTMM - Snažna logistika turističkoj privredi Srbije
- 7961 Turizam u Srbiji ima budućnost
- 7963 U fokusu: upravljanje prihodima
- 7966 Paralelno jačanje i „hardvera“ i „softvera“
- 7969 Lider u dualnom obrazovanju
- 7972 Hotelijer sa istančanim smislom za biznis
- 7974 Hoteli koji pišu istoriju
- 7978 Nesvakidašnje iskustvo u jednosobnim hotelima
- 7984 Beograd – prestonica turizma i mode mladih
- 7986 Humor je moje oružje
- 7989 Magija koja oživljava i oplemenjuje
- 7996 Sport i hotelijerstvo: ima neka tajna veza
- 79100 Košarkaški kamp ostvarenje višegodišnjeg sna
- 79102 Glamur, uzbuđenje, hedonizam...
- 79104 WIPO IP Enterprise Trophy za Commo 21
- 79108 Gastro vizionar
- 79112 Povratak u budućnost wellness industrije
- 79114 Wellness rizorti – nova utočišta od stresa
- 79126 Izobilje lepota i budističkih svetinja
- 79133 Neodoljivi šareni džinovi



Ciljajte prema mesecu! Čak i ako ga promašite,  
završićete među zvezdicama!

*Les Brown*



Uspeh je biti svoj i originalan



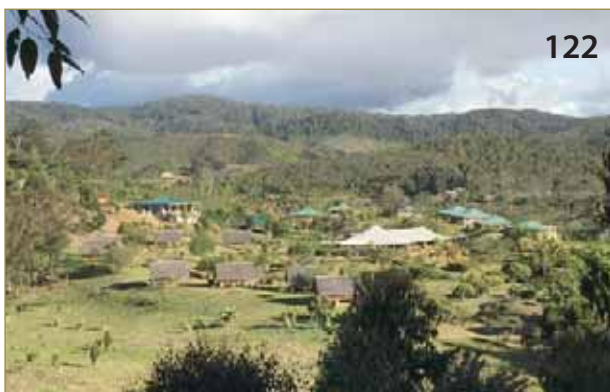
Sportske legende u ulozi ugostitelja



Put oko sveta sa kuvarom Božom



Bonton za relaksaciju bez strasa



Madagaskar – zemlja jednostavnog života



Bajka u kojoj brige nestaju!

## "SEEBTM AWARDS 2016" ZA HOTEL IZVOR

Hotel Izvor u Bukovičkoj Banji dobitnik je priznanja "SEEBtm Awards 2016" u kategoriji "The best out of the city hotel with conference center". Priznanje najboljim hotelima u kongresnom i poslovnom turizmu regiona za tekuću godinu u 22 kategorije, dodeljuje specijalizovani časopis za event menadžment i kongresni i poslovni turizam – "SEE business travel & meetings" (SEEBtm), na osnovu glasova onih koji su kupci u kongresnom turizmu, kao i čitalaca i žirija.



## RENOVIRAJU SE ČETIRI HOTELA U VRNJAČKOJ BANJI

Poslednjih par meseci, Vrnjačka Banja je postala pravo gradilište, jer se čak četiri hotela u potpunosti renoviraju. Najveće gradilište je na nekadašnjem hotelu Slavija, koji treba da postane "resort", a renoviraju se i Park u centru Banje, kao i Slatina u blizini parka Jezero.

Prema rečima predsednika opštine Vrnjačka Banja Bobana Đurovića, u centru Banje, na veoma atraktivnoj lokaciji, gradiće se i terma, koja će po svojim karakteristikama biti veoma atraktivna i privlačna turistima, a očekuje se da će radovi krenuti u 2017. godini i biti završeni prema planiranoj dinamici.

Izvor: Tanjug

## NA PALIĆU USKORO NAJVEĆE STUDENTSKO ODMARALIŠTE U REGIONU

Studentsko odmaralište na Paliću sa 420 ležajeva, koje se gradi od 2014. biće, pored Avale i Zlatibora, treća destinacija u Srbiji za boravak studenata iz regiona. Kompleks se radi u pet faza i koštaće oko 500 miliona dinara. Projektom su, između ostalog, predviđeni olimpijski bazen i kongresne sale, a odmaralište bi trebalo da postane centar za letnje kampove i okupljanje mladih iz cele Evrope. Naselje se nalazi između Paličkog i Krvavog jezera i prostire se na 4,5 hektara.

Izvor: Blic



## HOTEL CLUB A U VLASNIŠTVU HOTELA MOSKVA

Hotel Moskva d.o.o. Beograd, firma koja upravlja istoimenim hotelom u prestonici, nedavno je kupila hotel sa tri zvezdice Club A na Kopaoniku, sa 91 smeštajnom jedinicom i pripadajućim sadržajima. Kako Turistički Svet saznaje, plan je da se od hotela sa 3 zvezdice rekonstrukcijom napravi hotel sa 5 zvezdica, po najvišim svetskim standardima, koji će pored proširenja smeštajnih kapaciteta i multifunkcionalnih konferencijskih sala, sadržati i jedan od najboljih Spa & Wellness centara na Balkanu.





## DELTA I MK RESORT ŠIRE HOTELSKU IMPERIJU U SRBIJI I REGIONU

Kompanija Delta nedavno je kupila hotel Holiday Inn Beograd i BelExpo centar, u čije renoviranje planira da uloži više od 2 miliona evra, a u trci je i za Sava centar, za koji su svoje kandidature do sada podneli i Aerodrom Nikola Tesla i slovenačka kompanija GGE ESKO.

- Nadamo se da će Sava centar doći u ruke kompanije koja će zaista od njega nešto da napravi. Mi bismo najviše voleli da to bude Delta holding, ali ko god na kraju bude upravljao njime, korist od obnove Sava centra imaćemo svi, jer ćemo tek tada moći da povećamo broj turista i kandidujemo se za velike kongrese od nekoliko hiljada učesnika. Sava centar je Beogradu



Sava Centar

izuzetno potreban, jer sve sad imamo, samo nemamo kongresni centar – tvrdi Živorad Vasić, direktor hotela Crowne Plaza Beograd, otkrivši za Turistički Svet i regionalne hotelske planove Delta

holdinga, čiji je potpredsednik.

- Naša ideja je da se bavimo hotelijerstvom u regionu. Imamo više razloga za to. Naše partnerstvo sa InterContinental Hotels Group (IHG) nama kao kompaniji izuzetno mnogo znači. U Beogradu već imamo tri hotela iz ove grupacije, te je beogradsko tržište prezasićeno, pa je nekako logično da nastavimo sa širenjem u region – tvrdi Vasić, i nastavlja:

- U maju 2017. završavamo izgradnju i otvaramo InterContinental u Ljubljani. U Hrvatskoj su u toku pregovori oko otvaranja hotela InterContinental Zagreb, a sledeća instanca bile bi Makedonija i Albanija. Smatramo da bi hotelijerstvo u Albaniji moglo biti prosperitetno, i da bi tu bolja opcija bila Crowne Plaza nego InterContinental. Tržište je tamo perfektno za jedan kongresni hotel sa 4 zvezdice. Imali smo uspešne razgovore u Albaniji i bili smo dobro prihvaćeni, tako da se radujemo ulasku i na to tržište – ističe Vasić.

No, osim Delte, svoje hotelsko poslovanje na region postepeno širi i MK Resort.

- Prošle godine smo kupili hotel

Kempinski u Portorožu. U ovom trenutku gledamo da u tom gradu kupimo još dva ili tri hotela, a pregovaramo i o kupovini aerodroma Portorož. Takođe, pregovaramo o preuzimanju Kempinskog u Savudriji, u Istri, kako bismo objedinili taj severni deo Jadrana. Plus, mi smo vlasnici 30% Budvanske rivijere i sad gledamo da intenzivno investiramo u Crnu Goru – u razgovoru za Turistički Svet otkriva Nikola Avram, generalni direktor MK Resort.

On navodi i da će u prvoj polovini 2017. godine MK Resort otvoriti i hotel u Novom Sadu, čije je otvaranje predviđeno u prvoj polovini 2017. godine, a u čiju obnovu su uložili 12 miliona evra.

Osim hotelskog kompleksa na Kopaoniku, gde su u veliki kongresni centar prošle godine investirali milion i po evra, MK Resort u Beogradu poseduje hotel 88 Rooms, u čije su kongresne kapacitete, takođe prošle godine, uložili 400.000 evra. Na pitanje da li planiraju u Beogradu da otvore još neki hotel, Avram odgovara:

- Ako se pruži neka povoljna i dobra prilika, onda svakako da!



MK Resort u Novom Sadu



# SAINT TEN HOTEL

## otvorio vrata i srce prvim gostima



Usamom srcu Vračara, kao spomenik kulture, svoju poziciju zauzeo je novootvoren boutique hotel SAINT TEN. Na samo par minuta hoda od Hrama Svetog Save sa jedne i kružnog toka Slavija sa druge strane, u ulici Svetog Save 10, ovaj luksuzan boutique hotel dočekuje svoje goste, uglavnom iz poslovnog sveta. Fasada hotela predstavlja idealan spoj tradicionalnog i modernog beogradskog dizajna. Lobby hotela je protkan najelegantnijim detaljima koji se ogledaju u svakom kutku, od ručno pravljenog nameštaja, unikatnog dizajna do vrhunske usluge koje osoblje SAINT TEN hotela pruža svojim gostima.

Hotel ima 56 komfortnih soba i apartmana, koje predstavljaju savršen spoj tradicionalnog i modernog šika. Opremljene najkvalitetnijim materijalima i opremom kao što su drveni pod, pločice od prirodnog kamena u kupatilima, „rain shower“ u tuš kabinama, „Noir“ kozmetika, individualna kontrola temperature, smart TV sistemi kao i ručno pravljeni unikatni komadi nameštaja - omogućuju jedinstveno iskustvo.

Hotel raspolaže sa pet konferencijskih sala za sastanke, opremljene najsavremenijom opremom. Tri konferencijske sale imaju mogućnost spajanja i odvajanja u zavisnosti od potreba, a na šestom spratu se nalazi multifunkcionalna soba sa terasom koja predstavlja savršenu alternativu za koktele, sastanke i privatne večere.

Hotel SAINT TEN krasi i SANCTUS restoran, pazljivo osmišljen da zadovolji ukus i najvećih esteta i poznavalaca autentične kuhinje, čiji meni je inspirisan lokalnim specijalitetima u fuziji sa internacionalnim klasicima.

SAINT TEN Hotel je nov dragulj u Beogradu koji će svojim stavom "Vračarskog dase" osvojiti i najtvrdra srca.



# SKEYNDOR

50 years in your skin

Uvoznik za Crnu Goru, Srbiju,  
BiH i Makedoniju: **Meditas d.o.o.**  
tel. : +381 11 33 91 394; +381 69 39 99 053



## Proslava zlatnog jubileja

**M**editas je porodična kompanija osnovana 1994. godine u Podgorici, koja je svoj rad započela otvaranjem jedne od prvih privatnih apoteka u Crnoj Gori. Danas, kao kompanija sa preko 70 zaposlenih, Meditas u svom sastavu ima maloprodajni lanac od 8 apoteka, Kozmetički centar i Veledrogeriju sa kojom pokriva tržišta Srbije, Crne Gore, Bosne & Hercegovine i Albanije.

U hotelu Moskva, 03.11.2016, Meditas je, zajedno sa preko 100 prisutnih zvanica, proslavio 50 godina postojanja brenda Skeyndor, jednog od najznačajnijih brendova iz njegovog portfolija. Takođe, u okviru događaja najavljena je i nova ekskluzivna Skeyndor ultra anti-ageing linija, Timeless Prodigy, formulisana sa 25 naučno odabranih aktivnih sastojaka, namenjenih efikasnom otklanjanju i prevenciji znakova starenja.



Skeyndor je španski brend sa dugogodišnjom tradicijom, koji je posvećen proizvodnji profesionalne kozmetike i profesionalnih kozmetičkih aparata koji su namenjeni upotrebi u kozmetičkim salonima, hotelima, wellness, spa i anti - ageing centrima i estetskim i dermatološkim ordinacijama. Ovaj prestižni španski brend, koji se temelji na naučnim i biotehnološkim dostignućima sa avangardnim pristupom lepoti, zastupljen je u preko 50 zemalja i poseduje preko 2.000 formulacija čija se delotvornost bazira na formulama potkrepljenim mnogobrojnim kliničkim studijama.



U toku pomenutog događaja, Meditas je najavio i novi brend koji će se naći u njegovoj ponudi u Srbiji, a koji već više od 8 godina zastupa na teritoriji Crne Gore. Naime, radi se o švajcarskom brendu Mavala, koji postoji već više od 50 godina i bavi se proizvodnjom kozmetičkih preparata široke namene, a predstavlja jedan od vodećih svetkih brendova kada se radi o kvalitetu proizvoda namenjenih nezi noktiju, ruku i stopala.

*Srećnu Novu 2017. Godinu i Božićne praznike, želi Vam Meditas!*



# Jubilarna dodela priznanja



2016

Ambasadori  
dobre usluge

Organizator

Prvi časopis za savremenu turističku & banjsku  
**SVET**  
TURISTIČKI  
**SVET**



Korstec Advanced Solutions

Generalni sponzor



VINARIJA  
PIK OPLENAC

Pokrovitelj



Република Србија  
МИНИСТАРСТВО ТРГОВИНЕ, ТУРИЗМА И  
ТЕЛЕКОМУНИКАЦИЈА



**ALFA PLAM**



Hotel Crowne Plaza Beograd, 14. decembar 2016.



Najbolje za hotele i njihove goste:  
celokupna snabdevenost tekstilom.

SALESIANER MIETTEX SINCE 1916  
100 YEARS



Najbolji servis iznajmljivanja tekstila.



**SALESIANER MIETTEX Bogsim d.o.o.**

Batajnicki drum 23, 11000 Beograd.

info@salesianer.rs

www.salesianer.rs

+381 11 785 894 0





JUBILEJ

## 10 godina Ambasadora dobre usluge

**K**ada je Redakcija časopisa "Turistički Svet" – prvog časopisa za savremeno hotelijerstvo & turizam u Srbiji, 2006. godine ustanovila, priznanje

**Ambasadori dobre usluge**, s idejom da dobrim primerima iz hotelijerske prakse ohrabruje na rast i pozitivne promene, niko, pa ni osnivači, nije ni pomislio da će jednoga dana, upornim radom, s mnogo entuzijazma i posvećenosti promociji „ambadorske“ profesije – stići i do jubileja. I evo, kao da smo juče počeli a već čitavu deceniju ističemo najuspešnije kompanije i profesionalce u hotelskoj industriji, turizmu i pratećoj privredi u Srbiji, odajemo im priznanje za izuzetne poslovne rezultate u tekućoj godini i nove avangardne projekte, ali i za iskorak u osvajanju i odbrani kvaliteta proizvoda i usluga i njihovom unapređenju, za postavljanje novih standarda i profitabilnijih koncepata, podstičemo ih priznanjima da u posao ulaze sa strašću i rade ga posvećeno – svako na svojoj poziciji kao lider bez naimenovanja, kako voli da kaže Robin Šarma. I ono najvažnije: mi ovim priznanjima javno iskazujemo zahvalnost onima koji to zaslužuju u ime svih onih koji su zaboravili da je zahvalnost i poštovanje zaposlenih najjači vetar koji podiže krila svih malih i velikih „ambasadora dobre usluge“ u interesu kompanija u kojima rade.

U skladu s uverenjem da u zemlji koja razvija turizam, svi ljudi imaju neku ulogu u tom razvoju, krajnji cilj svih naših napora bilo je stvaranje armije „ambasadora“ elitne hotelijerske profesije i pratećih industrija, armije čija snaga, u krajnjoj liniji, određuje stepen razvoja nacionalne hotelske industrije. Ponosna sam što naša armija polako ali sigurno raste, i zahvalna svima koji su ovu priču razumeli i podržali – kao pokrovitelji, partneri, sponzori, autori priznanja, učesnici, mediji... Za deset godina priznanje je dobilo gotovo stotinu vrsnih profesionalaca, hotela i kompanija, a moja najveća satisfakcija, kao autora priznanja, je što su svi i dalje u poslu, bolji i uspešniji nego što su bili. Upravo zahvaljujući kredibilitetu i onih koji ga dodeljuju kao i njegovih dobitnika, priznanje *Ambasadori dobre usluge* postalo je jedno od najprestižnijih u Srbiji. Ovaj svojevrstni "Oskar hotelijerstva", koji se dodeljuje u desetak kategorija, prepoznat je tokom decenije kao ekskluzivna oznaka kvaliteta, a njegovi laureati - uzor ka kojem se teži.

Zato s ponosom predstavljam ovogodišnje „ambasadore dobre usluge“, kao i dobitnike jubilarnih priznanja. Radujem se njihovom uspehu i čestitam im u ime Turističkog Sveta i Stručnog žirija, na čijem čelu je ove godine prof. dr Slobodan Unković, emeritus. Želim im da u novoj godini budu još bolji i uspešniji, da hrabro odgovaraju na izazove i da uprkos svemu idu u susret promenama, jer to je jedini pravi put do uspeha.



Ljiljana Rebronja



## Ambasadori dobre usluge 2016



**Novak Đoković**  
Orden I reda



**Prof. dr. Milošan Stanišić**  
Zlatna povelja



**Danilo Marić**  
Zlatna povelja



**Hotel Splendid**  
Conference & SPA  
Resort, Budva, CG  
Zlatna povelja



**Žarko Radulović**  
Zlatna povelja



**UTP Morava, Čačak**  
Jubilarno priznanje  
za 70 godina trajanja



**IN Hotel, Beograd**  
Jubilarno priznanje  
za 10 godina trajanja



**Aleksandar Vasiljević**  
Lider hotelske  
industrije - 2016



**Nemanja Mihajlović**  
Menadžer prodaje  
2016



**Maja Remetić**  
PR & marketing  
menadžer - 2016



**Saša Marjanović**  
Menadžer recepcije  
2016



**Jelena Veljanović**  
Menadžer hotelskog  
domaćinstva - 2016



**Marija Nikolić**  
Wellness & SPA  
menadžer - 2016



**Milan Petrović**  
F&B menadžer  
2016



**Komnen Bakić**  
Chef of the year  
2016



**Stambol Geštamov**  
Chef of the decade  
2006-2016



**Miša Ćirić**  
Jubilarno priznanje za  
20 godina rada u  
turističkoj diplomatiji



**Grey Hotel,  
Kopaonik**  
Novi kvalitet  
2016



**Etno naselje  
Vrdnička kula, Vrdnik**  
Novi kvalitet - 2016



**Kraljevi čardaci spa**  
Kopaonik  
Press zvezdica - 2016



**Firma Maruška**  
Prelljina, Čačak  
Ekskluzivni nacionalni  
suvenir



**SAT Media Group**  
Beograd  
Medijski partner  
hotelsko-turističke  
industrije - 2016



**Winterhalter**  
Gastronom YU  
Beograd  
Partner hotelske  
industrije - 2016



**Ugoštiteljsko-  
turistička škola,**  
Beograd  
Partner hotelske  
industrije - 2016





# Gala večer hotelijera

Hotel Crowne Plaza Beograd

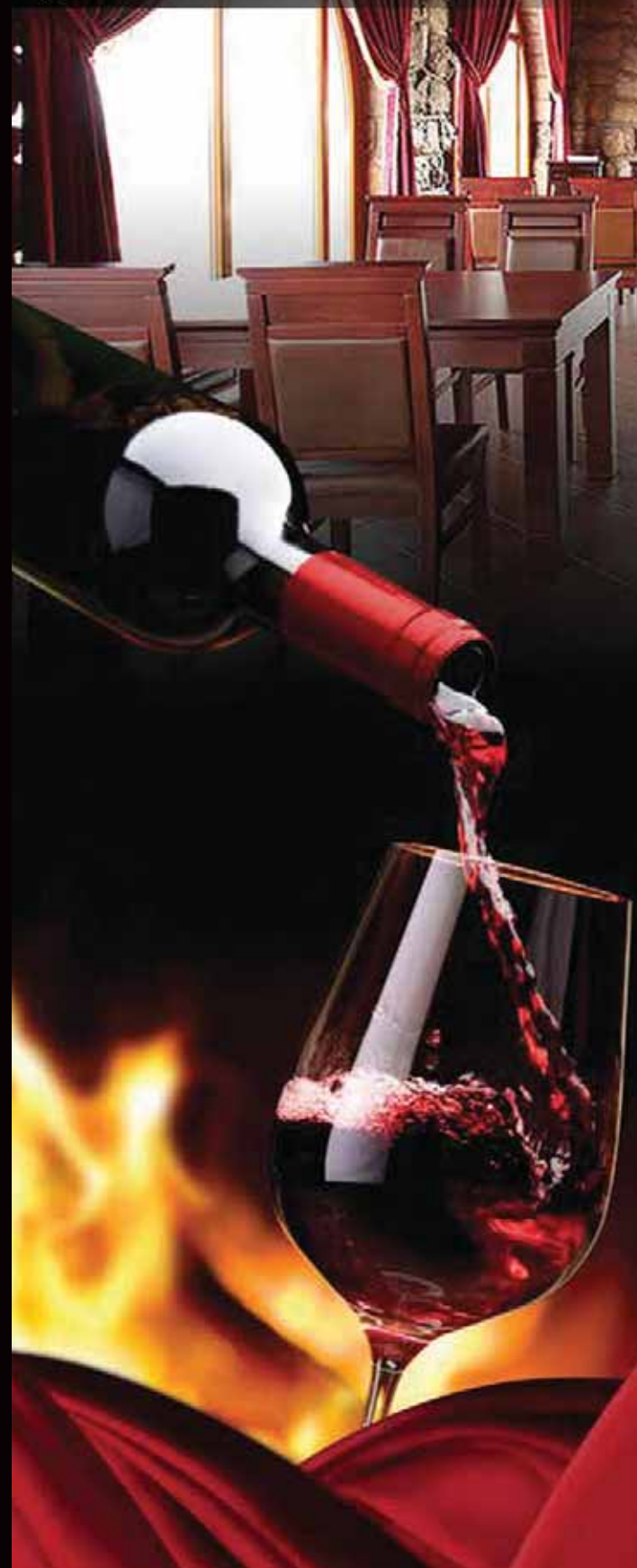


Foto: Siniša Živković  
Mileta Mirčetić



*"Sunčeve zrake zarobljene u bobice grozda najčudesnije iskre u vinskoj čaši obasjavajući put do harmonije duše."*

*-prof. dr Jović*



PROVEDITE SVOJE VREME U TOPLOM  
AMBIJENTU UZ ČAŠU

*pitkog vina*



Vaša vinarija



PIK OPLENAC  
1956

[www.pik-oplenac.com](http://www.pik-oplenac.com)

# ODRŽIVOST kao preduslov daljeg RAZVOJA TURIZMA

Iako se turizam percipira kao generator ekoloških problema, on treba da bude uključen i u njihovo rešavanje. Cilj Ujedinjenih nacija je da tome doprinesu putem nove Agende 2030, koja podržava inkluzivni i održivi ekonomski rast, kao i proglašenjem 2017. godine Međunarodnom godinom održivog turizma – zaključeno je na EIAT konferenciji u Novom Sadu, posvećenoj biodiverzitetu, niskokarbonskom turizmu i lokalnom ekonomskom razvoju.



Novi Sad je 18. i 19. novembra 2016. godine bio domaćin Regionalne konferencije o biodiverzitetu, niskokarbonskom turizmu i lokalnom ekonomskom razvoju, koja je okupila lidere i najistaknutije stručnjake iz turističke industrije. Ovaj događaj se pod okriljem EIAT brend platforme odvijao u Skupštini AP Vojvodine, pod sloganom "Menjajući region: turizam i Agenda održivog razvoja do 2030", u organizaciji Centra za istraživanja i studije turizma, a uz podršku i partnerstvo Pokrajinske vlade, Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija, Nemačke organizacije za međunarodnu saradnju – GIZ, Centralne evropske inicijative (CEI), Grada Subotice i Turističkih organizacija Srbije, Vojvodine i Crne Gore.

## GODINA ODRŽIVOG TURIZMA

Obraćajući se prisutnima u ime organizatora, **Milan Čulić** je poručio da je svrha ove

konferencije da ukaže na značaj unošenja promena i raznovrsnosti u ruralnim ekonomijama i to kroz razvoj eko-turizma i iznalaženje rešenja finansijske održivosti zaštićenih područja prirode, a u svetlu nove razvojne agende UN do 2030. godine i "Ciljeva održivog razvoja" (SDGs).

O *Agendi 2030* i *Ciljevima za održivi razvoj* govorio je izvršni direktor Svetske turističke organizacije (UNWTO) **Marcio Favilla**, naglasivši da je turizam treći najvažniji izvozni sektor u svetu, te da sa rastom turizma raste i odgovornost za zaštitu životne sredine.

- Održivi turizam je jedna od ključnih tema za međunarodnu zajednicu. U septembru 2015. godine Generalna skupština UN odobrila je *Agendu 2030* kojom su jasno naznačene mere za implementaciju održivog turizma i koja obuhvata pet ključnih stubova održivosti: ekonomski, socijalni, ekološki, nasleđe i kultur-

nu održivost, kao i bezbednost. Turizam je uvršten i pod tri tačke dokumenta „Ciljevi za održivi razvoj“ - pod tačkom 8: Promovisanje neprekidnog, inkluzivnog i održivog ekonomskog rasta, puna i produktivna zaposlenost i pristojan posao za sve; pod tačkom 12: Održiva potrošnja i proizvodnja; i pod tačkom 14: Održiva upotreba okeana, mora i drugih vodenih resursa za održivi razvoj – rekao je Favilla, dodavši i da su Ujedinjene nacije 2017-tu proglasile Međunarodnom godinom održivog turizma.

## BRIGA O OČUVANJU BIODIVERZITETA

Izrazivši zadovoljstvo što učestvuje u bici za bolju planetu, ambasadorica Brazila u Srbiji **Nj.E. Isabel Cristine de Azevedo Heyvaert** takođe je konstatovala da turizam treba da preuzme odgovornost za očuvanje biodiverziteta. Ona je navela i primer amazonskih šuma, čije je očuvanje važno za zdravlje cele planete.





- Ceo svet treba da bude svestan koliko je važno sačuvati ovu oblast od promena. Brazilci to znaju, i mnogo pažnje posvećuju održivosti. Tako je u Riju prilikom održavanja Olimpijskih igara i Svetskog prvenstva u fudbalu izuzetno vođeno računa o očuvanju životne sredine, ali i o dostupnosti sadržaja osobama sa posebnim potrebama – navela je ambasadorka.

Da nema uspešnog razvoja turizma bez vođenja brige o ljudima, očuvanju prirode i kulturnih spomenika, složili su se i ekspert za turizam **prof. dr Slobodan Unković** i stalna koordinatorka Ujedinjenih nacija u Srbiji **Irena Vojáčková-Sollorano**, koja je naglasila da o turizmu treba razmišljati na duge staze, kako bismo i u narednim decenijama imali šta da pokažemo i ponudimo turistima.

#### POZITIVNI PRIMERI

Kako je u svom izlaganju istakao predsednik Pokrajinske vlade **Igor Mirović**, Vojvodina turistima može da ponudi čak 134 područja prirode sa bogatim biodiverzitetom i pod različitim stepenom zaštite. Sve su to, kako je Mirović naveo, izvanredni resursi za razvoj niskokarbonskog, zelenog ili ekoturizma, ali i za lokalni ekonomski razvoj, jer je njihov sastavni deo raskoš okolnih vojvođanskih mesta sa veoma dobro očuvanom starom panonskom arhitekturom, tradicionalnim zanatima, skladnim životom mnoštva nacija i lokalnim stanovništvom koje je spremno i sposobno da se uključi u turizam i tako obezbedi sopstvenu egzistenciju.

Na konferenciji su predstavljeni i primeri dobre prakse u Srbiji i regionu, govorilo se i o brendiranju i ulozi medija u promociji i razvoju turizma, a održan je i panel za studente – Forum budućih lidera na temu "Edukacija za održivo upravljanje".

**Biljana Bosnić Ognjenović**



Although tourism is perceived as a generator of environmental problems, it should be included in their resolution. The goal of the United Nations is to contribute to it through the Agenda 2030 that supports an inclusive and sustainable economic growth, as well as the proclamation of 2017 as the International Year of Sustainable Tourism – was concluded at EIAT conference in Novi Sad, dedicated to biodiversity, carbon neutral tourism and local economic development.



**OTVORITE NAŠA VRATA I POMOĆI ĆEMO VAM  
DA OTVORITE MNOGA DRUGA**



**SGS TRAINING SOLUTIONS**

**TRADICIJA, PROFESIONALIZAM, ETIČNOST, LOKALNA I  
GLOBALNA MREŽA EKSPERATA I PREDAVAČA**

Više informacija na:

[www.sgs.com](http://www.sgs.com), [www.sgs.rs](http://www.sgs.rs)

**SGS**

**SGS Beograd Ltd.**  
Jurija Gagarina 7b  
11070 Novi Beograd  
[www.sgs.com](http://www.sgs.com)

# TUNIS – BEZBEDNA, TOPLA



Kada je prošle godine Tunis stradao u terorističkim napadima, sa mnogo nedužnih žrtava među kojima su bili i turisti, izgledalo je da će oporavak jedne od najatraktivnijih turističkih zemalja, druge na listi svetskih destinacija za relaksaciju i well being, koju su godišnje posećivali milioni turista i u kojoj je turizam ključni pokretač čitave ekonomije – trajati mnogo duže nego što, na sreću, pokazuju najnoviji podaci koje s najvećim zadovoljstvom u intervjuu za Turistički Svet ističe N.J.E. gospodin **Mohamed Bougamra**, ambasador Republike Tunis u Srbiji. Zahvaljujući brzim, ozbiljnim i efikasnim merama Vlade i tuniških snaga državne bezbednosti, u saglasnosti sa standardima Evropske unije kada je u pitanju obezbeđivanje aerodroma, turističkih rizorta, hotela., turizam u Tunisu ponovo dobija krila. Većina zemalja povukla je upozorenje turistima da ne putuju u Tunis i to je već veliko olakšanje, kaže od srca gospodin Bougamra. Kao najbolji promoter svoje zemlje, s jednakim poštovanjem i odgovornošću i prema svom i prema našem narodu, s iskrenošću zaljubljenika, priča o svojoj zemlji toploj i gostoljubivoj, blagoslovljenoj suncem, morem, zlatnim peščanim plažama, očaravajućom lepotom Sahare, koja osim bogatog kulturno-istorijskog nasleđa, autentične thalasso-spa i wellness ponude, odnedavno razvija i ekološki turizam, privlači golfere iz čitavog sveta, postaje magnet za sve one koji traže alternativu konvencionalnom turizmu... I u duhu slogana za 2017. godinu poručuje: *Inspiring Tunisia – the pleasure to discover Tunisia!*



# I GOSTOLJUBIVA ZEMLJA

**T**unis nudi veoma bogat i raznovrsan turistički proizvod. Fascinantne turističke destinacije nalaze su u većini gradova u zemlji. Milioni turista mogu posetiti Tunis, blagoslovljen suncem praktično tokom 300 dana u godini, zbog svojih najlepših zlatnih peščanih plaža na Mediteranu. Osim more-sunce-pesak proizvoda, turisti mogu da uživaju u ekološkom turizmu kao novom proizvodu, časovima golfa, jednom od stubova tuniškog turizma, thalasso-spa i wellness ponudi, očaravajućoj lepoti Sahare, kao magneta za one koji tragaju za alternativom konvencionalnom turizmu, kulturnom nasleđu i arheološkim atrakcijama, predstavljajući bogatu istoriju zemlje i poznate muzeje. U stvari, istorija ima veliki udeo u turističkoj industriji Tunisa. Uspeli smo da očuvamo veliki deo naših poznatih istorijskih lokaliteta, kao što su El Djem-ov spektakularan Koloseum, jedan od najbolje očuvanih rimskih atrakcija, „Carthage“, „Dogga“, „Sbeitla“... Tunis ima najveću kolekciju mozaika na svetu. Veliki broj tuniških lokaliteta UNESCO je uvrstio u nasleđe čovečanstva. Naravno, moramo da odamo priznanje i onome što je savremeno, posebno infrastrukturi koju čine luksuzni objekti u skladu sa međunarodnim standardima, u kojima radi profesionalno, dobro obučeno osoblje.

Tunis ima mnoštvo turističkih destinacija, sa bezbroj atrakcija za sve uzraste, koje turisti mogu da posete tokom svog odmora. Kada tome dodate plaže sa belim peskom i obalu dugu 1.300 km, ne iznenađuje što je Tunis na karti sveta jedna od najboljih turističkih destinacija.

• *Svedoci smo da turizam u Tunisu doživljava revitalizaciju i ponovni uspon, uprkos nemilim događajima u prethodnom periodu. Koje mere Vlada Tunisa, nadležna ministarstva i nacionalna turistička organi-*

*zacija, sprovode kako bi turizam ojačao, a turisti počeli da dolaze kao onda kada je Tunis beležio milionske posete? Da li je danas bezbedno boraviti kao turista u Tunisu?*

- Turizam je ključni pokretač naše ekonomije, koji učestvuje sa oko 7% u našem BDP-u i obezbeđuje veliki broj radnih mesta. Čak više od 500.000 ljudi radi u turizmu. Nažalost, zbog terorističkih napada prošle godine, turisti su zaobilazili Tunis, zbog čega je ovaj sektor pretrpeo veliku štetu, a naša ekonomija bila gotovo uništena. Na sreću, teroristi nisu uspeali da ostvare svoj zlokobni cilj, a tuniške vlasti pokrenule su sve svoje potencijale za borbu protiv terorizma, jer je bezbednost glavni prioritet. Temeljno su pregledane i unapređene sve sigurnosne procedure, a tuniške snage bezbednosti preuzele su inicijativu u prevenciji i borbi protiv terorizma. Preduzete su veoma stroge mere u saglasnosti sa standardima Evropske unije kada je u pitanju obezbeđivanje aerodroma, turističkih rizorta, hotela... Zahvaljujući tim merama, već ove godine zabeleženi su pozitivni rezultati koji govore o početku oporavka naše turističke industrije. Po prvi put od 2015. u oktobru ove godine zabeležen je povratak krizera i oporavak turističkih dolazaka sa rekordnim brojem od oko 600.000 turista iz Rusije. Kompanija „Four Seasons Hotels and Resorts“ najavila je da u februaru otvara u Tunisu najveći objekat na Mediteranu! Sve su to dobri signali da se vraća poverenje u Tunis. Mi i dalje promovišemo Tunis kao destinaciju na tradicionalnim evropskim tržištima, uključujući i Srbiju. Paralelno s tim, fokusiramo se na nova tržišta u Aziji i zemljama Golsfskog zaliva.

Tunis kao bezbedna, topla i gostoljubiva zemlja, definitivno vraća svoju poziciju jedne od glavnih turističkih destinacija na Mediteranu i širom sveta.



**PONOVO BEZBEDNO!**

• *Nedavno je ministarka turizma Selma Elumi Rekik pozvala evropske lidere da podrže Tunis i mladu demokratiju i povuku upozorenja za putovanja u severnu Afriku. Da li su evropski lideri uvažili molbu Tunisa?*

- Tuniški narod je uspeo tokom prethodnih nekoliko godina, putem dijaloga i konsenzusa da postavi temelje demokratije. Nobelova nagrada koju su 2015. godine dobile četiri tuniške društvene organizacije, bilo je međunarodno priznanje vrednosti ovog tuniškog jedinstvenog iskustva u građenju pluralističke demokratije. Moja zemlja ubrzo je osvojila priznanje za najbolji slučaj uspeha „post arapskog proleća“, novorođene demokratije koju karakteriše poštovanje ljudskih prava, umerena politika i inkluzija.

Ali ne ide sve lako i jednostavno. Teroristički napadi 2015. godine bili su očajnička reakcija islamskih terorista na odlučnost tuniškog naroda da nastavi da gradi demokratiju. Pored ekonomskih gubitaka, ljudske žrtve imale su najveći uticaj na Tunišane, koji su smrt stranih turista doživeli kao nacionalnu tragediju.

Nakon ovih terorističkih napada, mnoge evropske zemlje, uključujući i Srbiju izdale su upozorenja da se u Tunis ne putuje iz bezbednosnih razloga. Danas

je situacija sasvim drugačija, postigli smo mnogo uspeha u uklanjanju terorističkih mreža. Prateći značajan napredak u sistemu bezbednosti u našoj zemlji, gotovo sve zemlje su uklonile upozorenja za putovanja u Tunis, uključujući i Srbiju, koja je to učinila u oktobru ove godine uz obrazloženje da postoje značajna unapređenja u bezbednosti. Mislim da još samo dve evropske zemlje razmatraju svoju odluku o uklanjanju upozorenja i iskreno se nadamo da će i one uskoro povući svoja upozorenja.

**NOVI PROIZVOD: EKOLOŠKI TURIZAM**

• *Koje turističke destinacije u Tunisu će biti „in“ sledeće godine? Kakva turistička ponuda i sadržaji se pripremaju? Šta novo nudi tuniški turizam?*

- Pored geografske blizine Evropi - najvećem svetskom turističkom tržištu, Tunis nudi veoma bogat i raznovrsan turistički proizvod. Fascinantne turističke destinacije nalaze su u većini gradova u zemlji. Milioni turista mogu posetiti Tunis, blagoslovljen suncem praktično tokom 300 dana u godini, zbog svojih najlepših zlatnih pešanih plaža na Mediteranu. Osim more-sunce-pesak proizvoda, turisti mogu da uživaju u ekološkom turizmu kao novom proizvodu, časovima golfa, jednom od stubova tuniškog turizma, thalasso-spa i wellness ponudi, očaravajućoj lepoti Sahare, kao magneta za one koji tragaju za alternativom konvencionalnom turizmu, kulturnom nasleđu i arheološkim atrakcijama, predstavljajući bogatu istoriju zemlje i poznate muzeje. U stvari, istorija ima veliki udeo u turističkoj industriji Tunisa. Uspeli smo da

očuvamo veliki deo naših poznatih istorijskih lokaliteta, kao što su El Djem-ov spektakularan Koloseum, jedan od najbolje očuvanih rimskih atrakcija, „Carthage“, „Dogga“, „Sbeitla“... Tunis ima najveću kolekciju mozaika na svetu. Veliki broj tuniških lokaliteta UNESCO je uvrstio u nasleđe čovečanstva. Naravno, moramo da odamo priznanje i onome što je savremeno, posebno infrastrukturi koju čine luksuzni objekti u skladu sa međunarodnim standardima, u kojima radi profesionalno, dobro obučeno osoblje.

Tunis ima mnoštvo turističkih destinacija, sa bezbroj atrakcija za sve uzraste, koje turisti mogu da posete tokom svog odmora. Kada tome dodate plaže sa belim peskom i obalu dugu 1.300 km, ne iznenađuje što je Tunis na karti sveta jedna od najboljih turističkih destinacija.

**DRUGA NA LISTI SVETSKIH DESTINACIJA ZA RELAKSACIJU I WELL BEING!**

• *Mnogi Tunis pamte po safari turizmu, a sve se više govori o kulturnom i spa turizmu. Koje su to destinacije gde svakako treba otići da bi se osetio duh i kultura Tunišana? Znamo da evropski turisti obožavaju tunske hotele, u kojima se nude spa usluge – terapeutske i kozmetičke tretmani koji su povoljniji nego u njihovim zemljama. Koliki je to potencijal, gde su i koji su to najlepší hoteli, hotelski lanci i wellness & spa centri sa najatraktivnijom ponudom? Zbog čega svakako treba otići u Tunis?*

- Inspirisan antičkim rimskih termalnim kupatilima, Tunis je od 1994. godine, razvijajući sopstveni stil i ekspertizu, najveća destinacija za relaksaciju i well-being. Rangiran je kao druga svetska destinacija posle Francuske, idealna za thalasso-spa, nudeći širok spektar medicinskih i







When last year Tunisia suffered from terrorist attacks, with many innocent victims among whom were tourists, it seemed that the recovery of one of most attractive countries on the list of destinations around the world for relaxation and well being, visited by millions of tourists a year and where tourism is a key driver of the whole economy – will last much longer, but fortunately, recent data show that will not be the case, said with the greatest pleasure in an interview for Turistički Svet H.E Mr. Mohamed Bougamra, the Ambassador of the Republic of Tunisia in Serbia. As the best promoter of his country, with equal respect and responsibility to his and to our people, with honesty of a fan, for our readers he talks about his warm and hospitable country, blessed with sun, sea, golden sandy beaches, breathtaking beauty of the Sahara, which in addition to the rich cultural and historical heritage, authentic thalasso-spa and wellness offerings, recently developed and ecotourism, attracting golfers from around the world and becoming a magnet for those seeking an alternative to conventional tourism ... And in the spirit of the slogan for 2017, says: Inspiring Tunisia - the pleasure to discover Tunisia!







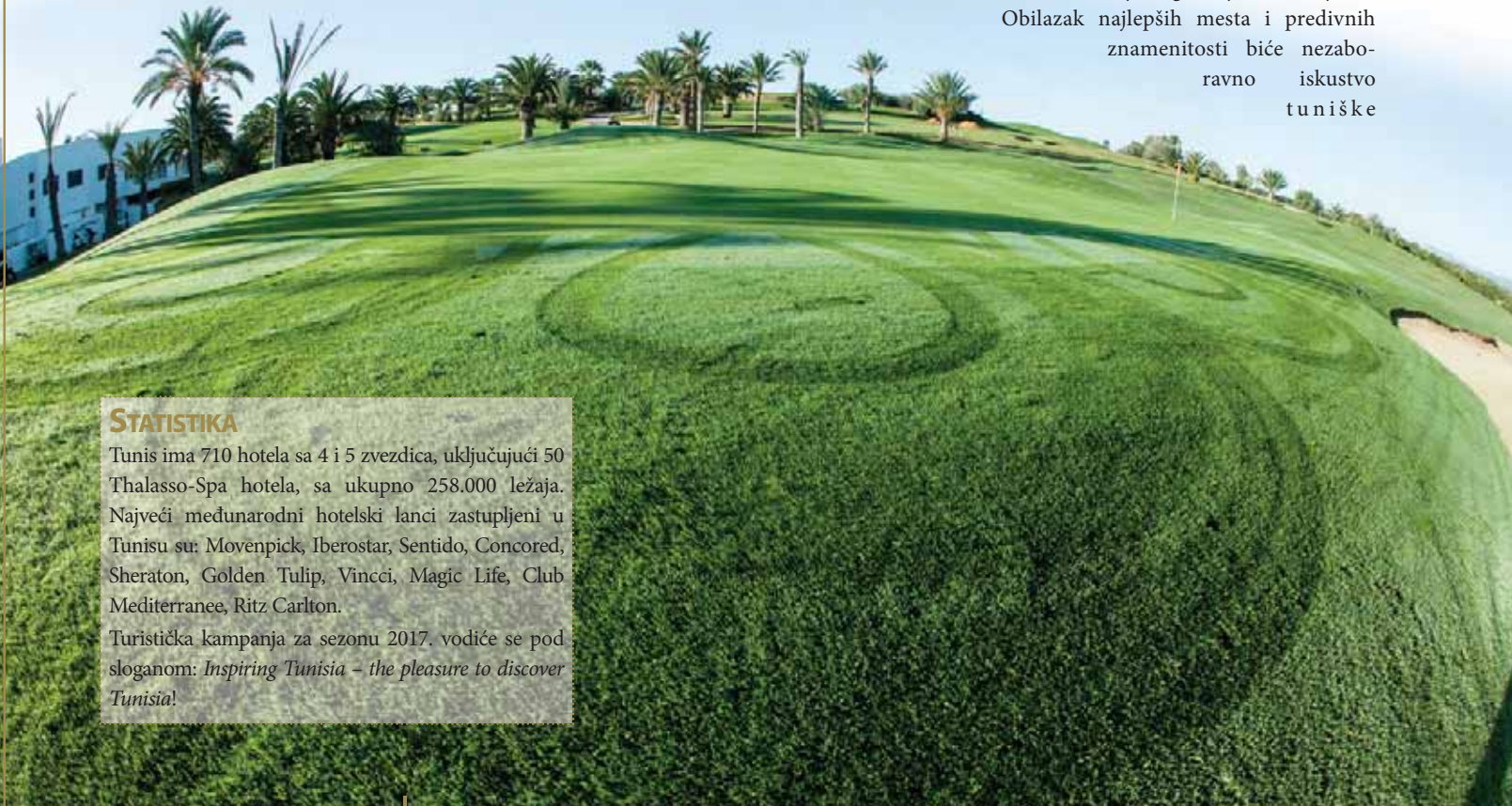
beauty terapija i kombinujući zdravlje, wellness, turizam i zabavu po veoma konkurentnim cenama.

Stotine hiljada naših gostiju koji tragaju za opuštanjem i autentičnim tretmanima putuju u Tunis svake godine i dobijaju veoma efikasne i profesionalne tretmane. Tuniški Thalasso hoteli koriste

ogromnu moć mora, kombinujući prirodne opuštajuće efekte vode sa moćnim tretmanima koji se baziraju na lekovitoj slanoj vodi i morskim mineralima. Desetine Thalasso-Spa hotela sa 5 zvezdica nude usluge i sadržaje u sledećim mestima: Hammamet, Nabeul, Gammarth, Monastir, Sousse, Mahdia, ostrvo Jerba, grad Tunis...

Povrh toga, jeep safari, Sahara safari ili Sahara avanturističke ture postaju sve popularnije u otkrivanju poznatog južnog Tunisa i dubljeg upoznavanja tuniške kulture i uživanju i istraživanju prelepe oaze u pustinji, kuća nalik pećinama u Matmati, najvećeg slanog jezera Chott El Jerid, vožnji kvadova ili na kamilama, bogatstvu životinjskog sveta, među ostalim najintragantnijim atrakcijama.

Obilazak najboljih mesta i predivnih znamenitosti biće nezaboravno iskustvo tuniške



### STATISTIKA

Tunis ima 710 hotela sa 4 i 5 zvezdica, uključujući 50 Thalasso-Spa hotela, sa ukupno 258.000 ležaja. Najveći međunarodni hotelski lanci zastupljeni u Tunisu su: Movenpick, Iberostar, Sentido, Concored, Sheraton, Golden Tulip, Vincci, Magic Life, Club Mediterranee, Ritz Carlton.

Turistička kampanja za sezonu 2017. vodiće se pod sloganom: *Inspiring Tunisia – the pleasure to discover Tunisia!*





Sahare. Gradovi, kao što je Tozeur, prestonica palmi, sela Matmata i OnkJmel, lokacije gde su se snimali filmovi iz serijala Ratovi zvezda (pet od šest filmova Ratovi zvezda snimani su u južnom Tunisu, a dobra vest je da je većina tih lokacija i danas očuvana), El Jem gde amfiteatar iz 3. veka ilustruje veličinu i razmere rimskog carstva, antički ograđeni grad Tamerza, na ivici prelepe oaze, Chenini, jedan od najpoznatijih berberskih gradova i Douz poznat kao "kapija Sahare" su među atrakcijama i znamenitostima koje posetioци jednostavno moraju da vide, jer će to sigurno pamtili celog života.

• *Poznato je da je više od 40.000 srpskih turista posećivalo Tunis. Ali, postoji li interesovanje turista iz Tunisa za Srbiju i Beograd?*

- Srbija je postala jedna od najinteresantnijih i najatraktivnijih evropskih destinacija za turiste. Uvrštena je među TOP 5 najpopularnijih destinacija u Evropi u 2016. godini, što dovoljno govori o njenoj atraktivnosti. Mešavina je raznih kultura, naroda i religija, lepa i bogata arheološkim nalazištima, crkvama i manastirima, brojnim muzejima, ali i ski rizortima, wellness i spa centrima, parkovima prirode i rezervatima, rekama, šopingu, gastronomiji... Turističke sadržaje čine moderni hoteli i odmarališta, usluga je kvalitetna, a ono što je istinska vrednost je toplota i gostoljubivost srpskog naroda.

Tunis i Srbija su veoma blizu. Od Tunisa do

Beograda se stiže za manje od dva sata leta. Poslednjih godina Srbija je postala privilegovana destinacija za putnike iz Tunisa. Svedoci smo povećanja njihovog broja. Prema podacima, od početka 2016. godine, više od 4.000 Tunišana putovalo je turistički u Srbiju u poređenju sa 3.500 registrovanih putnika prošle godine. Mladi Tunišani posećuju Beograd i Novi Sad tokom leta, kako bi, između ostalog, uživali u muzičkim festivalima, poput Exit-a. Pojedini parovi biraju Srbiju kao honeymoon destinaciju. Mnogi timovi tuniških reprezentacija, najčešće košarkaški, za pripreme biraju kampove u Srbiji, kao dobro poznatoj zemlji za sport.

#### ČUVAR USPOMENE NA SRPSKE RATNIKE

• *U toku je obeležavanje sto godina od Prvog svetskog rata, kao i iskrčavanja savezničkih snaga na sever Afrike. U tom kontekstu, često se pominje i Srpsko vojno groblje u Bizerti. To može biti turistička destinacija koju će mnogi građani Srbije želeti da posete. U kojoj meri Tunis promovise ovaj memorijal?*

- Bizerte i Menzel Bourguiba su dva tuniska grada u kojima se nalaze najveća srpska vojna groblja u severnoj Africi, gde počiva 698 srpskih vojnika. To je naša zajednička istorija, simbol istinskog prijateljstva naša dva naroda. U stvari, mi, Tunišani i Srbi, pamtimo važnu ulogu Tunisa, najviše Bizerte-a, u pružanju nege, brzog oporavka i obuke srpskih vojnika u Prvom svetskom ratu.

Srpska vojna groblja u Tunisu, kao i mauzolej francuskih i srpskih vojnika su dobro očuvani.

Mnogi Tunišani uvrstili su u svoje programe posetu ovim vojnim grobljima, ne samo kao destinaciji za turiste iz Srbije i drugih zemalja, već i da bi se zapamtila istorija Velikog rata i odala počast uspomeni na srpske vojnike koji su izgubili svoj život u borbi za mir.

• *Pred nama je Nova godina, pa Vas molim da uputite ličnu poruku našim građanima i kao ambasador i kao Tunišanin, ali svakako kao prijatelj srpskog naroda.*

- Na pragu 2017. godine, prijateljskom narodu Srbije upućujem svoje najtoplije čestitke i najlepše želje za dalji napredak, prosperitet i divnu narednu godinu. Tunis i Srbija dele tople i prijateljske odnose. Uveren sam da će u narednoj godini naši bilateralni odnosi nastaviti da se šire i jačaju, jer mi zajedno sa našim srpskim prijateljima radimo na tome.

Nadamo se da će Srbi, koji su uživali u svom odmoru u Tunisu, ponovo u velikom broju posetiti moju zemlju, jednu od najpopularnijih turističkih destinacija za otkrivanje najboljih stvari koje mogu da se rade, turističkih atrakcija koje, osim peščanih plaža, treba posetiti, baš kao što je i Miss Serbia 2016 izabrala Tunis za svoj *photo shooting*.

Ljiljana Rebronja

# HRVATSKA – sve uspješnija celogodišnja destinacija

Hrvatski turizam u 2016. beleži izvanredne rezultate, te ne čudi što je ova susedna zemlja od strane eminentnog američkog turističkog magazina proglašena svetskom destinacijom godine. U razgovoru sa ambasadorom Hrvatske **Nj.E. Gordanom Markotićem**, saznajemo da, zahvaljujući kampanji „Hrvatska, puna života“ i projektu "Hrvatska 365", ova zemlja "sunca i mora" sve više postaje celogodišnja destinacija, koja turistima omogućava bogat kulturni, zdravstveni, sportski i gastronomski doživljaj, ali i nesvakidašnju uspomenu u vidu fotografije sa scenografijom iz popularnih serijala "Igra prestola" i "Ratovi zvezda".

• *Hrvatska je u 2016. ostvarila izvanredne rezultate u broju dolazaka i noćenja turista. Šta kažu brojke: kakva je statistika i koliki su prihodi od turizma?*

- Ove godine smo do sada ostvarili oko 90 miliona noćenja, dok smo tokom čitave prošle godine ostvarili 80 miliona noćenja, što je zaista vrlo značajan rast. Osim toga, do 1. novembra 2016. godine u Hrvatskoj je boravilo oko 15,5 miliona turista, a u celoj prošloj godini 14,15 miliona, pa je i iz ovih podataka vidljivo da je turistička sezona u Hrvatskoj bila izuzetno uspešna. Isto tako, očekuje se rast u prihodima, te se procenjuje da će oni na kraju godine iznositi oko 9,5 milijardi evra od domaćih i stranih gostiju. Hrvatski turizam iz godine u godinu raste i na nama je da taj kontinuitet održavamo.

• *Koliko je tom uspehu doprinela i nestabilna politička situacija u donekadno popularnim letnjim destinacijama, kao što su Turska, Egipat, Tunis...?*

- Destinacije koje se vrlo često spominju, kao što je Turska, ili deo destinacija u severnoj Africi, imaju sasvim drugačije ponude nego Hrvatska, odnosno, reč je o pretežno *all-inclusive resort* destinacijama, tako da ne možemo reći da su turisti umesto tih destinacija došli u velikom broju



Nj.E. Gordan Markotić, foto Siniša Živković



Croatian tourism in 2016 recorded remarkable results and it is not surprising that this neighboring country was pronounced the world's destination of the year, by the eminent American tourism magazine. In an interview with the Croatian Ambassador HE Gordan Markotić, we learn that, thanks to the campaign "Croatia, Full of life" and the project "Croatia 365," this country of "sun and sea" is increasingly becoming a year-round destination, which enables tourists rich cultural, health, sports and culinary experiences, but also unusual souvenir in the form of photos with sets from the popular series "Game of Thrones" and "Star Wars".





Zagreb, foto: Julien Duval

u Hrvatsku. Mi smo koncentrisani na upravljanje našim turističkim proizvodom i na privlačenje gostiju zbog prednosti koje Hrvatska nudi u odnosu na konkurenciju.

• Iz kojih zemalja najčešće dolaze turisti u Hrvatsku, koliko dugo u proseku borave, i koji je odnos domaćih i stranih gostiju?

- Hrvatsku već dugi niz godina najviše posećuju gosti iz bližih i susednih zemalja i to najvećim brojem iz Nemačke, Slovenije, Austrije, Italije, ali nas sve više posećuju i gosti iz udaljenijih evropskih zemalja i s drugih kontinenata, poput SAD, Kine, Japana ili Koreje. Što se tiče odnosa domaćih i stranih gostiju, najveći broj noćenja ostvaruju strani gosti:

90%, koji u proseku borave u Hrvatskoj oko 6 dana.

#### SVETSKA DESTINACIJA GODINE

• Na "Check In" konferenciji u Novom Sadu izneli ste podatak da turizam doprinosi oko 20% hrvatskom BDP-u. Da li je to dobro ili loše, s obzirom da je turizam vrlo osetljiva privredna grana?

- Tačan udeo turizma u bruto nacionalnom proizvodu Hrvatske je 18%. To je vrlo visok procenat i turizam zaista jako doprinosi jačanju ekonomije Hrvatske. Ne samo da sam ostvaruje visoke stope rasta i prihoda, nego utiče i na razvoj drugih industrija, ukupnu

zaposlenost, smanjenje nezaposlenosti i slično. Tu u prvom redu mislim na prehrambenu industriju, koja snabdeva turističko tržište, ali se na taj način i sama razvija. Ne moram posebno istaći koliko potrošnja u turizmu znači npr. i za proizvodnju autohtonih proizvoda poput vina, maslinovog ulja, sira i pršuta. No, dugoročno bi bilo dobro da se razvoj ekonomije što više temelji i na rastu proizvodnje, izvozu, te inostranim i domaćim ulaganjima, ali uz zadržavanje rasta u turizmu.

• Poznati američki magazin "Travel+Leisure" nedavno je proglasio Hrvatsku svetskom destinacijom godine na osnovu najvećeg broja

online glasova čitalaca. Šta je sve doprinelo globalnoj prepoznatljivosti i popularnosti Hrvatske, i na koji sve način ona radi na svom brendiranju?

- Hrvatska turistička zajednica je tokom poslednje dve godine krenula s primenom novih branding i komunikacijskih strategija, pritom uzimajući u obzir novi konzumerizam, te novo ekonomsko, sociološko i kulturološko okruženje. Važnu ulogu u navedenim procesima ima i krovni komunikacijski koncept sa sloganom „Hrvatska, puna života“ koji se već godinu dana uspešno primenjuje. Glavni cilj navedenog koncepta je pozicioniranje Hrvatske kao jedne od vodećih turističkih odredišta s bogatom i raznovrsnom ponudom, odnosno, kao celogodišnje



Rovinj





Plitvička jezera, foto Mario Romulić i Dražen Stojičić



Brač



Rab



Dubrovnik

destinacije s jakim turističkim brendom. Da novi pristup promotivnim aktivnostima daje rezultate, pokazuju i istraživanja iz 2016. godine prema kojima je, u odnosu na 2013. godinu, svesnost o hrvatskom turističkom brendu porasla za 23 odsto, dok je samo razumevanje brenda poraslo za 16 odsto.

Hrvatska je dominantno prepoznata kao letnja destinacija u koju dolaze turisti čiji je glavni motiv da uživaju u suncu i moru. U 2013. godini to je bilo ključno za gotovo 70 odsto turista, no tokom 2016. godine sunce i more bilo je glavni motiv dolaska za oko 63 odsto turista. Navedeni pokazatelji ukazuju na činjenicu kako strani turisti Hrvatsku sve više prepoznaju i po ostalim turističkim proizvodima, što posebno ohrabruje.

#### FILMSKA SCENOGRAFIJA U DUBROVAČKIM ZIDINAMA

• *Na koji način se Hrvatska bori protiv sezonalnosti i radi na razvoju turizma i u unutrašnjosti, poput seoskog turizma, gradskog ili kulturnog?*

- Poslednjih godina veliki naglasak stavlja se na produženje sezone, što je izuzetno važno za veću i vremenski dužu aktivnost turističkih subjekata, čime se mogu ostvariti veći prihodi, duži radni period delatnika u turizmu koji rade na određeno vreme i, na posletku, povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma. U skladu s tim ciljevima, i Ministarstvo turizma, i Hrvatska turistička zajednica u svojim podsticajima akcenat stavljaju, osim na povećanje kvaliteta ponude, i na razvoj ponuda koje podstiču goste da dolaze tokom predsezone i postsezone. Nadalje, Ministarstvo turizma krenulo je i s projektom "Hrvatska 365" upravo kako bi se dodatno aktivirale i podstakle destinacije, te promovisali proizvodi kao što su cikloturizam, *gourmet*, sport, zdravstveni turizam itd., a koji su dostupni tokom čitave godine. Iako mi još uvek ostvarujemo najveći deo turističkog prometa i prihoda tokom letnjih meseci, značajni pomaci se mogu već sada videti. Za razliku od prošlih godina, danas imamo veliki broj manifestacija i ponuda koje kreću već u junu, te traju do druge polovine septembra, dok su ranije najvećim delom ponude bile koncentrisane na drugu polovinu jula, odnosno, prvu polovinu avgusta. Ishod takve strategije su danas odlični rezultati u tim mesecima, a možemo već govoriti i o tome da jun i septembar jednim delom postaju deo glavne sezone. Osim toga, sama predsezona i postsezona ostvaruju vrlo dobre rezultate, pa tako u mesečnom proseku imamo dvocifreni rast, što je samo pokazatelj da u ovom smeru treba nastaviti.

• *Dubrovnik je ove godine po prvi put u istoriji zabeležio dolazak milionitog gosta u sezoni. Koliko su velikom interesovanju za ovaj grad doprineli ultra-poznati serijali "Game of Thrones" i "Star Wars", kao i činjenica da će se početkom 2017. u Dubrovniku snimati i film "Robin Hood" u produkciji Leonarda DiCapria?*

- Naveli ste odlične primere kako filmska industrija pozitivno utiče na razvoj turizma. Naime, Dubrovnik – bez sumnje najpoznatije hrvatsko turističko odredište, ali i jedno od poznatijih svetskih turističkih odredišta, dodatno je postao poznat u širokom krugu ljudi kroz ove serije koje su snimljene u Dubrovniku i koje su gledale stotine miliona ljudi. Tako da nije čudno što posebno pripadnici mlađe generacije iz sveta dolaze u Dubrovnik da bi videli gde su njihove omiljene serije snimane, fotografišu se na prestolu iz "Igre prestola" ili nekom drugom mestu „uhvaćenom“ u seriji.

Dakle, ne samo da je za vreme snimanja serija profitirao grad Dubrovnik preko plaćanja lokacija na kojima su snimane serije, popunjenih hotela, ugostiteljskih objekata, velikog broja građana Dubrovnika koji su na bio koji način učestvovali u snimanju (npr. mnogobrojni statisti), nego i nakon toga, jer turisti dolaze da bi videli gde je serija snimana i dodatno troše na smeštaj i boravak. Osim toga, profitira i Hrvatski audio-vizuelni centar koji naplaćuje usluge snimanja serija i filmova,



Brijuni, foto Renco Kosinozić

i ta sredstva ulaže u razvoj audio-vizuelne industrije.

#### HOTELSKE INVESTICIJE

• *Kakva je hotelska situacija u Hrvatskoj? Manjkaju li veliki svetski hotelski lanci, ili njih uspešno nadomešćuju velike domaće hotelske grupacije, kao što su "Valamar", "Maistra", i sl.? Čini se da su sve popularniji i mali boutique hoteli...*

- Kapaciteti u hotelima su tokom ovogodišnje glavne sezone bili odlično popunjeni, što su potvrdili i sami hotelijeri. Da je Hrvatska primamljivo tržište za ulaganje, govori i činjenica da je ove godine u turizmu bilo više od 670 miliona evra investicija

kroz koje je otvoreno 40 novih hotela, dok se sledeće godine očekuje oko 800 miliona evra. Strategija razvoja turizma predviđa do 2020. godine izgradnju oko 20.000 novih hotelskih soba i ulaganja od oko 2,2 milijarde evra u izgradnju novih hotela, dok je za obnovu postojećih kapaciteta planirano izdvajanje 825 miliona evra. Prošle godine privučen je i jedan od najvećih svetskih lanaca "Marriott" sa svojim najlukusnijim brendom "Ritz Carlton" za projekt Kupari. U Strategiji razvoja turizma predviđeni su, dakle, novi i kvalitetni hotelski kapaciteti, nezavisno radi li se o velikim hotelskim lancima ili manjim hotelima, pa je tako predviđeno i 295 miliona evra za izgradnju novih 200-tinjak malih tematskih porodičnih hotela.

• *Koje destinacije i atrakcije, po vašoj preporuci, nikako ne bi trebalo propustiti u Hrvatskoj?*

- Ja uvek preporučim svojim inostranim prijateljima kada putuju u Hrvatsku da najpre posete Zagreb koji ima srednjoevropski šarm, prekrasne zgrade i mnogobrojne muzeje. Zatim Plitvička jezera, biser prirode pod zaštitom UNESCO-a, i naravno, jadransku obalu, počev od Briona, Pule i Rovinja na severu, pa do Zadra, Šibenika, Splita i Dubrovnika na jugu. Naravno, pri tome iskreno preporučujem obilazak mnogobrojnih ostrva krstarenjem brodom. Pri tome, nećete pogrešiti ako izaberete Cres, Lošinj i Kornate, ili Brač, Hvar,

Korčulu, Vis, Lastovo i Mljet. Ali, hrvatsku obalu treba istraživati i otkrivati, jer ima mnogo malih mesta koja nisu poznata, ali su prekrasna i šteta je ne videti ih.

#### ZDRAVSTVENO-REKREATIVNI TURIZAM – ŠANSA SRBIJE

• *Koje su vaše omiljene destinacije u Srbiji i Beogradu?*

- Izvan Beograda volim često da odem u Novi Sad, koji je nekako grad po mom ukusu. Mislim da nije slučajno što je Novi Sad izabran za Evropsku prestonicu kulture 2021. godine. Naravno, tu je i Fruška Gora, koja je jako lepa i na koju volim da odem i zbog blizine Beograda. Lepote Kopaonika ili Srebrnog jezera ne moram posebno ni spominjati. Još uvek nisam bio na mnogim mestima, ali se nadam da ću to ispraviti tokom sledeće godine. Što se tiče Beograda, volim da se šetam uz reke, ili Adom Ciganlijom koja me mnogo podseća na Jarun, jedno od mojih omiljenih mesta u Zagrebu. Kako jako volim da posmatram fasade zgrada, vrlo često šetam i centrom, po Dorćolu i Vračaru, a posebno su mi interesantne zgrade iz doba Art Decoa. Ima i mnogo pozorišta i

restorana

u koje volim otići, ali bi bilo nepravedno da sada istaknem samo neke od njih.

• *Kako vidite turističku industriju Srbije – koje su njene prednosti i mane?*

- Mislim da je mogući glavni turistički adut Srbije, osim Beograda – koji je prepoznat kao centar zabave i vrlo jako vikend odredište, zdravstveno-rekreativni turizam, s obzirom na veliki broj termalnih voda u Srbiji. U užurbanom životu kakav danas vodimo, predah u nekoj banji ili wellness centru svima dobro dođe. Naravno, pretpostavka za to je jačanje infrastrukture, gde u prvom redu mislim na dalju izgradnju auto-puteva, a zatim i na izgradnju dovoljnog broja hotela više kategorije, koji bi bili atraktivni za inostrane i domaće turiste.

**Biljana Bosnić Ognjenović**





# BEOGRADU su potrebni HOTELSKI BRENDovi

Brendovi su potrebni Beogradu. Oni ga stavljaju na turističku mapu. Iako trenutno postoji dominacija IHG, u narednim godinama ta slika će se promeniti dolaskom prvo „Hiltona“, pa onda, nadamo se, i „Starwood“-ovih brendova. Međutim, tržištu koje je i dalje meta manje platežnih gostiju bio bi potreban i veći broj hotela sa 3 i 2 zvezdice. Novi hoteli u tom segmentu bili bi veoma uspešni – u razgovoru za „Turistički Svet“ otkriva Nikola Senesi, generalni direktor kompanije „hotelBrain“ za Srbiju i Crnu Goru.

Kompanija „hotelBrain“ nedavno je na dodeli „World Travel Awards 2016“, po drugi put proglašena vodećom evropskom hotel menadžment kompanijom. Čestitajući Nikoli Senesiju, generalnom direktoru ove kompanije za Srbiju i Crnu Goru na priznanju, iskoristili smo priliku da iz prve ruke saznamo više o hotelskim prilikama u našoj zemlji i glavnom gradu.

- Vrlo smo ponosni na ovu nagradu. Naročito imajući u vidu da je osvajamo već drugu godinu za redom. „hotelBrain“ je takozvana „white flag“ menadžment kompanija koja upravlja sa više od 150 hotela u Evropi. Ovaj model upravljanja se zasniva na modelu gde gost hotela nigde ne vidi naš brend. To nam daje mogućnost da upravljamo sa različitim tipovima hotela i različitim brendovima. Pored menadžmenta, naša kom-

panija se bavi i savetovanjem u oblasti hotelijerstva, kao i rukovođenjem investicionih projekata. U Srbiji i Crnoj Gori smo prisutni od oktobra 2015. godine i trenutno upravljamo sa više od 400 soba. Posebno smo ponosni na činjenicu da je u svim našim hotelima u prethodnoj godini ostvaren značajan rast prihoda. To je dokaz da je poslovni model uspešno koncipiran – ističe Senesi.

#### BITI ILI NE BITI DEO HOTELSKOG LANCA

• Čest ste gost konferencija na kojima se govori o prednostima i manama poslovanja u okviru hotelskih lanaca. Šta vi mislite o tome i da li je



*pametnije da hoteli u Srbiji koji posluju unutar nekog od lanca imaju franšizu ili menadžment ugovor?*

- Ovo pitanje se može sagledati iz različitih uglova. Sa aspekta vlasnika hotela, ono je uvek ključno. Odgovor je jednostavan: ako su dodatni prihodi koji se ostvaruju ulaskom u lanac ili franšizom veći od troškova, onda je to isplativo. S druge strane, po mom iskustvu, u većini slučajeva to nije tako. Veoma je čest slučaj da u hotelu koji radi u okviru hotelskog lanca vlasnik

Nikola Senesi se bavi investicijama u hotelskoj industriji jugoistočne Evrope poslednjih 10 godina. Pored toga što je generalni direktor „hotelBrain“-a za Srbiju i Crnu Goru, osnivač je i partner „WolfMcGill Group“ u čijem se sastavu nalazi i „WMG Advisory“. Tokom karijere, bavio se i investicionim bankarstvom u svetskim bankama. Na prestižnom HEC Paris je stekao zvanje „Executive Master“, a uskoro će dobiti titulu doktora nauka na Beogradskom Univerzitetu iz oblasti korporativnih finansija.



na kraju zaradi znatno manje nego sama franšiza ili menadžment. To ni u kom slučaju ne znači da ja ne preporučujem vlasnicima da uđu u lanac, već samo da sagledaju i alternative. Mi kao kompanija upravljamo i hotelima koji su članovi međunarodnih lanaca, kao i onima koji nisu, i znamo načine da povećamo popunjenost i prihode u oba slučaja, naravno, pod pretpostavkom da se radi o kvalitetnoj usluzi.

Pored toga, često savetujemo vlasnike prilikom gradnje hotela da razmotre i ulazak u takozvane marketing afilijacije kao što su „Leading Hotels of the World“ ili „Small Luxury Hotels of the World“. Na ovaj način se dobijaju standardi kvaliteta, a odnos sa brendom je mnogo lakši i jeftiniji.

• *Koliko je dolazak velikih hotelskih lanaca u Beograd promenio hotelsku sliku prestonice i na koji način?*

- Brendovi su potrebni Beogradu. Oni ga stavljaju na turističku mapu. Trenutno u Beogradu postoji dominacija IHG, ali mislim da će u narednim godinama ta slika da se promeni dolaskom prvo „Hiltona“, pa onda, nadamo se, i „Starwood“-ovih brendova. Naročito bi bilo sjajno da se u „Beogradu na vodi“ otvori „W“ hotel.

#### **BEOGRADU NEDOSTAJE...**

• *Kako komentarišete trend učestalog otvaranja hotela u našoj zemlji? Da li su ti hoteli adekvatne kategorije i da li su cene smeštaja odgovarajuće? Šta nam u suštini nedostaje, a čega ima previše?*

- Mislim da je naša zemlja trenutno u dobrom balansu ponude i tražnje. S druge strane, nesporno je da se broj posetilaca povećava za oko 15% svake godine. To su impozantni pokazatelji. Ono što je problematično za hotelijere je činjenica da je u prethodnih nekoliko godina izgrađen veliki broj hotela, što je dovelo do, nadam se, kratkoročnog cenovnog poremećaja tržišta. Sama struktura se meni lično ne dopada. Praktično, svi novi projekti se plasiraju u segment 4 zvezdice. Na tržištu koje je i dalje meta manje platežnih gostiju bio bi potreban veći broj hotela sa 3 i 2 zvezdice. Mislim da bi novi hoteli u tom segmentu bili veoma uspešni.

• *Kako hoteli mogu da se bore protiv nelojalne konkurencije kakva su privatni apartmani i stanovi, koji često često poslušuju i u domenu sive ekonomije?*

- Hoteli ne treba da se bore protiv privatnih stanova i apartmana. To je drugačiji proizvod

koji treba svakom gradu. Što se tiče sive ekonomije, ta borba je već u domenu države.

• *Svi se slažu da Beograd ima veliki potencijal za razvoj kongresnog turizma, ali da je za to glavni preduslov renoviranje "Sava Centra" ili izgradnja nekog novog kongresnog prostora. Da li je isplativije renovirati ili graditi nešto novo, i kako komentarišete "Deltin" interes za „Sava Centar“?*

- „Sava Centar“ mora da se renovira i dovede na nivo vrhunskog kongresnog centra. Pored toga, potrebno je praviti i nove kapacitete u ovoj oblasti. Veliki kongresi su budućnost beogradskog hotelijerstva. Sa „Air Serbia“-om je načinjen prvi korak kojim je Beograd postao transportni „hub“. Mislim da je renoviranje „Sava

Centra“ sledeći korak. Što se tiče „Deltinog“ interesa, meni bi lično bilo jako drago da oni budu ti koji će napraviti od „Sava Centra“ ozbiljan kongresni centar. Pre svega, zato što su, gledajući sve projekte iz ove industrije koje je „Delta“ radila, napravljeni kako treba, a zatim i zato što se radi o domaćoj kompaniji.

• *Kakve su vaše prognoze za hotelsko-turističku industriju Srbije u 2017. godini? Da li su u najavi neke nove investicije?*



The hotel brands are required in Belgrade.

They will put it on the tourist map. Although IHG is currently dominate, in the coming years this will be changed by the arrival of the first Hilton, and then hopefully also Starwood brands. However, the market, which is still the target of mid scale guests would require a greater number of hotels with 3 and 2 stars. New hotels in that segment would be very successful – reveals in an interview for "Turistički Svet" Nikola Seneši, Managing Director of hotelBrain company for Serbia and Montenegro.

Centra“ sledeći korak. Što se tiče „Deltinog“ interesa, meni bi lično bilo jako drago da oni budu ti koji će napraviti od „Sava Centra“ ozbiljan kongresni centar. Pre svega, zato što su, gledajući sve projekte iz ove industrije koje je „Delta“ radila, napravljeni kako treba, a zatim i zato što se radi o domaćoj kompaniji.

#### **KLJUČ JE U KOMUNIKACIJI I SARADNJI**

• *Kako Srbiju i Beograd učiniti atraktivnijim turističkim destinacijama?*

- Prvo, treba biti realan i shvatiti sopstvene prednosti i ograničenja i na osnovu njih definisati ciljeve. Srbija je u poređenju sa drugim zemljama u okruženju manje atrak-

tivna, pre svega zbog činjenice da nema more. U tom smislu, mi ne možemo očekivati da ćemo ostvariti značajnije učešće turizma u BDP-u. S druge strane, naravno da bi trebalo izvući maksimum iz onoga što imamo. Tu, pre svega, govorim o city break i kongresnom turizmu. Da bi se to uradilo, mora svako kvalitetno da radi svoj posao. Hotelijeri moraju da obezbede uslugu u skladu sa kategorijom hotela koji vode, dok TOS treba aktivno da radi na promociji zemlje i podizanju nivoa informacija koje o Srbiji ima potencijalni turista. Ključ je u neprestanoj komunikaciji između svih aktera.

**Biljana Bosnić Ognjenović**

# Spoj znanja i energije

Kada u „Leksikonu stranih reči“ potražite osnovnu definiciju francuske reči „hotel“, naići ćete na objašnjenje da je to „moderno uređen konak sa sobama za prenoćište...“ U stvari i jeste: tako je bilo kroz vekove, tako je, u osnovi, i danas. Ali reč „hotel“ može da bude tema sa bezbroj varijacijama, a jedna od njih je i – IN Hotel na Novom Beogradu.

## DESET GODINA – KAO TREN

IN Hotel je prvi put otvorio vrata 2006. godine. Mlad, obrazovan tim pun entuzijazma, već tada je usvojio ideju o stalnom kretanju napred. Menadžment sa internacionalnim iskustvom imao je jasnu viziju i strategiju kako da budemo drugačiji – po načinu pristupa klijentima, ali i maksimalnom personalizacijom usluge. Uvedene su procedure i standardi, postavljena organizovana korporativna kultura.

Uprkos postojanju korporacijskih hotela, kao i otvaranju novih, spoj znanja i energije je nepobediva kombinacija i danas, posle deset godina. Iako je u Beogradu sve ozbiljnija konkurencija u hotelskoj industriji, tim IN Hotela se razlikuje od mnogih po načinu na koji brinu o gostima, pažljivo slušajući njihove potrebe, pohvale, kritike i sugestije. Nепrekidni razvoj zaposlenih, s jedne strane, i prevazilaženje očekivanja gostiju, s druge strane, postali su pravi ključ uspeha IN Hotela.

## LOKACIJA

Lokacija IN Hotela je sama po sebi velika prednost: u poslovnom delu Novog Beograda, preko puta „Kombank Arene“ i Sava Centra, a neposredno uz autoput kojim se za 12 minuta stiže do aerodroma Nikola Tesla, gostima obezbeđuje laku i efikasnu komunikaciju tokom boravka u Beogradu.

Jedinstvena krovna terasa, smeštena na poslednjem - osmom spratu hotela, na kojoj se organizuju razne svečanosti i kokteli, pruža i neponovljiv pogled na panoramu grada.





# nepobediva kombinacija!

## TRAJANJE

Deset godina je 3.650 dana, tokom kojih se odvijala dinamika dolazaka i odlazaka gostiju, svečanosti, banketa, posebnih dočeka VIP gostiju. To je i period u kojem se hotel visoko pozicionirao na našem hotelskom tržištu.

A onda su počela da stižu i brojna priznanja:

„Beli anđeo“ - za najbolju investiciju, „Lider u hotelskoj industriji“, HACCP sertifikat, „Sertifikat of Excellence“, „Zeleni ključ“, kao i nedavno osvojena nagrada „European Business Awards, National Champion“. A priznanje kojim je zaokruženo naše uporno, deseto-godišnje osvajanje i odbrana kvaliteta stiglo je na kraju 2016. kao jubilarno priznanje „Ambasadori dobre usluge“, u ime redakcije časopisa „Turistički Svet“ i Privredne komore Srbije.

## „ZELENI KLJUČ“

Program „Zeleni ključ“ jedan je od pet programa Fondacije za obrazovanje u životnoj sredini, a u taj projekat uključeno je 50 država sveta. Hoteli i smeštajni kapaciteti koji imaju sertifikat „Zeleni ključ“ ostvaruju srednjeročno veći profit i imaju svoj profil stalnih klijenata, koji prepoznaju i cene ovakav vid poslovanja i odnosa prema životnoj sredini. Da bi, kao prvi hotel van korporacije, a drugi u Beogradu, osvojio ovo svetsko priznanje, IN Hotel je morao da ispuni više od 100 strogih kriterijuma koje propisuje ovaj zahtevni program.

Njegovom timu to, iskreno, nije predstavljalo poseban problem, jer su takav manir rada primenjivali u praksi i pre nego što je dostavljena aplikacija za ovaj sertifikat.





### POGLED IZ VIP LOŽE IN HOTELA

Svaka javna institucija ponosi se činjenicom da u svoje posetioce može da ubroji poznate i prepoznatljive ličnosti ili grupe, takozvane VIP goste. U protekloj deceniji, IN Hotel je ugostio poznate poslovne ljude, političare, muzičare, umetnike iz svih žanrova, naučnike, sportiste, dramske prvake ... O visoko profesionalnoj usluzi i prijatnom boravku u IN Hotelu, svedoce brojni komentari u knjizi utisaka.

### HUMANOST NA DELU

Od prvog dana u IN Hotelu reč „humanost“ se piše velikim slovima: među zaposlenima je veliki broj onih koji su redovni dobrovoljni davaoci krvi, pomažemo Zavodu za nezbrinutu decu, Specijalnoj bolnici „Laza Lazarević“, Sigurnoj kući u Beogradu, Srednjoj turističkoj školi, beogradskom Gerontološkom centru. A učestvovali smo i u akcijama Humanitarnog fonda princeze Katarine Karađorđević.

Pomogli smo i Društvu fizičara da otputuje u Iran na matematičku olimpijadu, aktivno smo učestvovali u otklanjanju posledica katastrofalnih poplava u Srbiji 2014. godine, a posebno smo ponosni na naš doprinos u akciji „Bitka za bebe“, kada su obezbeđeni inkubatori za prevremeno rođenu decu.

### UČESTVOVANJE U SISTEMU EDUKACIJE MLADIH

Nismo znali da će pojam „dualno obrazovanje“ postati metafora za školski sistem Srbije, kada smo počeli aktivno da učestvujemo u njemu.

Od osnivanja, IN Hotel je uspostavio poslovnu saradnju od obostranog značaja sa beogradskim visokoškolskim ustanovama, posebno sa Univerzitetom Singidunum koji ima 10.000 studenata. Mnogi od njih, imaju program obavezne prakse u IN Hotelu. Ovakav način saradnje je obostrano koristan. Mladi ljudi imaju priliku da stiču iskustvena saznanja, a neretko oni najbolji dobiju i svoje prvo zaposlenje.

### BRUNCH U IN HOTELU

Tradicionalni nedeljni ručak, koji je oduvek okupljao sve članove porodice bar jednom nedeljno za istim stolom, i kod nas je dobio svoje posebno mesto.

Mislili smo na sve članove porodice, pa tako imamo i kutak za najmlađe o kojima brine i zabavlja ih hostesa, dok roditelji mirno provode popodne.

Raznovrsnost i raznolikost se vide u bojama, vrstama namirnica, privlačno dekorisanom švedskom stolu.

Veoma često ćemo vas iznenaditi redovnom promenom bogatog menija koji prati sve sezone i predstavlja ih kroz pažljivo kreirana jela i poslastice po izboru šefa kuhinje.

Letnja bašta u senovitom atrijumu idealno je mesto za tople gradske dane.

### MENADŽER IN HOTELA, RUŽICA PETROVIĆ DEDIJER

Drevna kineska poslovica kaže: „Kada uživaš slatki plod, treba najpre da se sa zahvalnošću setiš onoga ko je voćku zasadio“. U našem slučaju, „mladicu je zasadila“ gospođa Ružica Petrović Dediđer, ličnost koja je, prethodno dve decenije radila sa ekspertima u hotelskoj industriji, pripremajući se za sve izazove ovog posla: dolaska državnika, ministara, učesnika





During the 10 years they hosted more than half a million visitors. The hotel has consistently high ratings on all online sites. It is one of a few hotels with a great number of prestigious awards.

Aware of the fact that nowadays most of hotels can offer more or less similar technical and technological benefits, they try to recognize what it is that defines the visitors to return, and what is the added value that makes them different from others. For them it is - a professional staff ready to recognize the needs of each guest individually, so they carefully listen to their guests with a smile, meet their expectations and surprise them, and guests reward them with loyalty and recommendations.

velikih svetskih kongresa, najvećih imena iz sveta kulture, nauke, sporta, diplomata iz čitavog sveta...

Gospođa Petrović Dedijer kaže: „Uloga i posao generalnog menadžera u hotelijerstvu su veoma zahtevni. Osim što morate da dobro poznajete posao, neophodno je i da imate viziju, pokretačku moć i spremnost da pohvalite onog ko to zaslužuje, odnosno da svaka vaša kritika bude na mestu...“.

Zahvaljujući viziji i pokretačkoj moći generalnog menadžera, IN Hotel je za kratko vreme postao brend u hotelijerstvu prestonice i, iako je konkurencija u gradu sve veća - mi opstajemo i idemo napred.

Tokom 10 godina rada, ugostili smo više od pola miliona gostiju. Hotel ima konstantno visoke ocene na svim on line sajtovima.

Svesni smo činjenice da u današnje vreme većina hotelskih objekata može da ponudi manje ili više slične tehničko-tehnološke pogodnosti. Zato je neophodno uočiti šta je to što goste opredeljuje da se vrate, kao i šta je ta dodatna vrednost koja nas čini različitim od drugih.

Za nas je to: profesionalno osoblje spremno da prepozna potrebe svakog gosta pojedinačno. I eto, deset godina pažljivo slušamo svoje goste sa osmehom, ispunjavamo njihova očekivanja i iznenađujemo ih, a oni nas nagrađuju lojalnošću i preporukama.

#### **TAJNA USPEHA IN HOTELA?**

Negujemo i razvijamo sebe i svoju sredinu, učimo i obučavamo, pratimo nove trendove, sa iskrenom zainteresovanošću obavljamo svoj posao u čijem centru je uvek – gost!

# Nova definicija LUKSUZA

Luksuz u najširem smislu označava sve materijalne stvari, odnosno robu i usluge čija primarna svrha nije zadovoljavanje egzistencijalnih potreba pojedinca ili redovno funkcionisanje društva. Svrha luksuza je pružiti udobnost i estetsko zadovoljstvo korisnicima takvih roba i usluga, ali i drugima pokazati nečije bogatstvo ili superiorni društveni položaj.



Luksuz, iako precizno definisan, za različite ljude predstavlja različite stvari, jer se ukusi neminovno razlikuju. Za nekoga je luksuz mermer, zlato i izobilje, za nekog drugog - najnovija tehnološka dostignuća, dok je za nekoga luksuz najfinije pripremljena i najelegantnije moguće poslužena kašičica savršeno izbalansiranog jela.

U hotelijerstvu postoje danas sve opcije. Ima hotela sa nepreglednim mermernim lobijima, dekorisanih stotinama zlatnih ornamenata, sa fontanama koje igraju uz muziku, u kojima su kupatila u sobama veća od prosečnog stana. Sve popularniji su hoteli u kojima je sve automatizovano, gde tehnologija preuzima glavnu ulogu

i gde možete dobiti neslućeno olakšanu kontrolu svoje sredine bez ustajanja iz kreveta – od zavesa, roletni, ozvučenja, osvetljenja, ali i naručivanja posluženja i mnogih drugih stvari. I naravno, postoje hoteli koji nude sasvim drugačiji luksuz, koji su toliko svedeni a posebni. Oni nude ušuškani, miran i tih prostor u kojem je svaki predmet i komad nameštaja antikvitet ili unikatni dizajnerski komad, ali prepoznatljiv kao luksuz samo retkim poznavaočima, onima koji to razumeju.

I pored ovih dijametralno suprotnih shvatanja ili doživljaja luksuza, postoje dva univerzalna merila luksuza koje svaki hotel koji teži visokoj kategoriji mora umeti da ispuni. *To su persona-*

*lizovani pristup svakom gostu, sa predviđanjem njihovih potreba, i apsolutna privatnost.*

U današnjem svetu moderne tehnologije dominiraju dve istine: sve je beskonačno lako dostupno i najteže je isključiti se. Upravo u tome je i tajna savršene usluge.

#### SVE JE DOSTUPNO

Gosti znaju da mogu sami pronaći sve što ih interesuje o vašem gradu, okruženju i samom hotelu, ali žele da pitaju i vas, jer se nadaju nećem boljem od onoga što je dostupno svima. Takođe, svesni su da kada dolaze u hotel, daju veliki broj ličnih podataka i takođe su svesni šta vi sve možete o njima znati iz tih podataka. To



In the hotel industry of today, all versions of luxury are available.

There are hotels with vast marble lobbies decorated with hundreds of golden ornaments, with fountains that dance to music, and where bathrooms are larger than the average apartment. Increasingly popular are hotels where everything is automated and technology is taking over, where you can control your environment without ever leaving the bed – from curtains and blinds, to surround sound, lights and ordering room service. And then, there are hotels that offer luxury on a completely different level, so discrete and special, offering cozy, quiet and tranquil spaces, in which every item is an antiquity or a designer piece, recognizable as luxurious only to those who truly understand its value.

However, in spite of these opposite understandings of luxury, there are two universal measures that every hotel aspiring to true luxury must meet. They are a personalized approach to each guest, with predicting their individual needs, and absolute privacy.





ne znači da goste treba uhoditi, ali se ne sme dogoditi da im ne čestitate i ne obeležite rođendan, posebno ako se dešava dok su u hotelu.

Moguće je i čak veoma jednostavno, predvideti želje i potrebe svojih gostiju. Prvo je neophodno ispuniti sva osnovna očekivanja. Na primer: dva bademantila ukoliko u sobu dolazi dvoje se apsolutno podrazumevaju, ali je zapanjujuće koliko je to čest propust u hotelima. Kada ispunite ove osnovne norme, potrebno je stvarno razmisliti o gostu koji dolazi. Koja je svrha njegovog putovanja? Šta je njemu u skladu sa tim potrebno? Da li je iz zemlje u kojoj postoje neka ograničenja ili preferencije u pogledu ishrane? Ovo su sve informacije koje imate na osnovu rezervacije i pasoša. Mogućnosti koje možete ponuditi gostu kada o njemu razmišljate na ovaj način su neograničene. Ovaj pristup je idealan za gosta, jer će mu biti ponuđeno samo ono što mu zaista može biti potrebno, a ukoliko ima drugačije potrebe, svakako će zatražiti šta mu je potrebno. S druge strane, štedi vam vreme i energiju, jer ne nudite sve svima, a uz to maksimizirate potencijal za dodatnu zaradu.

#### NAJTEŽE JE ISKLJUČITI SE

Svima je poznato koliko je danas teško *isključiti* se, isključiti telefon, isključiti se sa društvenih mreža, isključiti se od čitanja vest i samim tim isključiti se od drugih ljudi.



Upravo zato, današnji gosti najviše cene one koji mogu da im ponude tu mogućnost da imaju apsolutnu privatnost.

Ovo podrazumeva, pre svega, kompletnu diskreciju svih zaposlenih u hotelu, ophođenje prema svakom gostu sa apsolutnim poštovanjem, ali identično, nezvezano od toga ko je u pitanju, kao i ambijent koji je prikladan, atmosferu koja je spokojna i enterijer koji ne privlači one koji žele da se pokazuju.

Ukoliko možete da im omogućite da neometano uživaju u svom boravku u potpunoj privatnosti, imajući u svakom trenutku dostupne sve informacije, a da istovremeno mogu da se odvoje od svog svakodnevnog života, možete biti sigurni da ste stvorili stalnog gosta koje će vam se s poverenjem uvek iznova vraćati.

**Jelena Đaković**  
LIBRA KONSALTING,  
osnivač i konsultant  
za unapređenje poslovanja



## DEVELOPMENT AND BEYOND



**08. - 09.02.2017.**  
**SHERATON HOTEL ZAGREB**

Adria Hotel Forum, po peti put, tradicionalno okuplja globalne hotelske operatere, investicijske fondove, hotelijere i najrelevantnije regionalne stručnjake u regiji jugoistočne Europe.

MEDIJSKI PARTNER

**SVET**  
TRAVEL

**VIŠE INFORMACIJA NA**  
**WWW.ADRIA-FORUM.EU**

# Moje srce je zauvek u F&B-u



Na čelo hotela Courtyard by Marriott Belgrade City Center, ponosnog člana najveće svetske hotelske korporacije, stao je u novembru novi generalni menadžer Austrijanac **Robert Gasser**, koji je svoju profesionalnu karijeru pažljivo gradio primarno kroz F&B sektor. Trebalo je više od dve decenije da stigne do Beograda, a taj decenijski put vrsnog profesionalca, koji je obrazovanje stekao u Hajdelbergu na Hotel Business and Administration - Hotelfachschule Heidelberg, išao je od Minhena, preko Pekinga, Šangaja, Lisabona, Istanbula... Putovao je svojevremeno i Tajlandom i Australijom kao Culinary Explorer... Sve je to snažno uticala na njegovo profesionalno profilisanje, ali je za njegovu sadašnju poziciju, kaže, ipak najzaslužniji jedan od najboljih Marriott-ovih menadžera Markus Lewe, koji je umeo da ga zainteresuje i svojim znanjem i iskustvom motiviše da se popne na lidersku poziciju u hotelu. Sada je u Beogradu gde se oseća prijatno i sudeći po odgovorima na pitanja - prilično zadovoljno. Ali kakvi su njegovi poslovni planovi, koje će poteze povući u narednom periodu, ne čemu će biti fokus, kao i da li će i koje promene usloviti akvizicija dva hotelska giganta i još mnogo toga, saznaćete iz razgovora koji sledi.



• *Svoju profesionalnu karijeru gradili ste pažljivo i rasli kroz F&B sektor. Možete li se prisjetiti onoga što vas je u teorijskom i praktičnom smislu najviše oblikovalo kao profesionalca i učinilo da budete potpuno spremni za poziciju generalnog menadžera?*

- Još kao dečak, odlučio sam da ću svoju karijeru graditi u ugostiteljstvu i oduvek sam želeo da budem odgovoran za rad kuhinje i servis. Počeo sam sa 5 godina, pomažući u porodičnom restoranu. Nikada nisam pomišljao na poziciju generalnog direktora. Čak i pre par godina to nije bio moj krajnji cilj. Tokom 2012, ukazala mi se prilika da radim sa izuzetnim menadžerom i upravo on me uveo u sve ostale delove hotela van F&B sektora. Markus Lewe, sada potpredsednik za Centralnu Evropu, je sve svoje sastanke održavao u mom prisustvu i bio sam deo mnogih odluka vezanih za poslovanje naše kompanije. Upravo njegova profesionalnost i znanje su me snažno motivisali za ostvarenje krajnjeg cilja - postati generalni direktor. Nakon svih obuka, dobiti odgovornost za kompletno funkcionisanje hotela je izuzetna čast i velika odgovornost, mada je moje srce zauvek u F&B sektoru.

#### **NAJBOLJI DAN MOG ŽIVOTA**

• *Gotovo čitav profesionalni život bavite se restoranima, odličan ste poznavalac gastronomije i enologije. Svojevremeno ste putovali Tajlandom i Australijom kao Culinary Explorer... Šta vas je uvek impresioniralo?*

- Tokom svojih putovanja, najveći utisak je na mene ostavila starica koja je na uličnom štandu, svakog dana pripremala jela po originalnim receptima Tajlandske kuhinje. Sasvim slučajno sam naišao na nju, vozeći se van standardnih turističkih ruta. Bio sam jedini stranac među njima, malo sumnjičav, ali osmeh te starice me je ubedio da ipak probam njene specijalitete. Hrana je bila fantastična, toliko da sam morao da saznam što više o ovoj tradiciji i kulturi. Sporazumevali smo se `rukama i nogama, ali ubrzo sam shvatio da sam upravo dogovorio da budem njen pomoćnik u narednim danima. Dva dana sam učio i pomagao u pripremi, dok je treći dan bilo moje vatreno krštenje: pripremao sam hranu za posetioce potpuno sam. Iako su svi приметili da im stranac priprema njihova omiljena jela, bili su strpljivi da saznaju da li je obuka bila uspešna. To je bio

najbolji dan mog života. Shvatio sam da je hrana izuzetno važan deo naše svakodnevice, ne samo zato što nas hrani, već zato što predstavlja život.

• *Po čemu se razlikuju restorani u Marriott hotelima u kojima ste radili, a šta je to što im je zajedničko? Da li je to i u F&B sektoru pet ključnih vrednosti kompanije Marriott: ljudi na prvom mestu, težiti savršenstvu, prihvatati promene, delovati sa integritetom i služiti svetu?*

- Ne mislim da se pristup poslovanju menja u skladu sa tim u kom odeljenju radite, kada je u pitanju srž onoga što Marriott predstavlja. Mogu reći da je uvek na prvom mestu zadovoljstvo ljudi i domaćina (našeg tima): ukoliko su oni srećni i gosti će biti. Marriott je možda posmatran kao najveća kompanija, zahvaljujući vođstvu gospodina Marriotta i Sorensona, ali je nekako naš lanac - naša porodica. Marriott predstavlja mnoštvo brendova u različitim segmentima, ali smo svi jednaki - to je lepota Marriotta. Članovi našeg tima mogu započeti u Courtyardu, nastaviti u JW Marriott, Renaissance, Marriott ili nekom drugom Courtyardu, nije važno. Kada je u pitanju naša radna sredina, mi ne delimo tim na brendove. Ono što se ceni je lični pečat u radu, ličnost i posvećenost da ugostite naše goste na besprekoran način.

#### **FOKUS NA RAZVOJU F&B SEKTORA**

• *Zahvaljujući vašem ekspertskom znanju, za očekivati je da će F&B sektor hotela Courtyard by Marriott Belgrade City Center biti najviše na dobitku. Šta je to što ste prvo planirali da uradite?*

- Hvala na tako divnim rečima, ali kao prvo, voleo bih da istaknem da je novi početak u Beogradu bio najlakši start do sada. Ovaj hotel je izuzetan i iznad standarda Courtyard hotela u svetu, ne samo po jedinstvenom dizajnu, već po sjajnom, mladom i motivisanom timu koji je prvenstveno veoma talentovan u svom poslu. Tim je postavio sve segmente hotela, i unutrašnje i spoljašnje, na sam vrh.

Ali, vratimo se pitanju. Moj prvi plan jeste da poštujem sve ono što je do sada postignuto, ali u isto vreme da težim fokusu na razvoj F&B sektora. Jedna od prvih stavki je da ponudimo najbolji `Business Lunch` u gradu. Naša strategija je bazirana na ideji da Beograđanima približimo koncept hotelskog restorana sa visokim kvalitetom hrane i usluge ali po cenama lokalnih restorana. `Business Lunch` se menja

na nedeljnom nivou i uvek sadrži više opcija: vegetarijansko jelo, jelo bez glutena, jela na bazi mesa i ribe, u skladu sa ponudom kod lokalnih proizvođača ali i trenutnom sezonom. Kao Austrijanac, preporučujem omiljenu sezonsku štrudlu kao idealni desert. Uzgred, raspon cena od 799 do 1.199 dinara zvuči kao ponuda koju ne bi trebalo propustiti.

Na Facebook stranici hotela i Credo restorana, uvek možete pratiti novosti koje smo pripremili.

#### **POZICIONIRAN MEĐU NAJBOLJIMA**

• *Za godinu dana od otvaranja, hotel se dobro pozicionirao: ocena 9,4 na booking.com-u, mnoštvo pohvala zadovoljnih gostiju, priznanje za društveno odgovorno ponašanje, nagrada kompanije "Saint-Gobain" za projekat hotela u kategoriji enterijera sa inovacijom i zaštitom životne sredine... - dobra su startna pozicija za dalje unapređenje. Na čemu će biti fokus vaših aktivnosti kao GM-a u 2017. godini? Šta mogu da očekuju vaši gosti?*

- Upravo tako, ovaj hotel je napravio istorijski poduhvat u okviru Courtyard brenda. Biti pozicioniran među najboljima u prvoj godini poslovanja, zaista je impresivan poslovni uspeh. Naravno, sve je ovo postignuto zahvaljujući uspehu tima koji se za to zalaže svakog dana. Moj fokus će biti da održimo standard da pružamo više od regularnih Courtyard hotela i potruditi se da motivacija tima i pojedinaca ostane na samom vrhu, kao jedini način da naš hotel bude ocenjen kao hotel sa izuzetnom brigom o gostima i sveukupnom iskustvu koje gost ima odsedajući kod nas.

• *Vaša kompanija je razvila jedan od najboljih loyalty programa u svetu - Marriott Rewards program. Da li se tu očekuju neke inovacije i unapređenja?*

- Hvala vam na ovom pitanju. Tako je, Marriott Rewards Program je izuzetan i pruža fantastične mogućnosti. Nakon spajanja sa hotelskim lancem Starwood, oba programa lojalnosti su nepobediva i pružaju sve ono što lojalan gost poželi. Posebno je atraktivno što je sada omogućeno da uživate u benefitima na fantastičnim lokacijama širom sveta. Ono što je najbolja dobrobit ovog spajanja jeste da su Platinum članovi tretirani sa istim statusom u svim hotelima naše kompanije, uključujući i Starwood i Ritz-Carlton. Verujem da bolje i više od ovoga, nismo mogli da obezbedimo. ➤(7942)



# Experience Belgrade from the heart of the city !

Centrally positioned in Republic Square, our hotel is steps away from the pedestrian zone of Knez Mihailova, Kalemegdan Fortress, and within walking distance to many other Belgrade attractions. Check out our great deals by visiting our website.

**COURTYARD<sup>®</sup>**  
**Marriott**

**BELGRADE CITY CENTER**

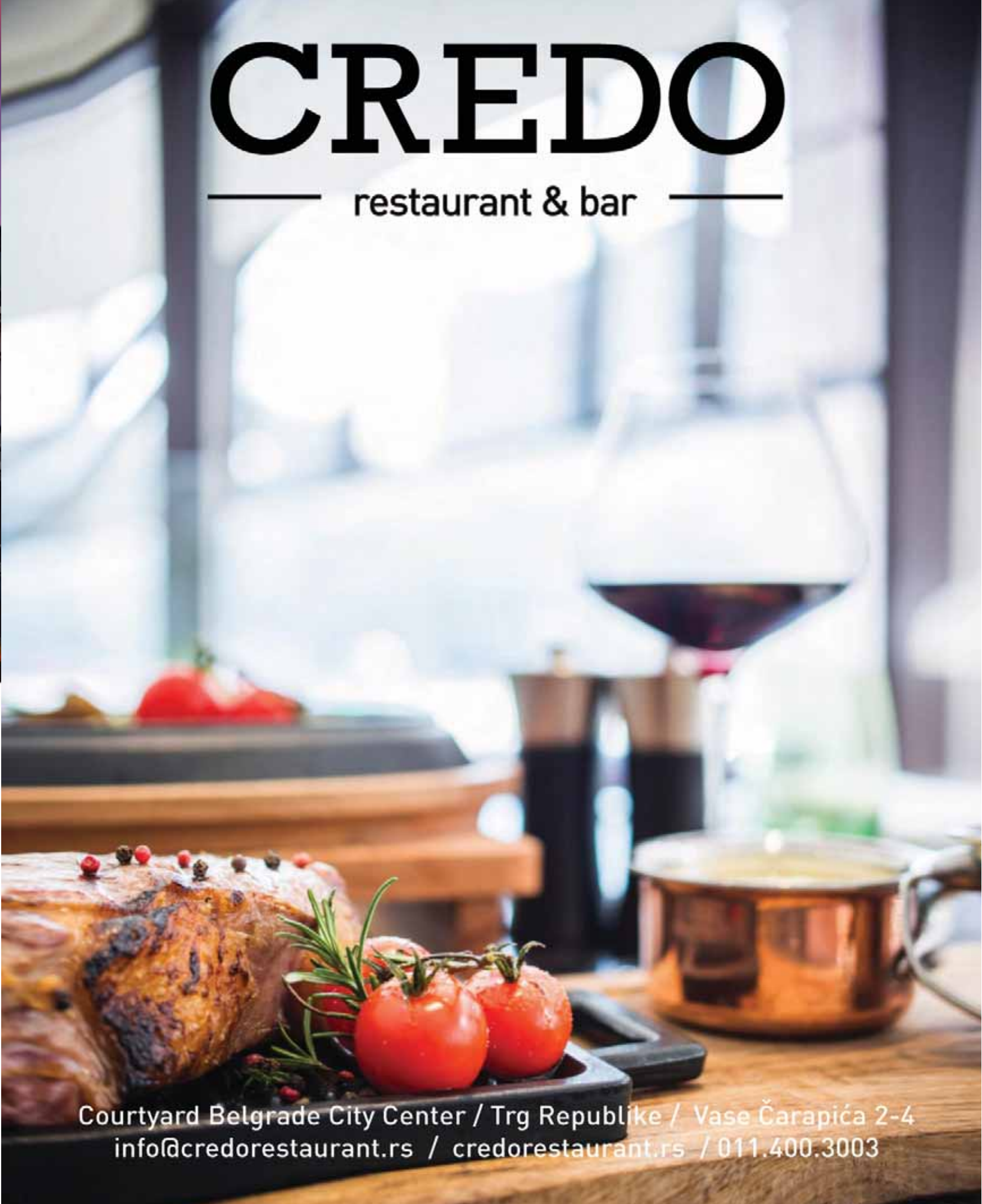
Republic Square  
2-4 Vase Carapica, Belgrade  
+381.11.400.3000  
[reception.belgrade@courtyard.com](mailto:reception.belgrade@courtyard.com)

**From 99 € /night**  
book now at  
[courtyardbelgrade.com](http://courtyardbelgrade.com)



# CREDO

— restaurant & bar —



Courtyard Belgrade City Center / Trg Republike / Vase Čarapića 2-4  
info@credorestaurant.rs / credorestaurant.rs / 011.400.3003

(7939) ➤



At the head of the Courtyard by Marriott Belgrade City Center Hotel, a proud member of the world's largest hotel corporation, came in November, the new general manager from Austria Robert Gasser, who carefully built his professional career primarily through the F&B sector. It took him more than two decades to get to Belgrade, and this decade long road of skilled professional, who graduated from Heidelberg in the Hotel Business and Administration - Hotelfachschule Heidelberg, went from Munich, via Beijing, Shanghai, Lisbon, Istanbul... He travelled once across Thailand and Australia as the Culinary Explorer ... All this had a strong influence on his professional profiling, but for his current position, said, the most deserving is one of the best Marriott's managers Markus Lewe, who knew how to attract the interest in him and to motivate him with knowledge and experience to climb to a leading position in the hotel. Now he is in Belgrade where he feels comfortable and judging by the responses to questions - rather satisfied. But what are his business plans, what moves will he pull in the future, what will be the focus on, as well as what changes will bring the acquisition of two giant hotel companies and more, you will find out from the conversation that follows.

#### BRIGA O ZAPOSLENIMA I KVALITETU

##### USLUGE - NEPRIKOSNOVENA

• *Jednom od najvećih akvizicija u hotelskom sektoru, u septembru ove godine Marriott je kupio Starwood Hotels & Resorts Worldwide i tako postao najveći hotelski lanac na svetu, sa 30 hotelskih brendova, sa više od 5.500 objekata i 1,1 milion soba u više od 110 zemalja! Da li je to i na koji način uticalo na hotelske brendove i hotele unutar kompanije? Menja li to nešto u vašoj poslovnoj politici i strategiji?*

- Kao što ste i sami napomenuli, spajanjem Marriott i Starwood kompanije dobili smo najveći hotelski lanac. Ovo je svakako napravilo najveći uticaj na kompletnu hotelsku industriju, ali je najvažniji uticaj napravilo na goste obe kompanije. Svakako, najviše su dobili gosti koji su članovi programa lojalnosti, jer su automatski dobili uvećani broj hotela i destinacija koje mogu posetiti. Po mojim saznanjima, plan je da se imena oba brenda zadrže, jer su izuzetno jaka i tako pozicionirana u svetu.

Odluke o strategijama i razvoju donosi tim sastavljen od top menadžera, a kako smo još uvek u ranim fazama spajanja, te odluke će se donositi u narednim nedeljama, mesecima i godinama.

Jedno je uvek garantovano, a to je da se naša briga o zaposlenima i pružanju kvalitetne usluge neće menjati.

• *Ono što je sigurno, to svakako povećava vidljivost hotela na globalnom nivou i omogućava kompleksniju promociju hotela koja može da uključi i promociju destinacije. Kakvi su vaši planovi u razvijanju takve promotivne strategije?*

- Kako Beograd ima mnogo toga da ponudi, mislim da će svako naći svoj razlog da ga poseti. Pored noćnog života i odlične tradi-



cionalne hrane, što je već samo po sebi dovoljan razlog, destinacija je izuzetna prilika za one koji su u obilasku svetskih gradova zbog njihove kulture i tradicije. Nove generacije su uvek u potrazi za novim otkrićima. Oni su zasićeni standardnim ponudama velikih gradova, poput Praga. Beograd bi mogao biti idealna zamena tokom cele godine. Lično, voleo bih da se više ulaže u marketing Beograda izvan Srbije, jer verujem da u svakoj zemlji novac zarađen kroz turizam može imati široku primenu.

##### CELOG DANA DOČEK NOVE GODINE

• *Pred nama je najlepší deo godine: božićni i novogodišnji praznici. Otkrijte nam tajnu: Kakva iznenađenja spremate svojim gostima?*

- Moja prva priprema je ličnog karaktera, jer neposredno pred Božić treba da dovedem članove svoje porodice u Beograd.

A što se tiče hotela, pripremili smo fantastične menije tokom katoličkog Božića, koje prati pažljivo birana vinska karta. Kao glavnu atrakciju, pripremili smo celodnevni doživljaj dočeka Nove godine. Tokom celog dana, kako gosti hotela, tako i oni koji to nisu,

moći će da uživaju u živoj muzici i šarenim koktelima po fantastičnim cenama. Idealan način da se pripremite za nezaboravnu noć. Pogled na centar grada i zbivanja u njemu će samo doprineti zagrevanju atmosfere. Prvog dana nove godine, prve sate proslavljamo uz novogodišnji branč, praznični bife i tortu.

Za naše najmlađe posetioce, decu do 5 godina, obezbedili smo besplatan ručak, dok deca do 12 godina plaćaju samo pola cene.

Pravoslavna Nova godina će takođe biti obeležena prazničnom ponudom. I moram da kažem da se zaista radujemo proslavi predstojećih praznika.

• *Vaša lična božićna i novogodišnja poruka?*

- Svim čitaocima ovog divnog magazina želim srećan Božić i Novu godinu, praćenu uspehom i zdravljem. Gde god da slavite, uživajte u svakoj sekundi sa svojom porodicom i prijateljima, uz prazničnu trpezu! Ovi dani služe da zaboravite na dnevne brige i da se posvetite najbitnijim stvarima u životu.

Ljiljana Rebronja



# Šta HOTELIJERI treba da nauče od AVIO-KOMPANIJA

Hoteli i avio-kompanije suočavaju se sa nekoliko istih problema: prolazni inventar, klijenti koji bukiraju unapred, konkurencija koja daje niže cene i velike promene u balansiraju nabavke i zahteva. Obe industrije koriste svoje *web* sajtove, aplikacije i rezervacione kanale za prodaju soba i sedišta, i moraju da upravljaju zauzetošću kapaciteta.

Iako su obe industrije slične, hotelska zaostaje u odnosu na avio-industriju. Mnogi hoteli još uvek nisu usvojili sofisticiranu tehnologiju za *revenue* menadžment zasnovan na algoritmu, koji avio-kompanije već uveliko koriste. Slede tri najvažnije lekcije koje hotelijeri treba da nauče od avio-kompanija u oblasti upravljanja prihodima:

## 1. NE KORISTITE FIKSNE CENE

Kupci znaju da su cene usluga promenljive, pa hotelijeri to treba i da iskoriste i da stalno ažuriraju svoje cene. Cilj je ponuditi najvišu cenu koju je u tom trenutku potražnja spremna da plati.

## 2. KORISTITE TEHNOLOGIJU

Procesi *revenue* menadžmenta u hotelima i *yield* menadžmenta kod avio-kompanija su nesumnjivo slični, i većina faktora, koji se moraju uzeti u obzir kada se postavljaju cene su isti. Zašto onda hoteli i dalje sakupljaju podatke ručno, dok avio-kompanije koriste sofisticirane sisteme zasnovane na algoritmu? Postoje potpuno automatizovani sistemi za *revenue* menadžment koji ažuriraju hotelske cene u realnom vremenu (kao što je to slučaj sa avio-kompanijama).



Hotels and airlines share many of the same issues; perishable inventory, customers booking in advance, lower cost competition... Most hotels have not yet adopted the sophisticated algorithm-based revenue management technology that airlines have. Here are three of the most important lessons that hotels can learn from the airline practice of yield management: don't use fixed pricing, get comfortable with technology and a high occupancy rate shouldn't higher prices.

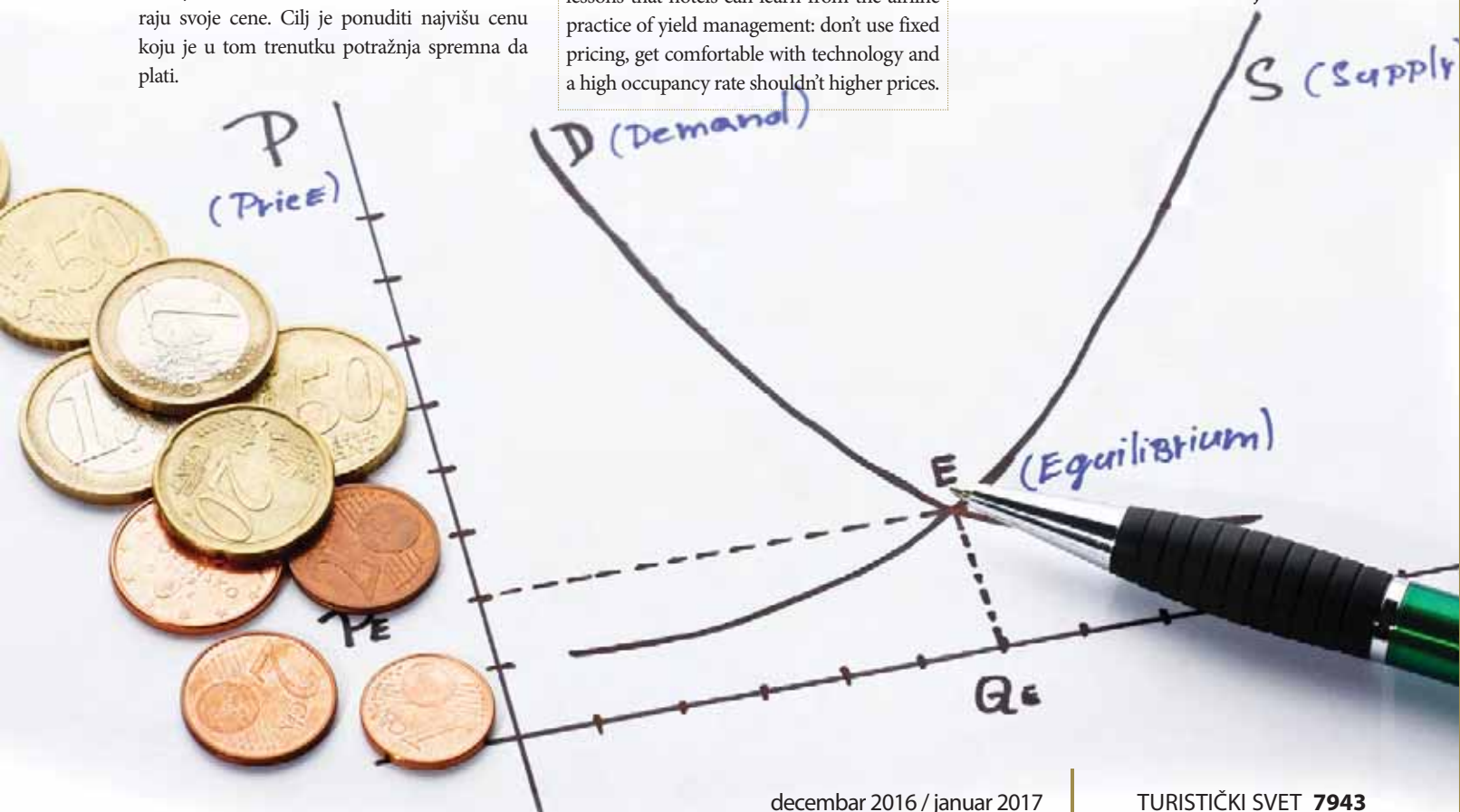
## 3. VISOK STEPEN ZAUZETOSTI

### NIJE OSNOV ZA PODIZANJE CENA

Jedna od zastarelih tehnika *revenue* menadžmenta, a koju hoteli često koriste je primena fiksnih cena soba kada je zauzeće manje od 50 odsto, a kada se stepen popunjenosti poveća sledi podizanje cena smeštaja. Ovakva praksa ne samo da je zastarela, već je i neefikasna. Čim hotel dostigne visoku stopu zauzetosti i podigne cene, velika je verovatnoća da će gosti prestati da bukiraju, jer su pre toga rezervisali zbog odnosa cene i vrednosti, koji je bio prikladan tržištu.

Hoteli bi trebalo da cene formiraju na osnovu tržišnih faktora (a ne trenutne zauzetosti) i da ih, zbog promena na tržištu, stalno ažuriraju u realnom vremenu. To će dovesti do najvišeg ADR-a i RevPAR-a za hotel, što su stvarne cifre, koje označavaju profit.

Privedila:  
Marija Obradović



# LIDER s jasnim stavom

Šesnaest godina trajao je njegov razvojni put od recepcionera u beogradskom hotelu Hyatt Regency do jednog od lidera hotelske industrije Srbije. Na tom putu pratila ga je sreća, koja ne bi mnogo značila bez samouverenosti, hrabrosti i odlučnosti da uspe u onome što je postavio sebi kao životni cilj.

**H**otelijerstvom je počeo da se bavi 2000. godine, i to sasvim slučajno. Glavni "krivci" za njegov ulazak u hotelijerske vode bili su rešenost, otvorenost, drskost i spremnost za reskiranje, ali pre svega – saznanje šta ne želi u životu. Generalni direktor hotela Falkensteiner u Beogradu, **Aleksandar Vasiljević**, sa svojih 25 godina posedovao je sve to.

## "JA SAM TAJ"

- Pre nego što sam ušao u hotelijerstvo, bavio sam se privatnim biznisom. Međutim, nisam sebe pronašao u tome. Hteo sam nešto novo, pa sam izašao iz tog posla i rešio da radim za platu. U isto vreme, napustio sam Ekonomski fakultet, jer nisam mogao da položim matematiku, i upisao Visoku hotelijersku školu. Intenzivno počinjem da tražim posao, i nakon položenih brojnih testova, dobijam zaposlenje u poznatoj inostranoj kompaniji, kao koordinator za knjigovodstvo, za platu koja u to vreme nije bila mala. No,

pre nego što ću početi tu da radim, saznajem da je hotel Hyatt Regency Begrade raspisao konkurs za nove radnike. Došao sam na tzv. "career day" u Kristalnoj dvorani i tamo zatekao 500 kandidata. Komisija nam je podelila upitnike na kojima je trebalo da ostavimo svoje podatke, kratku biografiju i radno mesto za koje smo zainteresovani. Trebalo je da se upišu tri željene pozicije, a ja upisujem samo jednu – radno mesto na recepciji. Kada su me na razgovoru pitali zašto nisam dodao još neku poziciju, rekao sam da me osim recepcije ništa drugo ne interesuje. Verovatno zbog ovakvog stava, ušao sam u uži izbor od 15 kandidata. Na razgovoru sa tadašnjom šeficom recepcije, saznajemo da će nakon dve nedelje treninga od nas 15 odabrati jednog. Samouvereno sam joj rekao da sam ja taj, da će mene izabrati. Pritom, neki od kandidata već su imali prethodno iskustvo u hotelijerstvu, neki čak i u Hyatt-u, a ja – baš ništa. Krenuo je trening i ljudi su polako počeli



da se osipaju, da odustaju. Na kraju, ostalo je nas 6-7 kandidata, od kojih su izabrali mene. Napustio sam posao u pomenutoj internacionalnoj firmi, koji je bio odličan, ali suviše kancelarijski, i odlučio se za Hyatt Regency Begrade. Mislim da sam tad bio prvi ko je, radeći preko omladinske zadruge, direktno došao na recepciju Hyatt-a, a da prethodno nije bio vratar, bellboy ili sobar – otkriva Vasiljević, dodajući da mu

je rad u jednom takvom hotelu, koji je deo poznatog svetskog lanca, bio odlična škola.

- Tu u startu stižete radnu naviku, što je za svakog početnika jako dobro. S druge strane, imponuje vam što radite u hotelu koji je u to vreme bio najbolji u Beogradu. Imao sam zaista dobar tim i dve godine smo lepo funkcionisali, a onda je došlo vreme da krenem u vojsku. Kada sam se po odsluženju vojnog roka vratio u hotel, od šefa



repcije saznao sam da je moje mesto popunjeno, jer su morali da mi nađu zamenju. Međutim, on me je preporučio za rad u jednom malom objektu u Crnoj Gori, u hotelu Vila Montenegro na Svetom Stefanu, koji se tada otvarao. Otišao sam na razgovor, dopala mi se ta priča i počeo sam da radim na recepciji, a nakon 20-ak dana, unapređen sam u menadžera hotela. Time sam ušao u jednu sveobuhvatnu hotelsku priču o kojoj do tada nisam mnogo znao, jer sam imao samo recepcijsko iskustvo. Koliko god da je hotel bio mali, toliko je bio i luksuzan, pa samim tim i moja odgovornost veća. Bio je to prvi hotel u Crnoj Gori sa 5 zvezdica. Dobro sam se snalazio dve godine, ali opet, s druge strane, nije bilo lako, jer je postojala nostalgija i želja da se vratim u Beograd – kazuje naš sagovornik, koji je posle povratka u svoj grad radio na poziciji šefa recepcije u novootvorenom Country Club Hotelu Babe, a potom i u hotelu President u Kovilovu, gde je bio zadužen za domaćinstvo i recepciju. Međutim, prava hotelijerska priča za Aleksandra Vasiljevića otpočinje u beogradskom hotelu Zira.

#### ZIRA ILI KAKO SAM POSTAO HOTELIJER

- Prijatelj je poslao moj CV u Ziru, nakon čega su ljudi zaduženi za regrutovanje kadrova došli kod mene na razgovor u Kovilovo. Ispostavilo se da je jedan od njih išao sa mnom u vrtić i osnovnu školu, tako da sam u startu imao neku vrstu protekcije prilikom odabira kandidata za hotel Zira, koji je tada bio u "pre-opening" fazi. Prilikom razgovora, ponudili su mi mesto direktora hotela, što sam kategorički odbio. Zira je bio objekat sa 125 ključeva, to je bila ozbiljna priča, a ja nikad nisam imao iskustvo direktora hotela. Ponudili su mi i da budem zamenik direktora, što sam takođe odbio, rekavši im da prihvatam da budem isključivo šef recepcije. Tako je i bilo. Kada su me zamolili da im pomognem da nađu direktora hotela, iskreno i otvoreno sam im rekao da ga u Srbiji nema, i da treba da ga potraže u inostranstvu. Mislim da je to generalno bio najbolji potez u tom momentu, i za hotel Zira, ali i za mene i moju buduću karijeru – tvrdi Vasiljević, i nastavlja:

- Na mesto direktora hotela Zira doveli su Škotlanđanina Ričarda Bamforda, koji je u to vreme imao 40 godina radnog iskustva. Bio je kompletna ličnost, neko ko je radio u svim

sferama ugostiteljstva. To je čovek koji mi je najviše pomogao u karijeri Bio je neka vrsta mog mentora. Imali smo takav odnos, koji se u prepodnevima svodio na raspravu, a u poslepodnevnim časovima bio je iskren i prijateljski. On je veoma zaslužan za moj lični razvoj. Mislio sam da mnogo znam do trenutka dok nisam počeo da radim u Ziri. Onda sam shvatio sa kojim stvarima još nisam upoznat i koliko toga još moram da naučim. Korak po korak, svakodnevno sam učio od njega i dobijao lekcije, a on je bio izuzetno otvoren za edukaciju, gde mi je u određenim trenucima mnogo pomogao da shvatim kako funkcioniše svako odeljenje, da sagledam finansijske aspekte, da razumem i F&B segment, s kojim ranije nisam imao dodira. Brzo sam napredovao, jer sam imao sreće da radim sa takvim čovekom koji je mogao i, još važnije, želeo da mi prenese svoje ogromno znanje. To je za mene bila velika hotelijerska škola – iskren je Aleksandar, koji je nakon tri meseca provedena na poziciji šefa recepcije unapređen u operativnog direktora i zamenika direktora hotela Zira, a kasnije i u generalnog menadžera.

- Posle godinu i po dana, moj direktor odlučuje da napusti firmu, jer je otvarao hotel u Omanu. Nasledio sam ga na poziciji generalnog direktora hotela Zira, gde sam proveo dve i po godine ostvarivši rast poslovanja. U nekoliko navrata proglašavani smo za najbolji hotel u Beogradu i Srbiji. Bio je to jedan lep period u mom životu. Međutim, u septembru 2012. godine shvatio sam da je vreme za promenu. Već sam proveo četiri i po godine u Ziri, i hteo sam sebi da dokažem da li sam ja direktor hotela Zira ili, generalno direktor hotela, koji bi se snašao i u nekoj drugoj priči.



His development path from being the receptionist at Belgrade's Hyatt Regency Hotel to being one of the leaders of the hotel industry in Serbia lasted sixteen years. On this journey, the General Manager of the Falkensteiner Hotel Belgrade, Aleksandar Vasiljević, was accompanied by luck, which would not mean much without the confidence, courage and determination to succeed in what he has set as a goal of his life.

#### FALKENSTEINER - IZ VEDRA NEBA

Druga priča je u pravi čas nenadano došla iz Austrije.

- Ubrzo nakon toga, pozvao me je Branislav Krivokapić (tadašnji direktor HORES-a, *prim.aut*), koji mi je saopštio da bi jedan čovek hteo sa mnom da se vidi i da popriča uz kafu. U zakazano vreme pojavljuje se direktor Falkensteiner Hotels & Residences za jugoistočnu Evropu Agron Beriša. Imali smo intervju koji je trajao 90 sekundi. Ništa nisam rekao, samo sam se pojavio i dobio ponudu za posao. Naime, gospodin je pre toga pet dana boravio u mom hotelu, a da ja to nisam znao. Rekao je da sve znaju o meni i da bi želeli da budem generalni direktor Falkensteiner hotela koji su tada otvarali u Beogradu. Odgovorio sam mu da moram da razmislim. Pitao me je i koliko platu očekujem. Izgovorio sam neku sumu, na šta je direktor rekao – ne može, mora da bude veća. Sutradan sam i zvanično dobio ponudu, koju sam prihvatio i 1. novembra 2012. počeo da radim za Falkensteiner, na poziciji generalnog direktora hotela u Beogradu, gde sam ostao do današnjeg dana – otkriva Vasiljević, koji je svojevremeno bio i generalni menadžer Falkensteiner hotela na Staroj planini.

- Hotel na Staroj planini smo preuzeli 2012. godine, a ja sam za generalnog direktora hotela postavljen u novembru i vodio ga do 2015. godine, kada je došlo do prekida ugovora između JP Stara planina i grupacije Falkensteiner. Za tri sezone, uspeali smo da od ogromnog minusa dovedemo hotel na profitabilnu varijantu. U određenom trenutku, nekome je u javnom preduzeću zasmetao taj menadžment ugovor, misleći da će JP "Stara planina" moći samostalno da nastavi tim tempom, i rešio je da napravi pritisak smenivši me sa pozicije generalnog direktora. Grupacija Falkensteiner je narednih 20-ak dana pokušavala da komunicira s njima, i s obzirom da nije bilo uspeha, 21. decembra je odlučila da raskine ugovor o menadžmentu, koji je trebalo da važi petnaest godina. To je, nažalost, dovelo do toga da u prvih devet meseci 2016. imate, prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, 20% manje turista na Staroj planini u odnosu na prethodnu godinu. Svi planinski centri u Srbiji ostvarili su rast, osim Stare planine. Verujem da



će u narednom periodu doći do nekih daljih pregovora sa Falkensteiner-om – ističe Aleksandar Vasiljević, koji svoju budućnost za sada vidi u okviru ove grupacije.

#### OVAJ POSAO MORA DA SE VOLI

- Beogradski hotel Falkensteiner je od samog početka uspeo da se lepo pozicionira na tržištu, jer je u startu naša zamisao bila da budemo hotel sa 4\* koji će nuditi uslugu hotela sa 5 zvezdica. Naš cilj je bio da gostima pružimo najbolji doručak u gradu i visokopersonalizovanu uslugu, što nije lako ostvariti u velikim hotelima. Mislim da smo s našim timom uspeli da napravimo dobru atmosferu i dođemo do toga da imamo mnogo gostiju koji nam se iznova vraćaju. A koliko imate gostiju koji vam se vraćaju, toliko ste uspešni – tvrdi Vasiljević, koji za sopstveni uspeh može da zahvali srećnim okolnostima, kućnom vaspitanju i karakteru.

- Da biste uspeli, doza sreće mora da postoji. Ali, mora da postoji i doza direktnosti i bezobrazluka. Ja sam mnogo puta na razgovorima blefirao – iako nisam bio u situaciji da nešto kažem, ja sam govorio. Takođe, ako želite da se bavite hotelijerstvom, morate da budete fokusirani, da imate želju, strast i volju da radite. Ovaj posao mora da se voli. Na bilo kom radnom mestu da se nalazite, ako to čime se bavite radite sa ljubavlju, rezultat će biti kako vaše lično zadovoljstvo, tako i zadovoljstvo samog gosta. Ja mislim da sam za ovih 16 godina, koliko god da sam imao sreće, uspeo čestito da radim i ostvarim rezultate kojima sam opravdao ukazano poverenje – poručuje Vasiljević, zvanični lider hotelske industrije Srbije za 2016. godinu.

**Biljana Bosnić Ognjenović**





\*\*\*\*\*  
**HOTEL IZVOR**  
*Arandjelovac*

*Srećni*



**HOTELI**

*praznici*



\*\*\*\*\*  
**HOTEL SLOBODA**  
*Palac*

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



GARNI \*\*\*\*\*  
**HOTEL MASTER**  
*Novi Sad*



JUBILEJ: UTP MORAVA - ČAČAK: 70 GODINA TRADICIJE I SKUSTVA

# LIDER u ugostiteljstvu zapadne Srbije

UTP Morava, Čačak - kompanija koja već 70 godina opstaje na balkanskoj vetrometini, obeležila je i vreme u kojem traje, i zapadnu Srbiju sa kojim je rasla. Zahvaljujući bogatoj tradiciji i višedecenijskom iskustvu, izrasla je u vodeću ugostiteljsku kompaniju u tom delu Srbije, kompaniju čiji zaštitni znak je kvalitet ponude i usluge kojom osvaja klijente, nudeći im specifičan i na tržištu prepoznatljiv proizvod.

Primer je jedne od najuspešnijih privatizacija u Srbiji - 2003. godine.

U njenom sastavu posluje 10 ugostiteljskih objekata – hoteli: Beograd\*\*\*\*, Kole\*\*\*, Livade\*\*\* i Morava - hotel u procesu rekonstrukcije, zatim restoran sa sobama Zdravljak u banji Gornja Trepča, restoran sa smeštajem Lovac, kao i moderna caffe pizzeria Proleće, najstarija srpska kafana Car Lazar, riblji restoran Plaža i turistički brod Sv. Nikola na jezeru Međuvršje. O zadovoljstvu gostiju brine 130 zaposlenih.







UTP Morava, Čačak - a company that has survived for 70 years on the Balkan market, marked the time in which it lasts and Western Serbia with which it grew up. Thanks to rich tradition and decades of experience, it has grown into a leading hotel and restaurant company in this part of Serbia, a company whose trademark is the quality and service that wins customers, offering them specific and recognizable product on the market. It is an example of the most successful privatizations in Serbia in 2003. Today within its domain operate 10 hotels and restaurants.

### DVA HOTELA – TRI ZVEZDICE

Hoteli Livade i Kole nose po tri zvezdice. Hotel Livade nalaze se u Preljini, 5 km od centra Čačka. Raspolaze sa 52 moderno opremljene sobe - jednokrevetne, dvokrevetne, porodične sobe i apartmani. U sastavu hotela je restoran, kafe bar, poslovni centar, dve letnje bašte i fudbalsko igralište. Ovaj hotel, nekada motel Livade – poznat širom ex YU kao odmorište za sve turističke grupe u tranzitu ka Makedoniji i Grčkoj, potpuno je spreman da odgovori na sve zahteve poslovnih gostiju, organizovanih turističkih grupa, individualnih gostiju i sportskih ekipa.

Hotel Kole se nalazi Konjevićima, 4 km od centra Čačka. Raspolaze sa 38 modernih smeštajnih jedinica, restoranom, poslovnim salonom i letnjom terasom. Pogodan je za smeštaj individualnih gostiju, organizovanih turističkih grupa i poslovnih ljudi.



### HOTEL BEOGRAD, PRIČA O ISTORIJI ČAČKA

Reprezentativni predstavnik UTP Morava je hotel Beograd\*\*\*\*, u centru Čačka, na gradskom šetalitu. Jedan je od najstarijih hotela u Srbiji, otvoren 1900. godine, danas pod ingerencijom Zavoda za zaštitu spomenika kulture. Kao jedinstveni primer secesije, eksterijer objekta odaje ekskluzivnost. Sobe su opremljene luksuznim nameštajem, a u skladu sa potrebama savremenog gosta. Hotel ima 35 luksuznih soba i apartmana, restoran, kafanu, kongresni centar, letnju terasu i letnju baštu iz koje se pogled prostire na arheološko nalazište Rimske terme iz IV veka. Hotel Beograd je idealan za boravak poslovnih ljudi, ali i individualnih gostiju i organizovanih turističkih grupa.



Poslednjih jedanaest godina za ovu kompaniju predstavlja period intenzivnih investicionih aktivnosti, ulaganja u renoviranje i saniranje objekata koji su modernizovani u skladu sa savremenim ugostiteljsko - turističkim trendovima, kao i podsticanje inovativnosti i ulaganja u edukaciju zaposlenih koji predstavljaju najvažniji resurs kompanije. Realizacijom zacrtanih ciljeva u navedenim segmentima, plasiranjem inovativnih ponuda domaćim i inostranim klijentima, uspeali su da održe lidersku poziciju na tržištu, pa su i jubilej kompanije – 70 godina trajanja i uspešnog rada UTP Morava - uvek na uzlaznoj liniji, dočekali spremni da nastave istim tempom, prateći viziju vlasnika.

Dobitnici su brojnih nagrada u oblasti ugostiteljstva, od kojih je najnovije jubilarno priznanje “Ambasadori dobre usluge”, koje je dodelila redakcija časopisa Turistički Svet i Privredna komora Srbije - za 70 godina trajanja, građenja sopstvenih standarda kvaliteta, čuvajući, pritom, autentičnost srpskog ugostiteljskog nasleđa i tradicionalne vrednosti.

# Ambasadori

## KVALITETA I ISTRAJNOSTI



Rast i razvoj časopisa Turistički Svet i kompanije Unionclean tekao je paralelno. Zajedno smo počinjali, zajedno smo se razvijali i može se reći da smo, i jedni i drugi, dostigli brilijantan nivo. Turistički Svet je postao ugledan magazin sa kvalitetnim sadržajem i luksuznim dizajnom, a Unionclean firma koja je u poslednjih šesnaest godina svojim toaletnim proizvodima opremila više od 14.000 objekata u zemlji i regionu – zapaža **Slađana Jovanović**, direktorka kompanije Unionclean za jugoistočnu Evropu, firme koja je verni partner časopisa Turistički Svet od prvog broja. To prijateljstvo potvrđeno je Zlatnom poveljom „Ambasadori dobre usluge“, koju je predsedniku Unionclean-a naša redakcija uručila kao nagradu za istrajnost u misiji građenja i čuvanja liderske pozicije u oblasti higijenske opreme vrhunskog kvaliteta i performansi – po svetskim standardima.

**G**otovo da nema ugostiteljskog objekta u zemlji i regionu koji drži do svog ugleda, a da ne poseduje bar neki proizvod ove kompanije, koja je deo renomiranog multinacionalnog koncerna Unionclean Europe – svetskog lidera u proizvodnji i distribuciji profesionalne higijenske opreme.

#### **MENJANJE SVESTI KOD SRPSKIH UGOSTITELJA**

- Pre osnivanja Unionclean-a u Beogradu, firma Koloseum inženjering bila je višegodišnji zastupnik ove multinacionalne kompanije na na-

šim prostorima. Naime, davne 1995. godine krenuli smo u rudarski poduhvat promene svesti kod naših ugostitelja, prvenstveno kod restoratera. U to vreme, toaleti u ugostiteljskim objektima bili su u izuzetno lošem stanju – sa slavina je tekla samo hladna voda, dok se na lavabou eventualno nalazio neki tanjirić, na kom je plutao sapun. Niste imali ni čime da obrišete ruke, a toalet papir je takođe bio misaona imenica. Bilo je to vreme krize, neizvesnosti, rata i sankcija. U takvoj situaciji,

imali smo težak zadatak – da promenimo svest i mentalni sklop vlasnika restorana da ulaganje u toaletni mobilijar nije nebitna i skupa investicija, nego najvažnija stavka jednog ugostiteljskog objekta. Jer, toalet je prva prostorija sa kojom se gost susreće u nekom restoranu, i on ovako razmišlja: kakav je toalet u restoranu, takva je i kuhinja – kazuje gospođa Jovanović, dodajući da su, i pored svih otežavajućih okolnosti u tom periodu, uspeali da naiđu na razumevanje pojedinih vlasnika i direktora koji su



bili spremni da ulažu u kvalitet i higijenu svog objekta.

- Pionirski smo menjali svest najpre kod pružalaca usluga, a onda znatno lakše i kod korisnika. Zanimljivo je da je naša referentna lista na kraju te 1995. godine brojala 76 klijenata, odnosno, 76 opremljenih objekata, koje smo mi doživljavali kao da ih je 760! Jer je na deset odlazaka na sastanke uspešan bio samo jedan – priseća se naša sagovornica, podsećajući da su među njihovim prvim klijentima iz ugostiteljskog sveta bili restoran „Pastuv“ na Hipodromu, hotel „Moskva“ i lanac „McDonalds“ restorana.

#### KONTINUIRAN RAST I RAZVOJ

- Narednih godina, naše poslovanje išlo je uzlaznom putanjom, a mi smo nastavljali da ozbiljno gradimo i utvrđujemo nove standarde u ugostiteljstvu. Veoma smo ponosni što je deo naše opreme ušao u program kategorizacije ugostiteljskih objekata. Bez naše opreme neki objekti, bili oni restorani ili hoteli, nisu mogli da dobiju čuvene zvezdice. Snažan iskorak pravimo od 2000. godine, kada je otpočeo proces privatizacije u zemlji. Zahvaljujući tome učvrstili smo svoje pozicije na tržištu i proširili spektar naših proizvoda. Bilo je pravo zadovoljstvo poslovati u tom periodu, jer su mnoge strane kompanije tražile upravo nas, s obzirom da je kvalitet Unionclean proizvoda odavno prepoznat u svetu. Sve strane banke ukazale su nam poverenje, a naročito Raiffeisen, sa kojom i danas imamo odličnu saradnju. Pomenula bih i Mercedes Benz Jugoslavija i OMV iz Austrije, čije smo sve pumpe, još od prvog dana do danas, kompletno opremili. Svih ovih godina uspevali smo da odgovorimo na sve veće zahteve odabranih stranih i domaćih kompanija i investitora, što je dovelo do naše pune afirmacije u zemlji i regionu, i izdvojilo nas od konkurencije – tvrdi direktorka kompanije Unionclean, koja u ovom trenutku zapošljava 18 ljudi, poseduje vlastite poslovne objekte, magacinski prostor i vozila, i u svom proizvodnom asortimanu ima više od 300 različitih artikala izrađenih po ISO standardima.

#### CILJ – PROIZVODNJA U SRBIJI

- Možda će vam čudno zvučati, ali mi u ponudi imamo čak 36 različitih modela dozatora za tečni sapun. Dozatori, ali i ostali proizvodi, razlikuju se po obliku, zapremini i materijalu od



Growth and development of the magazine Turistički Svet and the Unionclean Company proceeded in parallel. Together we started and developed over time, and we can say that we have both reached a brilliant level. Turistički Svet became an imposing magazine with quality content and luxurious design, and Unionclean a company that in the last sixteen years equipped with its toilet products more than 14,000 facilities in the country and the region – notes Slađana Jovanović, a director of Unionclean for South East Europe, the company that is faithful partner of the magazine Turistički Svet since the first issue. This friendship has been confirmed with the Golden Letter of Recognition "Ambassadors of Quality Service" given to the president of Unionclean by our editorial board as a reward for endurance in the mission of building and keeping the leading position in the field of sanitary equipment of superior quality and performance – by world standards.

kojeg su napravljeni (bilo da je u pitanju ABS plastika – bela ili hromirana, emailirani čelik – beli ili hromirani, ili inoks, koji može biti sjajni ili mat), kao i po načinu upotrebe – na manuelni ili senzorni pogon. Posebno smo ponosni što je kod 90% naših proizvoda zastupljen antivandal program. Vodili smo računa i o uštedi, pa svaki dozator za tečni sapun, dispenzer papirnih ubrusa ili dispenzer toalet rolne, ima ključ i bravicu, koji štite potrošni materijal od nesavesnih korisnika – otkriva gospođa Jovanović, dodajući da se savremeni distributivni centri kompanije "Unionclean" nalaze u Beogradu, Novom Sadu i Gornjem Milanovcu.

- Naši distributivni centri imaju najsavremeniji način primanja i otpremanja robe. Zahvaljujući elektronskom sistemu, koji se svake godine usavršava, naši klijenti se prilikom preuzimanja

robe sveukupno zadržavaju tri minuta – ističe Slađana, dodajući da u narednom periodu planiraju da u Srbiji konačno započnu i proizvodnju potrošnog papira.

- Proizvodnja će biti u Beogradu, na obodu grada, gde već završavamo izgradnju fabrike, u koju planiramo da uložimo više od 5 miliona evra. Fokusiraćemo se na jedan proizvod, a to su papirne rolne, različitih dužina i namena, koje bi se proizvodile isključivo od celuloze. U prvih godinu dana, taj potrošni papir biće namenjen samo krajnjim korisnicima u veleprodaji, dok ćemo kasnije najverovatnije imati i određena pakovanja za širu upotrebu, kako bismo i najmasovnijoj kategoriji kupaca omogućili da za isti iznos dobiju kvalitet – otkriva direktorka ove višestruko nagrađivane firme.

**Biljana Bosnić Ognjenović**

# Ljubav i posvećenost, formula uspeha

Autentičan hotel Hill, sa četiri zvezdice, smešten je u epicentru svih turističkih sadržaja u Jagodini, kao što su Aqua park, Muzej voštanih figura, Zoo vrt, uređeni park Đurđevo brdo i novootvoreni šoping park Vivo. Mudro koristeći atraktivnost destinacije, menadžment hotela, na čelu sa **Sašom Milojevićem**, uspeo je da od jednog klasičnog poslovnog hotela, dodatnim sadržajima i aranžmanima, za vrlo kratko vreme napravi i savršen porodičan hotel. O kvalitetu usluge najbolje govore brojna priznanja, među kojima je i nagrada „Guest review“ najvećeg online rezervacionog sistema Booking.com. Posetioci su svoj boravak u ovom hotelu ocenili visokom prosečnom ocenom 9.3 tokom 2015. godine. Za Turistički Svet generalni menadžer hotela Saša Milojević, otkriva tajnu njihovog vrtoglavog rasta.



- Hotel Hill otvoren je u julu 2012. godine i od tada radimo punom parom. Taj period, iz ove perspektive, deluje daleko duže, živopisnije i intenzivnije, zato što smo tokom 4 godine rasli i razvijali se na mnogim poljima. Neprekidno se prilagođavamo potrebama tržišta i trudimo da maksimalno iskoristimo naše potencijale. To nije nimalo lako, jer hotel je živi organizam. Ništa nije trajno, sve se menja, a u skladu sa tim

prilagođavaju se i hotelski režimi, procedure i hotelska politika. Ispitujemo puls gostiju, njihove želje, slušamo ih pažljivo i svaku primedbu ozbiljno razmatramo – kaže Saša Milojević, generalni menadžer hotela Hill.

#### LIDERSKA POZICIJA

U skladu sa razvojem opštine i sve većim brojem inostranih investitora, u domenu kongresnog turizma hotel Hill ima ozbiljnu klijen-

telu i polako postaje lider u ovom delu centralne Srbije.

- Naša kongesna sala ima 80 mesta u bioskopskoj postavci i potpuno je tehnički opremljena. Za veće konferencije i seminare prilagođavamo restoran salu sa 250 mesta, uz prateće sadržaje kao što su kafe pauze, zakuske, ručkovi, kokteli. Zbog velike potražnje, potrudili smo se da unapredimo i F&B sektor, što je dalo izuzetne



rezultate. Ove godine bili smo rasprodati od maja do novembra, jer sve događaje radimo na izuzetnom profesionalnom i vrlo visokom nivou – ističe generalni menadžer hotela Hill.

• *Uporedo sa unapređenjem Jagodine kao destinacije, i kvalitet i spektar ponude vašeg hotela raste. Da li to gosti primećuju i vrednuju?*

- Gosti koji su u tranzitu iz Zapadne Evrope ka mediteranskim zemljama, pre svega Grčkoj i Turskoj, iznenade se kada vide šta sve naš hotel i Jagodina mogu da pruže, pa redovno produže boravak na najmanje tri dana. Već imamo stalne goste iz Finske, Holandije, i Nemačke koji nas posećuju dva puta godišnje i raduju se dolasku u hotel kao u svoju drugu kuću. Menadžment hotela Hill radi na tome da približi gostima sve što destinacija nudi u okviru paket aranžmana od kojih su najpopularniji letnji „Hill aqua park“ paketi u trajanju od 3, 5 ili 7 dana na bazi polupansiona. Učestvujemo na mnogobrojnim turističkim sajmovima, a napravili smo i turističku mapu grada sa svim sadržajima koji mogu da se vide, pa i turističku mapu regiona. U sklopu boravka nudimo organizaciju obilaska lokalnih vinarija, ali i naših muzeja u pratnji kustosa.

#### **FLEKSIBILNOST – IMPERATIV OPSTANKA!**

• *Vaš hotel je jedan od primera kako se uz veliku fleksibilnost i miks različitih sadržaja postiže maksimum efekata. Da li je to upravo ono što zahteva savremeno poslovanje?*

- Upravo tako! Postoje, naravno, usko specijalizovani hoteli, ali to je u današnje vreme privilegija retkih. Svi znamo kakva je ekonomska situacija i fleksibilnost je imperativ opstanka. Mi smo privatni hotel koji funkcioniše i izdržava se od sopstvenih prihoda i moramo da budemo fleksibilni. Maksimalno koristimo sopstvene resurse i prilagođavamo ih potrebama tržišta. Od buduće potražnje zavisi koje ćemo usluge i aranžmane nuditi i u kojim domenima turizma ćemo se tek razvijati. Naravno, sve to u skladu sa našim režimima, procedurom i hotelskom politikom koja mora da se poštuje. Sve drugo prilagođavamo samom poslovanju, tržištu i zahtevima gostiju. Cilj jeste zaraditi, ali ne po svaku cenu i ne na štetu klijenata.

• *Kako se borite sa izazovima vremena i profesije?*

- Imao sam tu sreću da još u studentskim danima radim sa ljudima, u početku kao vodič za domaće i inostrano tržište, prodavac turističkih aranžmana, a kasnije i kao šef recepcije, F&B menadžer, zamenik direktora i na taj način prođem i kroz druge sektore i odeljenja i upoznam se sa njihovom radom i određenom vrstom targeta i normi. I danas uporedo sa poslom koji obavljam, radim na svom obrazovanju. Upravo sam odbranio master rad iz turizma i hotelijerstva. U ovim godinama znam da prepoznam prohteve klijenata, različite mentalne sklopove i taj način razmišljanja i rada



Hill Hotel  
★ ★ ★ ★ J A G O D I N A

Luksuz u srcu Srbije  
Dobrodošli



Hill Hotel Jagodina, Stevana Ivanovića 3  
tel. +381 35 252-202, fax. +381 35 252-902  
rezervacije: +381 35 81-001-81, +381 35 81-001-82  
email: office@hill-hotel.com  
[www.hill-hotel.com](http://www.hill-hotel.com)



## DUH ITALIJE U JAGODINI

Hotel Hill je koncipiran tako da vizuelno podseća na mediteranske objekte, na špansku Alhambru, a centralno dvorište hotela – Piazzetta urađeno je po ugledu na italijanske trgove sa kaldrmom i fontanom oko koje su garniture za sedenje. Ima 20 soba modernog enterijera i 4 ekskluzivna apartmana, a ono po čemu se Hill razlikuje od svih drugih je to što je svaka smeštajna jedinica posvećena nekom od velikana domaće ili strane kniževnosti. U skladu sa tim ukrašene su portretom i biografijom, a gostima su na raspolaganju za čitanje i knjige autora kojem je soba posvećena.

sam uspeo da prenesem i na zaposlene u hotelu. Uхватili smo se u koštac sa mnogim upitima i zahtevima gostiju koje bi možda neki odmah odbili. Nikada nismo rekli ne klijentu na prvu loptu. Uvek saslušamo šta klijent želi, a zatim se zajednički potrudimo da događaj prilagodimo uslovima hotela. I moram da priznam da smo svaki put napravili win-win kombinaciju, gde je bio zadovoljan klijent, ali i mi. Gosti to umeju da

prepoznaju i zato nam 99% događaja prođe odlično.

### • Imate li konkurenciju?

- Konkurencije ima, ali na nju gledam na najpozitivniji mogući način, jer nas tera da se više trudimo. Sa svakim novim dešavanjem nastojimo da budemo sve bolji. Takođe, pratimo kolege i tržište, ali ne zato da bismo dampingovali cene, već da bismo videli da li se nudi nešto novo i da li bismo to mogli da iskoristimo kao ideju sa našim potencijalima. Nemamo veliki broj zaposlenih, ali osnovu čini tim koji u hotelu radi od početka. Vole hotel i doživljavaju ga kao svoju drugu kuću, što se i vidi u njihovom radu. Gosti imaju običaj da

kažu da osećaju domaću atmosferu na svakom koraku, a ne isforsiranu i izveštačenu ljubavost koja je česta u uslužnim delatnostima i ume da iritira goste.

### KLJUČNO: POVERENJE VLASNIKA I

### SLOBODA U DONOŠENJU ODLUKA

• *Koliko u vašem slučaju odnos vlasnika prema vama kao menadžeru i vas prema timu doprinosi dobrim rezultatima?*

- Vlasnička struktura ima izuzetno poverenje u tim ljudi koji ovde radi. Mi smo to poverenje, nadam se, do sad već i opravdali našim zalaganjem. Odrešene ruke su najvažnija stvar. Moj savet svim vlasnicima hotela ili restorana je da imaju poverenje u ljude koji



Authentic four-star hotel Hill is located in the epicenter of the tourist attractions in Jagodina and has 20 rooms with modern interior and 4 luxury suites, and its specificity is that each accommodation unit is dedicated to some of the famous domestic or foreign writer. Wisely using the attractiveness of the destination, hotel management, led by Saša Milojević, managed to quickly transform one classic business hotel into a perfect family hotel by adding facilities and arrangements.

"To be successful hotelier that performs well in the first place is not just dedication or a university degree, as some may think, but also a love of work and the property. Then come the absolute dedication and willingness to recognize and realize the client's needs in every domain and business segment" - said Saša Milojević, general manager of the Hill hotel.







su zaposleni u njihovim objektima. Menadžer mora da ima ogromnu slobodu u svakodnevnom radu. Mi možemo da definišemo 1.000 situacija, danas će se pojaviti 1.001 nepoznata koja mora da se reši. Gostu je bitno da ima rešenje sad i odmah, i zato mora da postoji neko ko ima slobodu da odluči šta je sad i odmah moguće.

Ljude sa kojima radim tretiram s poštovanjem i cenim njihovo mišljenje. Čak i kad izdajem zadatke to radim u dogovoru sa njima, jer sam ubeđen da npr. ne mogu bolje da znam od domaćice šta može kojom brzinom da bude urađeno. Kada dajem konačnu informaciju klijentu, to je u dogovoru sa određenim šefom odeljenja. U dogovoru sa njima pravim planove rada, organizujem dešavanja, i tretiram ih kao sebi ravnne. Donekle gledamo jedni na druge kao na članove svoje proširene porodice.

• *Kakvi su vaši planovi za naredni period?*

- Planovi uvek postoje, ali ćemo ih realizovati u skladu sa trenutnim potrebama. Pored mogućeg proširenja smeštajnih kapaciteta, ako budu postojale tehničke mogućnosti, planiramo i dogradnju dečijeg igrališta, uko-

liko se nastavi trend dolazaka gostiju porodičnog tipa sa malom decom. S obzirom na to da su prohtevi sve veći, možda se desi da nam u plan uđe uređenje nekog većeg i ozbiljnijeg poligona za spoljne bankete i koktele, kao i organizaciju venčanja na otvorenom. U sklopu wellness i spa programa, na nivou lokalne samouprave, postoji plan izgradnje zatvorenih bazena koje ćemo odmah uvrstiti u ponudu.

• *Za kraj, vaša poruka mladima: koja je formula uspeha jednog hotelijera?*

- Da bi hotelijer bio uspešan i da bi dobro poslovaio, nije na prvom mestu posvećenost poslu ili završen fakultet, kao što mnogi misle, već ljubav prema poslu i prema objektu čiji ste lider. Potom, apsolutna posvećenost i spremnost da se prepoznaju i realizuju potreba klijenta u svakoj oblasti i svakom trenutku. Ovaj posao nije moguće raditi „na mišiće“. On mora da se zaista voli i da se to prenese na posao i na zaposlene. Tek onda može da se napreduje. Pošto ne postoji radno vreme, u stvari ono je fleksibilno, jer hotel radi 24h, sedam dana u nedelji, takav tempo je moguće izdržati samo uz bezuslovnu ljubav prema

## DODATNI SADRŽAJI HOTELA „HILL“

- Picerija hotela pruža mogućnost uživanja u pravim italijanskim picama sa autentičnim sastojcima, a sam enterijer približava duh Italije. Tokom letnjih meseci aktivna je velika bašta sa ugrađenim igralištem za decu sa pogledom na akva park.
- U sklopu hotela nalazi se čajdžinica (tea house) koja posluje u toku zime sa čajevima iz celog sveta premljenim po posebnim recepturama i biblioteka sa više od 500 naslova.
- Spa&Wellness centar hotela „Hill“ sadrži sobu za masažu, suhu finsku i infracrvenu saunu, tepidarijume i ostale tople klupe, đakuzi, relaks, tuš i pored svega toga i teretanu za goste koji vode računa o svom zdravlju i imaju naviku da vežbaju.

poslu i objektu u kojem radite. Mi u hotelu Hill radimo upravo tako, a to se po postignutim rezultatima – i vidi.

Ljiljana Rebronja  
Nevena Vučić



# Kako povećati BROJ REZERVACIJA preko HOTELSKOG SAJTA?

Da li i vi uočavate da sajt vašeg hotela generiše veliki broj posetilaca, ali ne donosi dovoljno rezervacija smeštajnih kapaciteta? Ovo je jedan od najvećih izazova sa kojim se mnogi hotelijeri suočavaju kada je u pitanju njihov uspeh u digitalnom marketingu. Identifikovanje potencijalnih uzroka neuspeha, kako bi se ljudi koji pretražuju pretvorili u one koji bukiraju smeštaj u vašem hotelu, prvi je korak u rešavanju ovog vrlo čestog problema.

Najočigledniji razlog zašto možete imati poteškoća u pretvaranju onlajn posetilaca u potencijalne goste je nemogućnost vašeg sajta da privuče relevantne korisnike. Ukoliko još uvek niste identifikovali vaše ciljno tržište, onda nemojte ni očekivati navalu ostvarenih rezervacija. Mnogi hotelijeri se prvenstveno fokusiraju na optimizaciju sajta za saobraćaj i zaborave da optimizuju sajt za bukiranje. Privlačenje velikog obima poseta na vašem sajtu je u suštini besmisleno, ukoliko se većina tih poseta ne pretvori u realne rezervacije hotelskih kapaciteta.

Zbog toga, prilikom izrade hotelskog sajta, imajte na umu istovremenu optimizaciju sajta za saobraćaj i za konverzije. Jer, kao što je poznato, hotelski sajt je najvažniji kanal prodaje i marketinga za povećanje direktnih bukiranja. Usmerite se na vašu ciljnu grupu i olakšajte joj bukiranje, prateći ovih pet jednostavnih koraka:

## 1. FOKUSIRAJTE SE NA UPOTREBLJIVOST SAJTA I KORISNIČKO ISKUSTVO

Kada se pomene upotrebljivost i korisničko iskustvo, verovatno ćete automatski pomisliti da je tu potrebna neka tehnička korekcija. Međutim, pre nego što se obratite IT stručnjaku ili programeru, treba znati da se ova dva termina odnose i na hotelski marketing. Unapređenje upotrebljivosti vašeg sajta zapravo treba da omogući posetiocima da se lakše snalaze na njemu, pojednostavljenjem procesa bukiranja i pružanjem konkretnih informacija. S druge strane, pružanje odličnog korisničkog iskustva fokusirano je na stvaranje







smislene veze sa onlajn posetioci- ma, kroz korišće- nje atraktivnih fo- tografija i sadržaja na sajtu. Kada olakšate korisni- cima da na vašem sajtu pronađu ono što žele i što im je potrebno, veće su šanse da će i bukirati hotel.

## 2. POTKREPITE VAŠE PREDNOSTI FOTOGRAFIJAMA I VIDEO SNIMCIMA

Najbolji mamac da zadržite posetioce na vašem sajtu su kvalitetne fotografije i video snimci. Korisnici ne moraju nužno da pročitaju ceo sadržaj na sajtu pre nego što se odluče na bukiranje. Oni će se na taj potez odlučiti ako im se dopadne ono što vide. Zato im dajte ono što žele da vide, ali kroz iskreno isticanje atributa vašeg hotela. Na primer, nemojte se predstavljati kao luksuzni hotel, kada je jasno da je reč o budžet hotelu. Umesto toga, prikažite svoj objekat u pravom obliku i prodajte ga po ceni koja mu odgovara. Zato angažujte profesionalnog fotografa, što će biti velika investicija u povećanje broja rezervacija.

## 3. OBEZBEDITE SADRŽAJ KOJI KOMUNICIRA SA VAŠOM PUBLIKOM

Efikasan način da izazovete emocije na sajtu vašeg hotela je tzv. "storytelling", odnosno, pripovedanje. Kada pružate sadržaj koji se direktno obraća ciljnoj grupi, vi kreirate povoljan utisak i emocionalnu vezu koja će korisnike inspirisati da bukiraju na vašem sajtu. Nema sumnje da će emocija uticati na kupovnu nameru.

Na primer, kada kupac kupuje opipljiv proizvod, on će biti pod uticajem marketinške poruke koja stoji iza proizvoda. Na sličan način, ljudi koji putuju će takođe biti pod uticajem marketinške poruke koju su pročitali na sajtu vašeg hotela. Na taj način, slike prikazane na sajtu dopunjavaju se ubedljivim sadržajem koji odražava kompletnu sliku pred potencijalnim gostima. Budite sigurni da svaka informacija koju delite na vašem sajtu pruža vrednost vašim potencijalnim gostima. Kada pružate zanimljiv sadržaj, vi im dajete još jedan razlog da pože- le da se direktno povežu sa vama.

## 4. DELITE KOMENTARE VAŠIH GOSTIJU U CILJU PROMOCIJE HOTELA

Moćan način da pridobijete veće poverenje posetilaca prilikom direktnog bukiranja, jeste deljenje sadržaja koji generišu vaši raniji gosti. Naravno, podrazumeva se da je reč o dobrim kritikama i ocenama korisnika. Verovali ili ne, vaši gosti su najuticajni promoteri. Zašto ne biste podelili to što oni imaju da kažu o vašem hotelu? Ukoliko imate sjajne ocene i komentare gostiju, zašto ih ne biste objavili na vašem sajtu? To daje dodatnu sigurnost gostima da rezervišu boravak u vašem hotelu.



Takođe, postavljanje komentara na vašem sajtu, sprečiće korisnike da preskaču hotelski sajt i odlaze na "review" sajtove, kao što su "TripAdvisor", "Expedia", "Booking.com" ili "Yelp". Osim toga, na sajtu istaknite polja sa Facebook i/ili Twitter stranicama vašeg hotela, tako da posetioci jasno mogu da vide dešavanja na vašim društvenim mrežama, kao i šta su bivši gosti rekli o vašem hotelu. Kada ljudi vide da se o vašem hotelu konstantno govori na društvenim mrežama, oni dobijaju veće poverenje u vas i želju da bukiraju dati hotel, naročito ako hotel dobija odlične kritike. Dakle, koristite sadržaje vaših gostiju, koji će biti pokretačka snaga ne samo u promociji

vašeg objekta, nego i u podsticanju direktnih rezervacija.

## 5. USPOSTAVITE LAK PUT DO REZERVACIJA

Na sajtu treba vidno da bude istaknuto dugme za rezervaciju smeštaja na kom će pisati "Rezerviši sada", i to na svakoj stranici. Potom je neophodno obezbediti jednostavan proces rezervacije, korak po korak. Zapamtite, što je više koraka do rezervacije, veće su šanse da će posetilac odustati od tog procesa. Putnici žele da jednostavno i lako rezervišu smeštaj, zato ukinite nepotrebna pitanja. Odaberite alatku za buking koja je

kompatibilna sa vašim sajtom i uskladena sa njegovim dizajnom.

Takođe, da biste učinili da korisnici bukiraju smeštaj odmah, kreirajte situaciju hitnosti, tako što ćete navesti koliko je soba na raspolaganju u datom momentu.

Važno je znati da nikada nije kasno da primenite ove savete i implementirate ih na svom sajtu. Nemojte dozvoliti da broj poseta sajtu bude osnova uspeha vašeg digitalnog marketinga, nego uspeh merite brojem rezervacija putem hotelskog sajta i gledajte šta sve treba da se poboljša, kako bi se povećao procenat konverzija. Koristite ove taktike kako biste pridobili što više direktnih rezervacija.

Privedila: B.B.O.

# FTHM - Snažna logistika turističkoj privredi Srbije

Otkrivajući kako se rađala i pre nepune dve decenije realizovala ideja o pokretanju privatnog fakulteta, a potom i univerziteta, koji je stasao u respektabilnu obrazovnu instituciju, u čijem sklopu već 14 godina uspešno radi Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment (FTHM), **prof. dr Milovan Stanišić**, redovni profesor Ekonomskog fakulteta u Beogradu i osnivač, predsednik i dugogodišnji rektor, a danas predsednik Univerziteta Singidunum, govori o važnosti adekvatne edukacije kadrova u hotelsko-turističkoj industriji.



**S**ve je počelo osamdesetih godina kada sam, nezadovoljan određenim studentskim programima na državnim fakultetima, gde je favorizovana faktografija, teorija bez prakse i učenje napamet, došao na ideju da otvorim privatni fakultet. S obzirom da sam odmah po završetku fakulteta, pre nego što ću postati asistent, a potom i profesor, bio rukovodilac nekoliko preduzeća, na bazi sopstvenog iskustva shvatio sam da neke stvari u obrazovnom sistemu treba menjati. Analizirao sam modele oko 40 univerziteta u najrazvijenijim zemljama sveta i došao do zaključka da treba krenuti iznova. U tadašnjim uslovima bilo je nemoguće promenama na državnim fakultetima dovesti do poželjnog stanja, a i da je bilo moguće, taj proces bi trajao predugo i prevazišao bi moj radni vek. Prvu aplikaciju za osnivanje privatnog fakulteta uputio sam 90-ih godina prošlog veka i bio odbijen, jer nisam bio politički aktivan, nisam pripadao establišmentu.

Zahvaljujući upornosti, 1999. dobio sam prvu dozvolu za pokretanje fakulteta koji se zvao Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, i tada je sve krenulo.

#### TEORIJA UZ NEIZOSTAVNU PRAKSU

Godine 2002. profesor Slobodan Unković i ja pokrenuli smo formiranje Fakulteta za turistički i hotelijerski menadžment. Činjenica je da je na Ekonomskom fakultetu postojao smer za turizam, ali sa vrlo malo stručnih predmeta. Mi smo napravili savremen studijski program sa, u početku, dve izborne opcije – jedna je Hotelijerstvo, a druga Turistički menadžment, da bismo kasnije ubacili i Gastronomiju, i nju odskora preimenovali u Ekonomiju hrane. Ovih 14 godina se radilo mnogo, brzo smo rasli, a 2005. godine došlo je do integracije tada postojeća tri fakulteta u Univerzitet Singidunum, koji je danas vodeći privatni univerzitet u Srbiji po mnogo

čemu, a pre svega po kvalitetu i izuzetno dobrim uslovima za studiranje: imamo svoj prostor za sve studijske programe (osim u Nišu, gde iznajmljujemo prostor), izuzetnu opremu za obavljanje nastave i savremene udžbenike – najveći deo štampamo mi, a kupujemo i strane udžbenike od najboljih izdavača. Ono što je bitno je da su svi naši studijski programi prožeti teorijom, ali i praksom, koja u slučaju Fakulteta za turistički i hotelijerski menadžment podrazumeva odlazak studenata u hotele, turističke agencije i ostale relevantne ustanove. Nadalje, uveli smo poslovne i personalne veštine, da od mladih ljudi napravimo ličnosti koje će naučiti da misle i da zaključuju, jer oni treba da preuzmu ulogu menadžera i lidera u firmama u kojima budu radili.

Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment stekao je reputaciju uspešnog fakulteta, koji





Discovering how was born and less than two decades ago realized the idea of starting a private college, and then the University, which has grown into a respected educational institution, within which successfully exists for 14 years the Faculty of Tourism and Hospitality Management (FTHM), PhD Milovan Stanišić, professor of the Faculty of Economics in Belgrade and founder, chairman and long-time rector of the University Singidunum, talks about the importance of adequate education of staff in the hotel and tourism industry. The reason for the interview was the Golden Letter of Recognition "Ambassador of Quality Service", which was given to Professor Stanišić for the long-standing personal and professional support to the education of elite tourism and hotel staff.



generiše kadrove koji se lako zapošljavaju i doprinose kvalitetu rada organizacija i hotela, a mnogi naši studenti našli su zaposlenje i u inostranstvu – u Ujedinjenim Arapskim Emiratom, Grčkoj, Americi... Naime, oko 4/5 studenata sa Fakulteta za turistički i hotelski menadžment zapošljava se u Srbiji, a ostatak u inostranstvu.

#### MEĐUNARODNA SARADNJA I POSTDIPLOMSKE STUDIJE

Ostvarili smo i intenzivnu međunarodnu saradnju sa više od 40 univerziteta, razmenjujući kadrove i studente, na dobrobit svih učesnika u tom procesu. Sprovodili smo i zajedničke studijske programe sa IMC Krems iz Austrije. Uspešna petogodišnja saradnja sa

#### BROJNA PRIZNANJA ZA KVALITET

Da je kvalitet studijskih programa Univerziteta Singidunum odavno prepoznat, svedoče brojna priznanja koja su uručena predsedniku i rektoru ovog univerziteta.

- Zahvalan sam svima koji su mi dodelili priznanja. Mada, iskreno, nisam neki ljubitelj priznanja, jer ona govore o tome da ste prešli značajan deo puta i da više niste tako mladi. Ja želim i dalje da stvaram, jer ima još toliko toga da se uradi. Voleo bih da je ta priznanja dobio i neko drugi, jer je konkurencija poželjna u svemu što radite. No, mi sad praktično nemamo pravu konkurenciju među privatnim fakultetima. Razlika u kvalitetu je značajna u našu korist, o čemu svedoči rastuća reputacija Univerziteta Singidunum i svih naših studijskih programa – ističe profesor Stanišić, kome je Turistički Svet, na svečanosti 14. decembra u hotelu "Crowne Plaza Beograd", uručio Zlatnu povelju "Ambasador dobre usluge" za dugogodišnju ličnu i profesionalnu podršku u obrazovanju elitnih turističkih i hotelskih kadrova, budućih lidera, na Fakultetu za turistički i hotelski menadžment Univerziteta Singidunum.







ovim univerzitetom se sad završava, trenutno izvodimo treću – poslednju generaciju, i to iskustvo, ne samo u saradnji sa Krensom, nego i sa američkim Linkoln Univerzitetom i mnogim drugim, dovelo je do toga da smo osposobljeni za izvođenje celokupne nastave i na srpskom, i na engleskom jeziku.

Osim osnovnih studija, na Fakultetu za turistički i hotelijerski menadžment moguće je pohađati i postdiplomske studije. Svako ko inklinira toj oblasti, i ispunjava neophodne uslove, može se upisati na ove studije. Izbor teme i predmeta istraživanja je stvar dogovora između kandidata i komisije, i praktično je neograničen. Iz oblasti turizma i hotelijerstva moguće je proizvoditi mnogo interesantnih istraživanja, i u svakom slučaju, nama je bitno da smo prepoznati kao obrazovna institucija koja je bila vrlo odgovorna u izboru onih koji će doktorirati. Nismo preterali u njihovom broju, tu smo bili štedljivi. Vodili smo računa o kvalitetu, da neko ko odavde izađe kao doktor nauka, može da služi kao primer drugima. Nismo imali afera sa plagijatima, niti drugih problema, jer smo vodili računa o svemu. Tako ćemo raditi i u buduću, mislim da je to najbolji put.

#### **PODRŠKA TURISTIČKOJ PRIVREDI**

Dalja politika našeg delovanja odnosiće se na pomoć turističkoj privredi da se bolje predstavi

okruženju, da naši kadrovi učestvuju u kreiranju odgovarajućih strategija i politika razvoja turizma i turističkih destinacija, jer Srbija je zemlja koja ima fantastičnu prirodu, resurse, mnogo mogućnosti za razvoj banjskog i drugih oblika turizma – etno, verskog, itd. Treba na tome raditi, jer mislim da su tu velike mogućnosti za stvaranje novih vrednosti, a to je najbolje uraditi sa edukovanim kadrovima koji znaju jezike i informatiku, poznaju teoriju i praksu, imaju određene veštine i opredeljeni su da rade za svoju dobrobit, ali i dobrobit svoje ustanove. Mislim da smo tu postigli velike rezultate i mogu da budem zadovoljan, zajedno sa profesorom Unkovićem i drugim profesorima koji učestvuju u radu Fakulteta za turistički i hotelijerski menadžment, jer smo stvorili jedan respektibilan fakultet, koji je prihvatljiv ne samo u regionu, nego i šire. Prisutan je na mnogim međunarodnim konferencijama i projektima. Pritom, više od 5.000 studenata je do sada diplomiralo na FTTHM i našlo zaposlenje. To je značajan doprinos menjanju kadrova u ovoj oblasti i stvaranju jedne mnogo bolje osnove za razvoj turizma u našoj zemlji i okruženju.

Kao društveno-odgovorna institucija, želimo da doprinesemo da se svi poslovi u oblasti ugostiteljstva i turizma obavljaju kvalitetnije. Pa

tako pokušavamo i da prepoznamo najbolje primere iz prakse – ustanove i pojedince koji u ovoj delatnosti ostvaruju najveće rezultate. S tim ciljem, Univerzitet Singidunum organizuje i SITCON konferenciju na kojoj su ove godine dodeljena priznanja najboljima u ugostiteljsko-turističkoj industriji Beograda. Stručni žiri je posle sprovedene analize predložio da nagradimo određeni broj istaknutih turističkih poslenika koji su svakako zaslužili da budu primer drugima kako treba raditi.

#### **BUDUĆNOST ZASNOVANA NA KVALITETU**

Što se tiče budućnosti Fakulteta za turistički i hotelijerski menadžment i generalno Univerziteta Singidunum, mi imamo jasne planove za narednih 12 godina. Sve dugoročno osmišljavamo i radimo, zahvaljujući čemu smo spremni za buduće izazove. Evidentno je da će za to vreme neki privatni fakulteti morati da pretrpe značajne promene, a neki će i nestati. Mi smo dovoljno veliki i kvalitetni, i mislim da imamo izvesnu budućnost, jer je najsigurnija budućnost zasnovana na kvalitetu. Ako imate zadovoljne poslovne partnere – studente i njihove roditelje, ako imate zadovoljne profesore i radnike, vi ste onda definitivni pobednik u jednom dužem periodu.

**Biljana Bosnić Ognjenović**



# TURIZAM u Srbiji ima budućnost

Cenjeni ekspert za turizam, profesor emeritus na Singidunum Univerzitetu i ugledni profesor tri svetska univerziteta – **prof. dr Slobodan Unković**, govori o pozitivnim rezultatima u međunarodnom i domaćem turizmu koji se mogu očekivati u 2016. godini, kao i o novoj Strategiji razvoja turizma Srbije u čijem kreiranju je i sam učestvovao, kao zamenik predsednika Nacionalnog saveta za turizam.

**U** 2015. godini, u međunarodnom prometu učestvovalo je bilion i 160 milijardi turista, a devizni priliv od turizma iznosio je bilion i 260 milijardi američkih dolara. Te godine u svetu je bilo 52 miliona više turista u odnosu na prethodnu godinu. Na osnovu dosadašnjih rezultata, mi slobodno možemo da očekujemo i izuzetno dobre rezultate u 2016. godini, sa 47 miliona novih učesnika u međunarodnom turi-



zmu, što je rast od 4% u odnosu na prethodnu godinu. To su pokazatelji da je tačna projekcija globalnog razvoja turizma od strane Svetske turističke organizacije (UNWTO), da će u periodu od 2010. do 2030. godine broj učesnika u međunarodnom turizmu godišnje prosečno rasti oko 3,3%. Sve što se događalo od 2010. do 2016. sasvim potvrđuje to predviđanje: svetski turizam je u stalnoj ekspanziji, a Evropa i dalje dominira. Ona je i u 2015. godini učestvovala sa 51,2% u broju turista, i oko 35,7% u raspodeli prihoda od turizma. U tim okvirima, posebno značajnu ulogu ima i tzv. mediteranska Evropa, u koju se statistički ubraja i Srbija.

#### SVE VIŠE DOMAĆIH I INOSTRANIH GOSTIJU


U Srbiji su u poslednje dve godine ostvareni izuzetni rezultati u turizmu. Posle dugog niza godina, u 2015. je po prvi put zabeležen rast domaćeg turističkog prometa, i to zahvaljujući podsticajnim merama od strane države u vidu vaučera, ali i promocijnim aktivnostima Turističke organizacije Srbije i razumnoj politici koju su vodila hotelska preduzeća. Zahvaljujući tome, prošle godine zabeležen je impozantan rast domaćih gostiju – između 12 i 15 odsto (istina, na osnovici koja nije toliko impresivna), dok inostrani turistički promet raste već nekoliko godina.

U 2016. se očekuje rast inostranog turističkog prometa između 12 i 15%, a domaćeg od 10-12%. Devizni prihod od turizma u 2015. godini iznosio

## UKIDANJE VIZA SA KINOM – VELIKA ŠANSA

Kada je reč o inostranim turistima, veoma smo ambiciozni. Postojeća tržišta su nam vrlo važna – to su uglavnom zemlje iz okruženja, ali treba razvijati i tržišta ostalih zemalja – Nemačke, Velike Britanije, Francuske, Turske, Rusije, Bliskog i Dalekog istoka, SAD, Kanade, i naročito Kine, koja je najvažnija emitivna zemlja sveta: Kinezi su u 2016. godini utrošili oko 320 milijardi dolara na putovanja u inostranstvo! Mi imamo vrlo malo turista iz Kine i zato treba iskoristiti ukidanje viza sa ovom zemljom i otvaranje direktne linije Beograd-Peking koja je najavljena za 2017. godinu, što bi doprinelo ne samo razvoju turizma Srbije, već i regiona. Trebalo bi raditi na zajedničkim programima sa zemljama iz okruženja, tako što ćemo razmisliti koje proizvode i destinacije možemo da ponudimo kineskim turistima, razmotriti uslove cenovne konkurentnosti, osmisliti promociju i kanale prodaje, i povezati se sa velikim kineskim turoperatorima – tvrdi prof. dr Slobodan Unković.



 Honorable tourism expert, professor emeritus at the Singidunum University and a distinguished professor of three universities worldwide - PhD Slobodan Unković, talks about expected positive results in international and domestic tourism in 2016, as well as the new Tourism Development Strategy of Serbia in whose creation he participated as the Vice President of the National Council for Tourism.

je 1,48 milijardi dolara, dok se u 2016. može očekivati realni rast deviznog prihoda od 10-15%, što je novih 110 miliona dolara. Trenutno je udeo turizma u BDP-u Srbije oko 4-5%. Međutim, doprinos turizma je znatno veći, ako bi se pratila i domaća turistička potrošnja i ako bi se obuhvatile ostale delatnosti koje direktno učestvuju u pružanju usluga i zavise od razvoja turizma, kao što su saobraćaj, trgovina, građevinarstvo, poljoprivreda, kongresne i sportske aktivnosti, itd.

### STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA SRBIJE

Upravo na ovakvom sveobuhvatnom poimanju turizma i njegovog značaja, koncipirana je nova Strategija razvoja turizma Srbije za period od 2016. do 2025. godine, koju je nedavno usvojila Vlada Republike Srbije, a na čijoj izradi je radio Nacionalni savet za turizam, sastavljen od domaćih eksperata.

Strategijom su kao prioritetni turistički proizvodi Srbije izdvojeni: MICE i poslovna putovanja, planine i jezera, kratki gradski odmori (*city*

*break*), zdravstveni turizam, kružna putovanja, nautički turizam, događaji, specijalna interesovanja, ruralni i tranzitni turizam.

Definisano je i 18 ključnih turističkih destinacija u Srbiji: 1. Beograd, 2. Novi Sad, Fruška gora i Sremski Karlovci, 3. Subotica, Palić i Potisje, 4. Turistička regija zapadne Srbije, 5. Kopaonik, 6. Kragujevac i Pomoravlje, 7. Vrnjačka Banja, 8. Sokobanja, 9. Podunavlje – Gornje, Srednje, Beograd-Nov i Donje Podunavlje, 10. Aranđelovac i Topola, 11. Golija, Novi Pazar i Ivanjica, 12. Divčibare i Valjevo, 13. Niš i Niška Banja, 14. Vlasina, Vranje i Vranjska banja, 15. Stig i Kućevske planine, 16. Banat i Vršac, 17. Stara planina i 18. Podrinje. Neke od ovih destinacija su već uveliko na tržištu, dok ostale treba razvijati dodatnim ulaganjima i podsticajnim merama. Za sada je bitno da se adekvatno upravlja celinom Srbije kao turističke destinacije, u čemu posebnu ulogu imaju Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija i Turistička organizacija Srbije. Oni treba da budu kreatori afirmacije Srbije kao turističke destinacije, koji

će koordinirati sa regionalnim turističkim organizacijama. Pritom, ne treba zanemariti ni ulogu koju imaju HORES, YUTA, PKS i druge relevantne institucije. Potrebno je da se izradi adekvatan marketing plan i da se sprovedi komplementarna politika na nivou republike i na lokalnu – i po pitanju poreske politike, zemljišne politike, itd. U svemu tome, imperativ treba da bude održivi razvoj.

### PROGNOZE ZA 2020. I 2025.

U novoj Strategiji razvoja turizma Srbije predviđa se da će broj noćenja u zemlji od zabeleženih 6,1 miliona u 2015. porasti na 9,6 miliona u 2020. a do 2025. na 14,8 miliona. Očekuje se da će učešće inostranih turista u ukupnom broju noćenja u Srbiji u 2020. iznositi 45 odsto, a 2025. godine 55%.

Uz pretpostavku da se obezbedi adekvatno investiranje, mi smo u Strategiji predvideli i 5.000 novih ležaja u hotelskom smeštaju do 2020. a u periodu od 2020-2025. negde oko 3.000, što je ukupno 8.000 novih hotelskih ležaja.

Strategija, takođe, predviđa da će devizni prihod Srbije od turizma u 2020. godini iznositi oko 2,5 milijardi američkih dolara, a u 2025. čak 5 milijardi. Shodno tome, tokom narednih devet godina očekuje se i rast učešća turizma u bruto



domaćem proizvodu (BDP), koje bi, uključujući sve delatnosti povezane sa turizmom, moglo da bude 9,61% u 2020. i 12,5% u 2025. godini.

Ove prognoze ukazuju da je turizam izuzetno progresivna grana, koja će zasigurno imati sve veći značaj za ukupni ekonomski razvoj naše zemlje.

**Biljana Bosnić Ognjenović**



# U fokusu: UPRAVLJANJE PRIHODIMA

Do sada najveći broj učesnika – više od 150 hotelijera iz oko 60 hotela i predstavnika hotelske i turističke privrede, uglednih gostiju iz Velike Britanije, Švajcarske, Hrvatske, panelista iz elitnih hotelskih lanaca iz zemlje i inostranstva – okupilo se na XIII forumu hotelijera sa međunarodnim učešćem, koji je uspešno održan 1. novembra 2016. godine u Privrednoj komori Srbije u Beogradu, u organizaciji redakcije časopisa "Turistički Svet" i Udruženja za turizam PKS, a pod pokroviteljstvom Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija.

## "REVENUE" MENADŽER - "OPASAN ŠTREBER"?!

Razlog za neuobičajeno veliko interesovanje učesnika Foruma, svakako su bili ugledni panelisti, ali i atraktivni paneli na kojima se govorilo o uticaju unapređenja kvaliteta destinacije na kvalitet hotelske ponude – i obrnuto, edukaciji kadrova po meri savremenog hotelijerstva, ali i o neophodnosti "revenue" menadžmenta u modernom hotelijerstvu.

Kako je u svom uvodnom obraćanju istakla urednica časopisa "Turistički Svet" i organizator ovog događaja, **Ljiljana Rebronja**, po prvi put u istoriji Foruma došlo se do ključne teme –

upravljanja prihodima. Po rečima **Neli Jaćimović**, *revenue* menadžera beogradskog hotela „Hyatt Regency“ i vođe ovog panela, reč je o najkompleksnijoj profesionalnoj veštini čiji je krajnji cilj maksimiziranje prihoda hotela.

Učesnici Foruma bili su u prilici da saznaju da je "revenue" menadžer "opasan štreber" koji istovremeno upravlja politikom cena, inventarom i distributivnim kanalima, konstantno prateći kretanja na tržištu i konkurenciju, prilagođavajući taktike i izbegavajući greške. A sve to sa ciljem da hotel ostvari veći prihod, a da se pritom iz fokusa ne izgubi gost.

**Ivana Nešković**, predstavnica londonskog STR Global-a, istakla je da je jedan od neophodnih „alata“ dobrog *revenue* menadžera stalno praćenje performansi hotela, ali i konkurencije, i okruženja, sastavljanjem STAR Report-a na dnevnoj, mesečnoj itd. bazi kao osnove za planiranje cena, zauzeća, prihoda, profita... Ona je takođe naglasila da podaci pokazuju da Srbija, nažalost, ima mali procenat zauzetosti hotelskih soba. Za Beograd, to je svega 52%, što je alarmantan podatak, s obzirom da se gradnjom novih hotela i dolaskom velikih hotelskih brendova konkurencija povećava, a to neminovno utiče i na smanjenje cena.





**HOTELSKE INVESTICIJE U REGIONU**

Ove godine, Forum hotelijera nosio je oznaku "sa međunarodnim učešćem", zahvaljujući gostima sa švajcarskog Instituta Glion, dubrovačkog Ročester instituta, hrvatske "Valamar Grupe", svetski poznate londonske kompanije za benčmarking - STR Global, i mnogih drugih, poput **Marine Franolić**, organizatorke "Adria Hotel Foruma", koja je iznela najnovije podatke o hotelskim investicijama u regionu, s osvrtom na Srbiju i okruženje.

- Vrednost tržišta hotelskih transakcija u Evropi iznosi 81,8 biliona evra, od čega 73% odlazi na pet glavnih tržišta - Veliku Britaniju, Francusku, Španiju, Nemačku i Italiju, dok je samo 0,8 odsto ukupnih hotelskih transakcija u regiji Balkana! Takođe, vrednost hotelskih soba po ključu još uvek je u našem regionu niža u odnosu na ostale evropske regije, zbog čega je neophodno podići prepoznatljivost regiona na viši nivo - istakla je Franolić, dodavši da se situacija blago menja od 2013. godine, od kada interesovanje investitora za region raste.

Ona je sa zadovoljstvom predstavila hotelijerima studente beogradskog Ekonomskog fakulteta, ovogodišnje pobednike međunarodnog studentskog takmičenja ASIC u sklopu zagrebačkog Adria Hotel Foruma, koji su predstavili svoj pobednički projekat - aplikaciju "Children Inclusion Hotel APP" koja bi trebalo da omogući roditeljima dece sa posebnim potrebama da lakše i kvalitetnije rezervišu smeštaj i osmisle aktivnosti tokom turističkog boravka u hotelima.

**RAZVOJ DESTINACIJE I EDUKACIJA**

Da hoteli i atraktivne manifestacije mogu i te kako da utiču na kvalitet određene destinacije, potvrdili su i učesnici prvog panela, pod vođstvom **Jelene Đaković**, na kom je, između ostalog, PR i marketing menadžer "A Hotela" **Vesna Vlatković** navela pozitivan primer hotela "Izvor" u Arandelovcu, koji je samo u prvoj godini svog poslovanja povećao broj turista u Arandelovcu za neverovatnih 549 odsto! U svakom slučaju, istakao je **Dejan Veselinov**, uvodničar u ovu temu, na razvoj turističke destinacije zajednički utiču zajednički stejkholderi, jer je to isključivo u njihovom interesu.





So far, the largest number of participants - more than 150 hoteliers from around 60 hotels and representatives of the hotel and tourism industry, distinguished guests from Great Britain, Switzerland, Croatia, panelists from the elite hotel chains in the country and abroad - gathered at the XIII Forum of Hoteliers with international participation, which was successfully held on 1 November 2016, at the Serbian Chamber of Commerce in Belgrade, organized by the editorial board of the magazine "Turistički Svet" and the Association for Tourism SCC, and under the patronage of the Ministry of trade, tourism and telecommunications. The reason for the unusually large interest of the Forum participants were certainly prominent panelists, but also attractive panels where they discussed about the impact of destinations quality improvement on the quality of hotel offer – and vice versa, personnel training customized to contemporary tourism, but also about the necessity of revenue management in the modern hotel industry.

Hotelijeri su imali priliku da saznaju više o najvećem viteškom festivalu u regionu - manifestaciji "Just Out", koja se organizuje u Despotovcu, u ataru manastira Manasija, s idejom da doprinese originalnom obeležavanju 600 godina od smrti despota Stefana Lazarevića 2018. godine. Bio je to eklatantan primer manifestacije koja je svojim gabaritima prerasla destinaciju, suočivši se posle samo dve godine sa žalosnom istinom da infrastruktura na destinaciji ne podržava gabarite manifestacije, pre svega kada su u pitanju smeštajni kapaciteti.

Ugledni panelisti, na čelu sa **prof. dr Ljiljanom Kosar**, vođom trećeg panela, istakli su neophodnost stalne edukacije i stručnog usavršavanja hotelijera kroz redovne obuke, s obzirom da se tehnologije i potrebe tržišta stalno menjaju. Istakli su da u hotelima neretko postoji problem sa zaposlenima koji ne govore jezike, ne poznaju rad na računaru niti to žele da nauče. Zbog toga, zaključeno je na ovom panelu, treba posebnu pažnju posvetiti i motivaciji zaposlenih. Istaknuto je da ne treba zanemariti ni

obuku zaposlenih u hotelskim wellness centrima, kao ni edukaciju korisnika wellness usluga. Posebno je istaknuta potreba ozbiljnijeg bavljenja milenijumskom generacijom.

#### GALA VEĆE HOTELIJERA

Da podsetimo, Forum hotelijera je jedan od najvećih i najstarijih godišnjih skupova hotelijera i predstavnika turističke industrije, koji okuplja ugledne profesore i konsultante, hotelijere, vrsne profesionalce iz različitih hotelskih sektora, studente hotelijerskih fakulteta, kao i predstavnike pratećih industrija.

Od 2006. godine, u sklopu Foruma hotelijera dodeljuju se i najviša priznanja u hotelskoj industriji "Ambasadori dobre usluge". Ove godine, jubilara, deseta po redu dodela priznanja "Ambasadori dobre usluge" održana je na Gala večeri hotelijera - 14. decembra u hotelu "Crowne Plaza" u Beogradu.

Foto: *Siniša Živković*



СПЕЦИЈАЛНА БОЛНИЦА  
ЗА РЕХАБИЛИТАЦИЈУ  
БАЊА КОВИЉАЧА  
SPECIALIZED HOSPITAL  
FOR REHABILITATION  
BANJA KOVILJACA



ЛЕЧИЛИШТЕ СА ТРАДИЦИЈОМ  
HEALTH RESORT WITH TRADITION  
www.banjakoviljaca.rs

# Paralelno jačanje i „HARDVERA“ I „SOFTVERA“

U svojoj istoriji dužoj od 40 godina, Visoka hotelijerska škola doživela je nekoliko transformacija. Sve je počelo 1974. godine kada je u Beogradu osnovana prva Viša škola za obrazovanje ugostiteljskih radnika, koja je već 1976. godine prerasla, po ondašnjem sistemu obrazovanja, u Višu ugostiteljsku školu, da bi 1992. promenila naziv u Viša hotelijerska škola, a 2002. konačno postala Visoka hotelijerska škola strukovnih studija. Sve do 2002.

modula: hotelijerstvo, restoraterstvo i gastronomija. Ovaj studijski program specijalističkih studija je jedinstven, traje godinu dana i nosi 60 bodova, a po završetku studija, dobija se zvanje strukovni *menadžer specijalista za hotelijerstvo ili restoraterstvo, odnosno gastronomiju*. Činjenica da škola sada ima dva nivoa studija – osnovne i specijalističke strukovne studije, na kojima se može ostvariti 240 bodova tokom četiri godine, predstavlja značajno



Foto: Rozana Sazdić

godine ova škola ima dvogodišnje studije na smerovima Hotelijerstvo, Restoraterstvo, Poslastičarstvo sa pekarstvom i Gastronomija, a od 2002. godine uvode se trogodišnje primenjene studije višeg obrazovanja.

Kako ističe **prof. dr Slavoljub Vičić**, direktor Visoke hotelijerske škole strukovnih studija, 1997. škola je dobila prvu akreditaciju za tri programa: Hotelijerstvo, Restoraterstvo i Gastronomija, kao i dozvolu za rad ustanove, koja je 2012. obnovljena, a već 2014. uvedene su specijalističke studije i dobijena akreditacija za Menadžment u ugostiteljstvu, zasnovan na tri

kvalitativno unapređenje procesa obrazovanja studenata, kojih je svake godine sve više. Na ovoj, inače veoma visoko rangiranoj školi na listi učeničkih preferencija, trenutno studira oko 1.500 aktivnih studenata, a od osnivanja do danas, prema nezvaničnim podacima odškolovalo je oko 15.000 vrsnih ugostitelja!

## UMREŽAVANJE TEORIJE I PRAKSE NA MEĐUNARODNOM NIVOU

Ono čime se Visoka hotelijerska škola ponosi je specifičan sistem praktične nastave – 1.640 sati tokom tri godine, kao deo ukupnog nastavnog procesa, koja se realizuje u malim grupama u

renomiranim hotelima i restoranima u Beogradu i širom Srbije, ali i u 17 zemalja Evrope, SAD-a, a po prvi put, zahvaljujući jednom bivšem studentu, i u Kini, u kojoj je sada već druga generacija studenata. Praksu su obavljali i u Albaniji, u Draču i bili vrlo zadovoljni, a jedna studentkinja se tamo i zaposlila. Mnogi se vraćaju u Ameriku, odlaze na kruzere gde imaju fantastične pozicije i vrlo su zadovoljni

Upravo taj dobar spoj teorije i prakse, koji predstavlja osnovu programskog koncepta Visoke hotelijerske škole, omogućava studentima da se po završetku studija brzo uključe u procese rada u ugostiteljskim objektima na svim pozicijama. Znanje koje studenti stiču tokom školovanja i Iskustvo u hotelima i restoranima različitih kategorija, tipova, organizacije, na različitim lokacijama, u različitim kulturama... omogućava studentima međunarodnu mobilnost i brzo zapošljavanje.

- Tim pre što su - s ponosom ističe direktor Vičić - i studenti i njihovi poslodavci vrlo zadovoljni međusobnom saradnjom, a gosti još zadovoljniji. Nema veće sreće za profesore i veće satisfakcije za školu od mnoštva pohvala koje stižu čak i od gostiju iz inostranstva. Jedno takvo pismo stiglo je iz Kanade od gospodina John-a Thomas-a, koji je letos bio poslovno u Kini i odseo u Interkontinentalu u Pekingu, gde je jedan od naših studenata bio na praksi. Koliko





mnoge domaće i strane stručnjake iz ugostiteljske industrije. Rukovodilac RIC-a **prof. dr Đorđe Čomić** ističe da je u planu nekoliko atraktivnih projekata u koje će biti uključeni i studenti, a jedan od najvećih koji već godinama razvija ovaj centar je međunarodni kongres HOTELPLAN. Ove godine, HOTELPLAN je, pod nazivom “Ugostiteljstvo i turizam – interdisciplinarni pristup”, organizovan po šesti put u partnerstvu sa Starim poljskim univerzitetom u Kelceu (Poljska) i Fakultetom za menadžment Univerziteta u Prešovu (Slovačka), uz brojne učesnike i goste iz privrede. Učesnici Kongresa došli su iz 12 zemalja i to ne samo Evrope, već i iz Južne Koreje i sa Tajlanda, što govori da je HOTELPLAN ove godine, zahvaljujući očiglednom kvalitetu prethodnih kongresa, prevazišao regionalne okvire.

Svaki HOTELPLAN prati i obiman Zbornik radova. Ove godine pozitivno je recenzirano i

prihvaćeno čak 59 radova, od toga 30 na engleskom i 29 na srpskom jeziku, najviše iz oblasti hotelijerstva, gastronomije i ishrane, restoraterstva, kao i jezika i komunikacije, što je pravo bogatstvo i predstavlja značajan doprinos razvoju naučne misli u ovim oblastima.

#### NOVA, PROSTRANIJA I NAPREDNIJA ŠKOLA

Kongres je na veliko zadovoljstvo menadžmenta Visoke hotelijerske škole i gostiju, po prvi održan u novom amfiteatru, posle upravo završene detaljne rekonstrukcije, dogradnje i nadgradnje, ukupno 2.900 kv, čime je dobijeno duplo više prostora za kabinete – čak tri potpuno opremljena kabineta za strane jezike, učionice, kancelarije, ali i biblioteku, čitaonicu, kabinet za informatiku i jednu modernu kuhinju, za koju je zaslužna asocijacija *La Fondation pour la formation hoteliere* iz Ženeve. Gosti kongresa bili su u prilici i da prvi degustiraju hranu pripremljenu u novoj kuhinji, za čiji su

je bio impresioniran ovim mladim čovekom govori i to da mu nije bilo teško da mi kao njegovom direktoru napiše meil i prenese svoj utisak. Evo šta je ovaj zadovoljni gost napisao o studentu za ponos svojoj školi - Filipu Paunoviću:

*“Early in May this year I had occasio to be in China on business, while staying at a Intercontinental Hotel in Beijig I had the pleasure of being assisted by one of your students. Your student Filip Paunovic’s appropriate clothing for the position, professionalism, attitude, willingness to do whatever was required to make my stay pleasant, without stress, went far beyond what I am used to experiencing. Not only did Filip’s manner of dealing with hotel guest set him apart as a professional at his job but it also gave me the impression that the hotel itself was well run in large part because of the way he dealt with the hotel guest. I should also mention that the way he did his job sends a very strong message about the quality of training you offer your students. It is without any hesitation that I encourage you to share this letter with him and it is my further wish that prospective employers have a copy as well. This young man will be asset to any hotel he works with and for.”*

#### VI HOTELPLAN – PREVVAZIŠAO

##### REGIONALNE OKVIRE

U sve snažnijoj i razgranatijoj mreži međunarodne saradnje, ozbiljna logistika je i školski Razvojno-istraživački centar – RIC, koji okuplja



Foto: Rozana Sazdić



Foto: Rozana Sazdić



Foto: Rozana Sazdić



izbor, kvalitet i prezentaciju imali samo reči hvale.

Otvarajući kongres u ulozi domaćina, prof. dr Slavoljub Vičić je u svom govoru s ponosom istakao da je "završen veliki posao stvaranja značajno boljih uslova za održavanje teorijske i praktične nastave, koji predstavlja kvalitativni i kvantitativni skok u odnosu na prethodno stanje, kao i da je upravo iz tog razloga odlučeno da održavanje kongresa bude simbolično na dan kada se pušta u funkciju nova, u građevinskom i tehničko-tehnološkom smislu naprednija Visoka hotelijerska škola, što predstavlja ključni datum u istoriji njenog razvoja". Zahvaljujući naporima svih zaposlenih i partnera koji su podržali ovu značajnu investiciju, Visoka hotelijerska škola je danas, na radost svojih stu-

denata, profesora i zaposlenih - jedna od najmodernije opremljenih visokih škola u Srbiji.

#### A BUDUĆNOST?

Sa 2016. završava se zaista naporan ali uzbuđljiv period u razvoju Visoke hotelijerske škole: ponovo akreditacija ove godine, kongres, završetak do sada najvećeg investicionog projekta, uz sve brojnije redovne aktivnosti vezane za nastavu, rad sa studentima, organizaciju prakse, međunarodnu saradnju... Pitamo: Ima li novih projekata, kakvi su planovi za budućnost?

- Imamo viziju da proširimo kabinet za restoraterstvo i da se profiliše kao specijalizovani restoran, recimo kao *Rain Forest coffee* - otkriva direktor. - Postoji i projekat za smeštajni objekat kojim bi bio zaokružen celokupni

proces vežbi studenata hotelijerstva - počev od recepcije, pa nadalje. S tim bismo mogli da krenemo već sledeće godine, ali prvo, ipak, treba uraditi adaptaciju kabineta za restoraterstvo. U planu je i saradnja sa nekim visokoškolskim obrazovnim institucijama koje se bave nekim drugim programima specijalističkih studija. U svakom slučaju, naša vizija je da se Visoka hotelijerska škola „hardverski“ pojača depadansom, a „softverski“ - primenom novim programa u Srbiji, i da, paralelno s tim, nastavi s širenjem međunarodne saradnje - zaključio je prof. dr Slavoljub Vičić, dodajući da je škola prošle godine dobila i duhovnu potporu u svom zaštitniku - sv. Jovanu Milostivom. Tako je, eto, priča Visoke hotelijerske škole na ovaj način još malo pa potpuno zaokružena.



# LIDER u dualnom OBRAZOVANJU

**B**eogradska Ugostiteljsko-turistička škola sa svojom školskom radionicom - hotelom Palas, predstavlja vodeću referentnu ustanovu za obrazovanje i vaspitanje kadrova ugostiteljsko-turističke struke u Srbiji i najbolji primer dobre prakse u regionu. Škola ima 220 zaposlenih i oko 1.500 učenika, kojima pruža moderno obrazovanje i vaspitanje uz ostvarivanje svih oblika praktične nastave za deset obrazovnih profila prema zahtevima privrede.

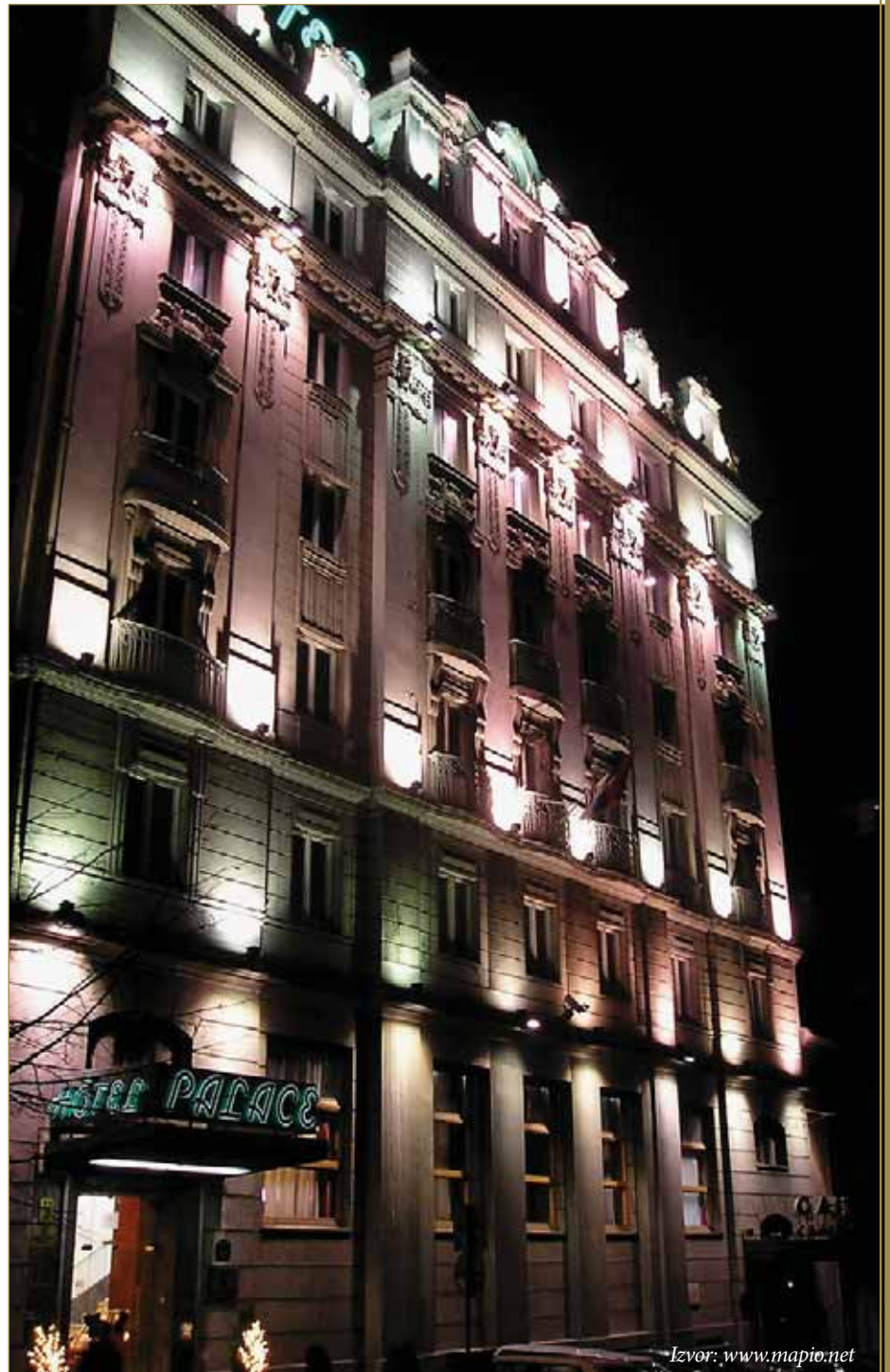
- Naša škola oduvek je bila nosilac reforme srednjeg stručnog obrazovanja i prava riznica najtalentovanije dece iz ugostiteljske i turističke struke. Jedinstven koncept dualnog obrazovanja kod nas je prisutan još od davne 1958. godine, kada je školi na upravljanje dodeljen hotel Palas kao svojevrsna unikatna školska radionica za praktičnu obuku svih obrazovnih profila potrebnih ugostiteljsko-turističkoj privredi - ističe **Senka Pantić**, direktorka Ugostiteljsko-turističke škole.

## USAVRŠAVANJE ZA I UZ RAD U PRIVREDI

Osnovna delatnost škole i školske radionice je srednje stručno obrazovanje, to jest obrazovanje i vaspitanje redovnih i vanrednih učenika kroz



Belgrade's Hospitality and Tourism School with their school workshop - Palas Hotel, is the leading reference institution for the education of hospitality and tourism personnel in Serbia and the best example of good practice in the region. The school has 220 employees and about 1,500 students, providing them with modern education and all forms of practical training for ten educational profiles according to the requirements of the industry. The unique concept of dual education is present since 1958, when the school management was assigned hotel Palas as a kind of unique school workshop for practical training of all educational backgrounds needed in the hospitality and tourism industry.



Izvor: [www.mapio.net](http://www.mapio.net)



### NAJBOLJA PREPORUKA POSLODAVCIMA

Svake godine najbolji od najboljih dobijaju privilegiju da nastave rad u školskoj radionici hotelu Palas, uz obavezu da dođu i do diplome na visokim školama i fakultetima. I tako to traje decenijama. Diploma Ugostiteljsko-turističke škole i praksa u školskoj radionici bila je i biće najbolja preporuka svakom poslodavcu iz ugostiteljsko-turističke privrede.

teorijsku i različite oblike praktične nastave, a sve to kroz pružanje ugostiteljsko-turističkih usluga u školskoj radionici hotel Palas. Na ovaj način škola kroz sistem pruža moderno obrazovanje i vaspitanje, uz ostvarivanje svih oblika kabinetske nastave, praktične nastave, praktične nastave u bloku, profesionalne i ferijalne. To se odvija u trogodišnjem, četvo-

rogodišnjem trajanju, kao i jednogodišnjem specijalističkom obrazovanju. Time se obezbeđuje takozvano stepenasto obrazovanje i permanentno usavršavanje za i uz rad u privredi.

Škola sa školskom radionicom radi i u sferi neformalnog obrazovanja kroz niz opštih i specifičnih obuka za potrebe privrede i državnih institucija. Najbolji primer za to su obuke „Poznavanje vina i vinske karte“, „Barsko poslovanje“, „Obuka za recepcionera“, „Obuka za sobarice“, „Obuka za

### PRIPREMA ZA RAD U PRIVREDI

- Suština dualnog principa obrazovanja jeste da se učenik kroz školovanje na najbolji način pripremi za buduće zanimanje i rad u privredi. To je moguće izvesti samo u realnim privrednim uslovima i živom radu sa gostima. Učenik na taj način usvaja, kroz različite zadate modele, neophodna znanja, veštine i stavove i postaje radno kompetentan za poslove koje će obavljati na radnom mestu. Zaposlenje svršenih učenika u privredi je rezultat njihovog dobrog školovanja i

### ZLATNA MEDALJA I PEHAR ZA PRIVREDU I ŠKOLSTVO

Primera dobre prakse u primeni dualnog obrazovanja u ugostiteljstvu ima dosta, a jedan od zanimljivijih ili najsvežijih, vezuje se za hotel Majestic, koji ima dugogodišnju saradnju sa Ugostiteljsko-turističkom školom. U ovom hotelu rade generacije bivših đaka ove škole, pa i čitave porodice. I sam direktor Dragan Živković, čiji je otac ugostitelj, deo je iste priče. Na ovogodišnjem XXX Zboru ugostiteljsko-turističkih radnika Srbije u Kragujevcu, na istom takmičenju našli su se otac Saša Teodorović – ispred hotela Majestic i sin Marko, učenik Ugostiteljsko-turističke škole, kao i njihov savetnik - deda Dušan koji je nekada radio u Metropolu. Ugostiteljska škola je sa svojih 6 pehara i 18 zlatnih medalja bila sveukupni pobjednik, ali je prvi put u istoriji na istom takmičenju zajedno nastupila privreda i školstvo, te je hotel Majestic u saradnji sa školom osvojio zlatnu medalju i pehar.



pomoćnika ivent menadžera“, kao i obuke Vojnih izaslanika Republike Srbije.

njegov logičan sled, a ne jedini cilj, kako neki pogrešno shvataju i predstavljaju dualno obrazovanje – smatra **Igor Gvozden**, pomo-



ćnik direktora beogradske Ugostiteljsko-turističke škole, koji je ujedno i direktor školske radionice hotel Palas i nastavnik struke u školi. - Budućim poslodavcima ostaje samo da na takvom dobrom temelju izgrade još po nešto kroz specifične obuke vezane za njihovu firmu. Naravno, tu su i visokoškolske ustanove koje bi trebalo da obezbede nastavak stručnog usavršavanja uz rad u privredi. Svršeni učenici Ugostiteljsko-turističke škole već uveliko rade u vrhunskim hotelima na rukovodećim mestima, kako u Republici Srbiji, tako i širom sveta. Svi oni prošli su praktičnu obuku u školskoj radionici hotelu Palas – ističe direktor Gvozden.

#### DESET DECIENJA U VRHU HOTELSKE PONUDE

Školska radionica hotel Palas je hotel kategorisan sa četiri zvezdice. Sa tradicijom dugom gotovo čitav vek i dalje opstaje u vrhu hotelske ponude u našoj prestonici i svake godine osvaja mnoštvo nagrada i priznanja u zemlji i inostranstvu.

- Naša jedinstvena školska radionica hotel Palas u obrazovno vaspitnom smislu predstavlja najveći kabinet struke u regionu. Ona je potpuno normativno opremljena i u njoj se u kontrolisanim uslovima

**UGOVORI  
O SARADNJI SA  
HOTELIMA**  
Ugostiteljsko-turistička škola ima potpisane ugovore o saradnji sa vodećim hotelskim kućama kao što su "Majestic", "Moskva", "Zira", "Slavija", "Marriott", "Crowne Plaza", kao i sa mnogim turističkim agencijama.



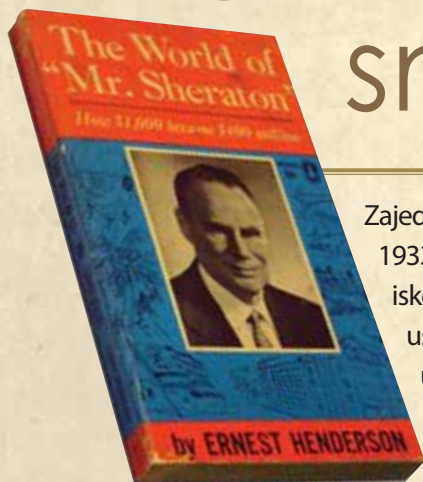
#### PARTNERSKA ŠKOLA "MODUL"

Ovakav pozitivan primer primene dualnog obrazovanja možemo videti ali tek u Beču u partnerskoj školi "Modul". "Modul" je najveća škola u Austriji i radi po praktično istom principu u školi i svojoj školskoj radionici hotelu sa 5 zvezdica. Jedina razlika je u tome što kod njih godina školovanja košta oko 2.500 Eura.

izvodi praktična nastava, kao najbolja priprema za rad u i po potrebi ugostiteljsko-turističke privrede. Time se direktno utiče na kvalitet obrazovanja i vaspitanja za područje rada ugostiteljstvo i turizam na više nivoa, jer tu uče i nastavnici i učenici istovremeno. Osim toga utiče se na nivo ugostiteljsko-turističke ponude i kvaliteta usluge u celini, prema potrebi države – izjavljuje Igor Gvozden, direktor školske radionice hotel Palas, dodajući da rad u školskoj radionici predstavlja izuzetnu čast i privilegiju, ali u isto vreme i obavezu i odgovornost, jer ona važi za pravu ugostiteljsku akademiju, koja je priznata u ugostiteljsko-turističkoj privredi i struci. Ova ustanova je, osim toga, najbolji dokaz da se državnim kapitalom može upravljati savesno i odgovorno i u državnom interesu.

Uz vrhunsku gastronomsku ponudu i besprekoran servis koji pruža ljubazno i školovano osoblje, školska radionica hotel Palas predstavlja pravo mesto za sve goste koji očekuju vrhunsku uslugu. Ko je jednom odseo u Palasu, više nije imao dilemu gde će odsesti sledeći put. U Beogradu neprestano niču novi, savremeni hoteli, ali školska radionica hotel Palas ne gubi trku. Ona ponosno i ljubomorno više od devet decenija čuva tajnu svog uspeha i trajanja. Deo te tajne su, između ostalog, ljudi koji rade u njemu i za njega, a koji ga pre svega neizmerno vole. Kolektiv koji predstavlja spoj mladosti i iskustva, uz odličan menadžment, marketing i viziju budućnosti - najbolji je recept za uspeh.

# HOTELIJER sa istančanim smislom ZA BIZNIS



Zajedno sa svojim kolegom sa Harvard univerziteta Robert-om Moore-om, Ernest Henderson je 1933. godine ušao u hotelsku industriju uz pomoć novčane nagrade za učešće u ratu, koju su iskoristili za kupovinu hotela Continental i Stonehaven u državi Masačusets, SAD. Kako su hoteli uspešno poslovali, odlučili su da osnuju mali hotelski lanac. Treći hotel koji su kupili nalazio se u Bostonu i imao je ogroman svetleći znak koji je bio toliko velik da bi njegovo uklanjanje bilo preskupo. Zbog toga je znak ostao na zgradi, a ime koje je pisalo postalo je naziv celog lanca i ostalo do danas – Sheraton.

Ernest Henderson i Robert Moore, osnivači hotelskog lanca Sheraton, na samom početku svoje poslovne karijere nisu nameravali da uđu u hotelsku industriju. Kolege sa Harvard univerziteta 1910-ih godina okušavali su se u mnogim poslovima, od sklapanja Model-T automobila i radio aparata, do uvoza odela od celuloznih vlakana i pasa rase *nemački ovčar*.

Ubrzo nakon pada berze, kada su cene akcija bile niske, okrenuli su se hartijama od vrednosti. Henderson i Moore kupili su investicionu kompaniju Beacon Participations za relativno mali novac, te su se odlučili da ulažu u hotelski biznis, jer su verovali da hotelijerstvo ima mogućnost za najbrži oporavak nakon Depresije.

#### OD PROPALIH DO USPEŠNIH HOTELA

Partneri su razvili uspešnu poslovnu šemu kupovine propalih hotelskih objekata i preuređanja istih. Ubrzo nakon 1933. godine, kada je širom hotelske industrije stopa zauzetosti kapaciteta bila najniža do tada, partneri su kupili hotel Continental u gradu Kembridž, Masačusets. Hotel je prvobitno otvoren istog dana kada je berza pala, te su ubzo i hotel i banka, koja je bila njegov vlasnik zapali u stečaj. Sve to je dovelo do veoma niske cene hotela na tržištu, što su Henderson i Moore iskoristili kao šansu za početak svog hotelskog biznisa. Usledila je kupovina drugog hotela sa 200 soba



Stonehaven Hotel u Springfildu, a treći hotel, koji se nalazio u Bostonu bio je i najznačajniji, jer je po njemu lanac dobio ime, zahvaljujući ogromnom svetlećem natpisu Sheraton, čije bi uklanjanje u to vreme bio isuviše skupo.

Nakon nekoliko godina, kupili su svetski poznati bostonski hotel Copley Plaza. To je bilo, prema rečima Ernesta Hendersona, tada predsednika i portparola kompanije, njihov ulazak u prvu ligu hotelske industrije. Nakon

Copley-a, počeli su da tragaju za hotelima, čija bi kupovina na svaki utrošeni dolar donela dva dolara profita, pa je tokom 1940-ih godina nastavljeno širenje unutar SAD-a, kupovinom hotela duž cele istočne obale. Tadašnji konkurenti bili su im napredne hotelske kompanije Hilton, Statler, Pick, Knott i Milner. Uspeh Henderson-ove kompanije uprkos velikim konkurentima bio je uslovljen korišćenjem postojećih resursa i čiste štedljivosti.





Copley hotel - sada

**INOVATOR I VEŠT PREDUZETNIK**

Od 1946. godine Henderson je uvodio mnoge inovacije u hotelsku industriju, posebno na polju tehnologije. Ovaj lanac bio je prvi koji je 1948. godine koristio *telex* sistem za rezervacionu mrežu, a 1958. godine uveden je „Reservatron“, prvi automatizovani električni rezervacioni sistem u hotelskoj industriji, čime je Sheraton postao prvi lanac sa centralizovanim i kompjuterizovanim sistemom rezervacija. Ovaj sistem je unapređen 1967. godine i nazvan „Reservatron II“, kome je dodata mogućnost personalizovanih rezervacija. Započet je i

program „stalnih gostiju“, kojim su pratili njihove troškove i navike pri kupovini, te ih prema tome i nagrađivali. Pokrenuli su SGSS (Sheraton Guest Satisfaction System) čime su unapredili standard usluge i bolje nadgledali rad svojih zaposlenih. Spuštali su cene noćenja, te samim tim i beležili veću zauzetost kapaciteta, a razliku u ceni su nadomešćivali povećanjem prodaje hrane i pića. Henderson je koristio državne naknade za amortizaciju čime je smanjio oporezivi deo prihoda, na taj način povećavajući protok novca i popunjavanje fondova za dalji razvoj lanca.



Together with his colleague from the Harvard University Robert Moore, Ernest Henderson came in 1933 in the hotel industry, with the help of cash prizes for participation in the war, which was used for the purchase of Continental hotel in Massachusetts, and shortly after Stonehaven Hotel in Springfield. Hotels operated successfully, so they decided to set up a small hotel chain. The third hotel they bought, which was in Boston, had a huge flashing sign, so large that its removal would be too expensive. Therefore, the sign remained on the building, and what was written on that sign became the name of the entire chain – Sheraton.

**ŠIRENJE NA INOSTRANA TRŽIŠTA**

Tokom 1950-ih godina građeni su novi objekti, uglavnom moteli. Henderson je već 1957. godine gradio nove skuplje hotele, kao i motele, posebno usled razvoja državnih auto-puteva, a 1949. godine kupio je dva hotelska lanca u Kanadi - Laurentien Hotel Company i Eppley. Deset godina kasnije, Sheraton se proširio i izvan severne Amerike, što će se kasnije pokazati kao potez budućnosti, kupovinom hotela na Havajima i postavljanje temelja za dominaciju na havajskom hotelskom tržištu, sa 12 luksuznih hotela. Sheraton je nastavio 1961. godine rast na Bliski istok projektom u Tel Avivu, zatim hotelima u Portoriku i na Jamajci, a 1963. godine otvoren je prvi hotel u Južnoj Americi - Macuto Sheraton u Venecueli.

U tom periodu, najvažnija razlika između Sheraton-a i Hilton-a, kao dva najveća lanca u SAD-u, bila je ta da je Hilton bio najveći operater hotela u svetu zahvaljujući svojoj mreži zakupa, a Sheraton najveći vlasnik hotela.

**RAZVOJ FRANŠIZE**

Početak 1960-ih poslovni stil Sheraton-a počeo je da se menja zbog činjenice da su mnogi hoteli bankrotirali usled prezasćenosti tržišta. Henderson je i dalje stvarao profit delom zahvaljujući prodaji svojih hotela za veoma značajne sume i ostvaren profit, ali i razvojem franšize.

Kako bi širila svoj brend bez dodatnih troškova, kompanija se odlučila na upravljanje hotelima u tuđem vlasništvu. Prepoznali su benefite franšizinga 1962. godine i perspektivan zahtev drugih hotela da koriste dobro poznato ime Sheraton uz njihov napredan rezervacioni sistem. Henderson je umro 1967. godine, a lanac je nasledio njegov sin Ernest III Henderson, koji je bio predsednik kompanije od 1963. godine. Lanac je 1968. prodat kompaniji International Telephone and Telegraph Corporation (ITT). Sheraton se lepo uklopio u portfolio nove kompanije koja je već imala u svom vlasništvu rent-a-car kompaniju i parking na aerodromu, te je nakon preuzimanja hotela počela da se bavi i organizovanjem turističkih aranžmana.

*Priredila: Marija Obradović*



# HOTELI koji pišu istoriju

Dva elitna beogradska hotela - Moskva i Metropol Palace bila su od otvaranja prepoznata od intelektualaca, umetnika, poslovnih ljudi i predstavnika političkog života prestonice kao idealna mesta za prvu jutarnju kafu, susretanja i sastanke do duboko u noć, vođenje ozbiljnih poslovnih razgovora, debata., a mnogi od njih su u ovim prelepim hotelskim zdanjima otkrili i pravo mesto za boravak i život. Ko je sve pronašao svoj delić sveta u ovim beogradskim hotelskim ikonama, kakve su im bile preferencije, kao i zašto su ova dva hotela toliko važna za istoriju i Beograda i njegove hotelske industrije, saznaćete iz redova koji slede.



## **MOSKVA: REZIDENCIJA SLAVNIH - DUŽE OD STOLEĆA**

U strogom centru Beograda, na Terazijskom trgu, na raskrsnici tri ulice, nalazi se hotel Moskva, jedan od najstarijih i najvoljenijih simbola prestonice, koji je od 1968. godine pod zaštitom države kao spomenik kulture. Ovaj hotel, gotovo od prvog dana, postao je stecište intelektualne elite i umetnika, naučnika svetskog glasa, ali i predstavnika javnog i političkog života prestonice.

Već ubrzo nakon otvaranja 1908. godine, u Moskvu je ušao izumitelj teorije relativiteta Albert Ajnštajn, koga je dovela njegova supruga, naučnica srpskog porekla, Mileva Marić. Često su pili kafu u hotelskoj gostionici. Upravo zbog njih, predsednički apartman i nosi Ajnštajnovu ime. Od tog trenutka, prostorije Moskve ušle su u istoriju. Broj poznatih ličnosti, svetskih i domaćih, koje su često provodile vreme, ali i živele u ovom velelepnom zdanju, stalno se povećavao.

Pre nego što je postao čuveni Le Korbizije, mladi arhitekta Šarl-Eduar Žanre odseo je ovde 1911. godine. Toliko mu se svidelo da se još nekoliko puta vraćao u Beograd. Pre nego što se priklonio boljševizmu, gost hotela je bio i Lav Trocki, tada izveštač iz Balkanskih ratova. Kralj Aleksandar Karadžević bio je najzaslužniji za prijem ruske emigracije u Srbiju. Godine 1920. lično je primio kneginju Olgu, sestru ubijenog ruskog cara Nikolaja II Romanova. Velika kneginja je doputovala u Beograd iz Carigrada, a odsela je, gde drugde, nego u hotelu „Moskva”.

Zbog mnogih uglednih posetilaca i predstavnika umetnosti, „Moskva” je važila za svojevrsni kulturni centar. Ovde su se gostili Rabindranat Tagore, Maksim Gorki, ali i Branislav Nušić - redovni posetilac beogradskih kafana, koji je izvesno vreme i živeo u Moskvi. Stevan Sremac je, takođe, bio redovni gost ove ustanove. Ovaj predstavnik srpskog realizma je navodno prilagodio svoj raspored predavanja u beogradskoj gimnaziji, kako bi mogao duže da spava, jer je do kasno ostajao u Velikoj Srbiji, kafani





Albert i Mileva Ajnštajn



Alfred Hičkok



Ivo Andrić



Lucano Pavaroti



Toni Parsons



Bred Pit



Đina Lolobriđida



Elizabet Tejlor



Lorens Olivije i Vivijen Li



Sofija Loren

koja se nekad nalazila na mestu današnjeg hotela. U Moskvi su odsedali i Jovan Dučić i Miloš Crnjanski, osnivač Grupe umetnika koja se sastajala u hotelu, kako bi posleratnoj državi dala novu šansu za umetnost i kulturu. Aleksandar Deroko je ovde zapisivao svoje beleške i opisivao pesnika Tina Ujevića i slikara Jovana Bijelića.

Kasnije dolaze Momo Kapor, Zuko Džumhur i Ivo Andrić, koji je imao i svoj sto u kafeu. Navraćao bi svaki dan kako bi popio blagu tursku kafu uz kocku ratluka. Kad je

dobio Nobelovu nagradu, popularnost mu je naglo porasla, pa se, da bi pobegao od radoznalih pogleda, prebacio za sto na galeriji restorana, za aperitiv-bar. Slično Andriću, I Vasko Popa je imao svoj dnevni ritual: dolazio je redovno u hotel u pola četiri popodne i ispijao kafu do šest.

Ričard Nikson, 37. predsednik Sjedinjenih Američkih Država, takođe je boravio ovde, kao i političari i diplomate Jaser Arafat, Indira i

Radživ Gandhi, Nikola Pašić i mnogi drugi. Libijski lider Muamer el Gadafi nije hteo da se odrekne svojih svakodnevnih ceremonija, pa je u Beograd doveo nekoliko kamila, jer je ujutru morao da popije šolju rashlađenog kamiljeg mleka. Životinje su bile smeštene na Dedinju, a posle muže, mleko bi munjevito stizalo do hotela gde je kuvano i hlađeno, a zatim je služeno vodi. Kamile su, nakon posete, poklonjene Zoološkom vrtu u Beogradu. Još jedna zanimljivost vezana je za hotel Moskvu.

Nekadašnji predsednik Svetske banke Robert Meknamara, imao jedan nesvakidašnji problem: bio je alergičan na prirodno cveće.

Kako apartman ne bi izgubio od prirodnog šarma, osoblje je specijalno za tu priliku pravilo buket od čiste svile!

Pored svih ovih poseta, prema zapažanjima hroničara, najlepši doček u Moskvi ipak je bio u januaru

1921. godine, kada je u Beograd došao francuski general Luj Franše d'Epere da srpskoj prestonici uruči orden Legije časti.

U restoranu hotela Moskva sedele su i pile limunadu fudbalske zvezde Moša Marjanović, Rajko Mitić, Miloš Milutinović, Dragoslav Šekularac. Baš ovde je Šekularac izvadio novac i sa njim obrisao cipele, a novčanicu bacio na pod, što je izazvalo burnu reakciju u ondašnjoj Jugoslaviji i svetu.

#### KNJIGA GOSTIJU KAO MUZEJSKA VREDNOST

U knjigu gostiju su se upisali i psihoanalitičar Erih From, Žan Pol Sartr, Orson Vels, Iv Montan, glumica Simon Sinjore, operiski pevač Mario del Monako, legenda džezza Djuk Elington, balerina Maja Pliceska i književnik Jevgenij Jevtušenko. Njega je tada slušala Džeraldina Čaplin, Čarlijeva kćer, koja je snimala film u Košutnjaku. Ubrzo je priznala da je bila smrtno zaljubljena u izvesnog Dragana koji je ostao „najromantičniji“ muškarac kojeg je ikada srela. Alfred Hičkok je boravio u apartmanu 322 pored kojeg danas stoji njegova fotografija. Budući da nije imao novca da plati hotelski račun, unuk slavnog kompozitora Riharda Vagnera - umetnik Viland Vagner, ostavio je ovde jednu od svojih najboljih slika pod nazivom „Boka“. Ona i danas krasi zid u jednom od apartmana.

Filozof i naučnik Brana Petronijević često bi zadržavao u hotelu „Mažestik“, a onda bi došao Vinaver da ga probudi, pa bi zajedno prešli u „Moskvu“ na kiselo mleko, upuštajući se u beskrajne rasprave.



Two elite Belgrade's hotels – Hotel Moskva and Hotel Metropol Palace were, since their opening, recognized by the intellectuals, artists, business people and representatives of the political life of the capital as the ideal place for morning coffee, meetings, serious business discussions, debates ... and many of them in this beautiful hotels found the right place to stay and live. In this issue we discover who found its piece of the world in these Belgrade hotel icons, what were their preferences, and why these two hotels are so important for the history of Belgrade and its hotel industry.

Arsen Dedić, Gabi Novak i Ivo Robić odsedali su u sobama 14 i 15, a u aperitiv-bar su dolazili Mija Aleksić, Zoran Radmilović, Olivera i Rade Marković, gde su ih čekala njihova stalna mesta. Društvo su im pravili i Bata Živojinović, Milena Dravić i Dragan Nikolić. Ispod aperitiv-bara, u kafani, žustre razgovore vodili su Bata Stojković, Milutin Butković i Lane Gutović.

Početkom sedamdesetih, Rej Čarls je održao pet koncerata, a ser Lorens Olivije doveo je suprugu Vivijen Li da igraju u Narodnom pozorištu. U moskovskim apartmanima odsedali su i Lučano Pavaroti, Kirk i Majkl Daglas, Piter Justinov, Monika Viti, Robert de Niro, Miloš Forman, Piter Bogdanovič, Bernardo Bertolucci, kao i Džek Nikolson i Bred Pit. Prošle godine, njihova knjiga gostiju je obogaćena sa još nekoliko poznatih imena, poput ruskog reditelja Nikite Mihalkova i britanskog pisca Tonija Parsonsa.

#### **METROPOL PALACE – HOTEL ZA SVETSKU UMETNIČKU I POLITIČKU ELITU**

Na beogradskom Bulevaru kralja Aleksandra, na broju 69, od 1957. godine, stoji hotel Metropol Palace, koji, kao i Moskva, pleni svo-

jom bogatom istorijom, koju su zajedno sa hotelijerima stvarali njihovi slavni gosti. Tokom šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog veka ovo zdanje je predstavljalo jedno od najelitnijih mesta u Beogradu.

Pojedine slavne ličnosti tog perioda, kao što su kralj Etiopije Hajle Selasije, režiser Vittorio de Sika, majstor šaha Bobi Fišer, glumci Entoni Kvin i Brižit Bardo, kao i veliki broj političara – Nehru iz Indije, Naser iz Egipta, Nikolaj Čaušesku iz Rumunije, Leonid Brežnjev iz bivšeg SSSR-a, odsedali su u ovom hotelu.

Tokom zasedanja Pokreta nesvrstanih 1961. godine, trideset glavnih državnih zvaničnika i preko tri hiljade gostiju bilo je prisutno na prijemu u Metropolu. Poznat po gostoprimstvu i ljubaznosti osoblja, ovaj hotel je tokom godina ugostio i mnoge muzičare, među kojima je bio Amerikanac Luj Armstrong, koji je dodatno osvežio ovu ustanovu svojom jedinstvenom melodijom, pretvarajući svaki zvuk u umetnost.

U luksuznim apartmanima Metropolu, vreme su provodila i čuvena imena svetske filmske scene – Sofija Loren, Đina Lolobridida, Robert

de Niro, koji je tu vežbao scenario za sutrašnje snimanje, kao i Alfred Hičkok, koji je zaboravio na svoju dijeteu tokom slavlja zbog svog novog filmskog ostvarenja. Pored njih, Elizabet Tejlor je više puta posetila Jugoslaviju. Prvi put je došla 1958. godine i odsela u Metropol Palasu sa tadašnjim suprugom Majkom Todom. Bila je Titov gost, ne samo zbog njenih filmova koji su se često prikazivali u predsedničkoj rezidenciji, već i zbog njenog muža Ričarda Bartona. Kao filmski entuzijasta, Tito je lično izabrao Bartona da igra njegov lik 1973. godine. Tokom snimanja, pomno je pratio kako će njegov karakter biti predstavljen u filmu „Sutjeska“.

Posle kraja Kubanske revolucije, Fidel Kastro je poslao Če Gevaru i zvaničnu delegaciju na tromesečni put u četrnaest zemalja, na turneju pod nazivom „Kubanska misija dobre volje“. Če Gevara je tada proveo dve noći u Metropolu. U avgustu 1959. godine priređen je ručak u njegovu čast. Tito je gajio posebno poštovanje za ovog mladog revolucionara, pa su, uz političke priče, pušili i kubanske Cohiba cigare.

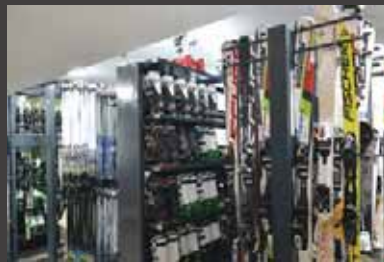
**Dušan Veselinović**

*Foto: Marko Zarubica*





# Hotel Grey – novo ime za uživanje sa stilom



GREYHOTEL  – A NewMountain Top

Kopaonik bb • +381 36 210021, +381 60 80 90 900 • info@greyhotel.rs • www.greyhotel.rs

# Nesvakidašnje iskustvo u jednosobnim hotelima

Širom sveta postoji veliki izbor hotela u kojima gosti mogu da odsedaju. Međutim, zbog velikog broja soba, nekada može doći i do gužve koja može da naruši njihov mir. Da bi priuštili odmor kakav su oduvek želeli, bez buke i stresa, i u prijatnom okruženju, gostima su na raspolaganju i hoteli sa samo jednom sobom.

## NAJMANJI HOTEL NA SVETU

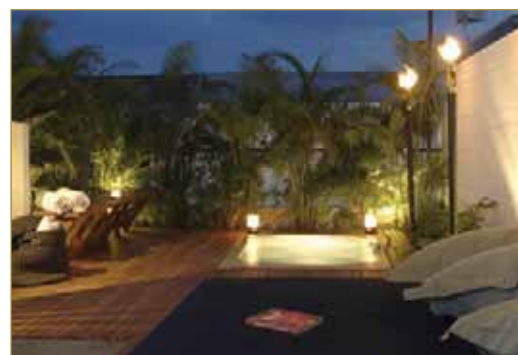
U Kopenhagenu se nalazi hotel „Central“ koji važi za najmanji hotel na svetu. Od ostalih hotela razlikuje se po tome što ima samo jednu sobu. Iako na prvi pogled možda i ne izgleda obećavajuće, u ovoj sobi ima dovoljno mesta da u nju spakujete sve vaše stvari. Čitavom sobom

dominiraju drvena garnitura i bračni krevet koji stvaraju toplu i prijatnu atmosferu. Iznad kreveta nalazi se omanji prozor, ali ukoliko nema dovoljno svetla, gostima su na raspolaganju i dve lampe koje se nalaze na samom uzglavlju. Preko puta kreveta nalazi se još jedan prozor dovoljan da osvetli čitavu sobu. Mali sto sa dve ugradne stolice smešten je odmah pored prozora i baš na ovom mestu, uz svoju jutarnju kafu, gosti će moći da uživaju u pogledu na taj deo grada. Pored ormara koji se sastoji od nekoliko pregradnih delova, soba sadrži televizor, kao i dobro opremljeno kupatilo. Međutim, to nije sve. Ukoliko gosti požele da svoju kafu popiju na svežem vazduhu, to mogu učiniti kad god požele, jer se odmah

ispod ovog hotela nalazi „Central kafe“ – najmanji kafić u Kopenhagenu.

## PRENOSIVI HOTEL

Putujući hotel „Everland“ može se naći na nekoliko lokacija. Ime je dobio upravo zbog toga što ovaj hotel nema svoje stalno mesto, već je to prenosiva umetnička instalacija koja je osmišljena tako da svojim gostima pruži ugodan boravak na mestu koje žele da posmatraju iz drugačijeg ugla. Ovaj hotel može biti postavljen na krovu Muzeja savremene umetnosti ili na krovu čuvene zgrade „Palais de Tokyo“, sa koje može da se uživa u spektakularnom pogledu na Ajfelov toranj u Parizu. Samom sobom i čitavim hotelom dominiraju plava i zele-







# PROFESIONALNI SISTEMI CENTRALNOG USISAVANJA



**UKLANJA  
100% PRAŠINE  
0% BUKE**

**Polyco doo**

**Mladenovac  
011/8230 248  
www.polyco.rs**

na boja. Pored nekoliko prozora, soba uključuje kupatilo, krevet, prostor za ručavanje, ugaonu garnituru i gramofon. Ova idealna soba, smeštena na najpopularnijim destinacijama, zasigurno nudi jedinstveno i nezaboravno noćenje.

#### **KUĆA KOJA SPAJA SRCA**

Hotel „En'haeusl“ ili „Kuća za venčanja“ sagrađena je 1728. godine u Nemačkoj i u sebi čuva zanimljivu priču. U želji da zauvek ostane zajedno, mladi bračni par želeo je da se venča. Međutim, samo oni parovi koji su bili vlasnici kuće, imali su pravo da to i učine. Kako bi ozvaničio svoju ljubav, par je bio spreman na nešto neočekivano. Uspeli su da kupe zemljište između dve zgrade, sagradili kuću i odmah se venčali. Nakon što je kuća poslužila svrsi, par je odlučio da svoje „ljubavno gnezdo“ proda drugom paru koji je imao isti problem, ali tu se priča ne završava. Pošto se ovaj proces ponavljao iznova i iznova, kuća je i dobila sadašnje ime. Danas se ovaj drugi po redu najmanji hotel na svetu nalazi u vlasništvu Marine Schreiner, koja sa osmehom dočekuje zaljubljene goste. Prema

verovanju, svi parovi koji odsedaju u ovoj kući biće srećni zauvek. Iako u njoj može odsesti samo jedan par, ona je vrlo moderno opremljena.

#### **PEPELJUGIN ZAMAK**

U jednom od najlepših gradova iz mašte, u čuvenom Diznilendu u Orlandu, samo nekoliko parova imalo je priliku da provede noć u „Pepeljuginom zamku“, jednom od najlepših apartmana na svetu. Noćenje u ovom apartmanu nije moguće rezervisati, već posećivati, prilikom posete parku, budu nasumice izabrani. Pored ekskluzivnog noćenja, gosti iz ovog apartmana mogu da posmatraju vatromet iz potpuno drugačije perspektive od ostalih. Sa prelepim podnim mozaicima, koji su urađeni od raznobojnih pločica, električnim kaminom, prostranim krevetima i obojenim prozorskim staklima - čitav apartman uvodi vas u svet iz bajke.

#### **LUKSUZNI HOTEL U KAMBODŽI**

Okružen kafeima, restoranima, barovima, galerijama, pa čak i buticima, u samom gradu Angkoru (Kambodži) nalazi se hotel sa istim



Throughout the world there is a huge selection of hotels where guests can stay. However, due to the large number of rooms in a hotel, it could sometimes lead to jams that can disturb the peace of guests. A long wanted rest without the noise and stress in a pleasant environment can be found in the hotels with just one room.

imenom. Sa samo jednim apartmanom koji ga čini, gosti mogu ceo hotel da iznajme samo za sebe. Hotel se prostire na dva nivoa. U donjem delu nalazi se soba sa krevetom neobičnog dizajna, balkon, luksuzno kupatilo i udoban nameštaj veselih boja, a već u gornjem i privatna krovna terasa sa đakuzijem. Svi prozori dodatno su ojačani kako bi sprečili buku i stvorili prijatnu i intimnu atmosferu.

U ovim jednosobnim hotelima, gosti će moći da isprobavaju jela domaćih kuhinja, a isto tako, i da uživaju u svim uslugama koje im stoje na raspolaganju, kako bi njihov boravak bio što lepši i duži.

*Pripremila: Ivana Stojanović*

# USPEH je biti svoj i ORIGINALAN

Već više od trideset godina, **Zoran Bosanac** gradi svoj osobeni umetnički izraz kao kreator visoke muške mode na svetskoj modnoj sceni. Godinama je živio i radio u Parizu, kreirajući za najuspešnije i najzbudljivije ljude svog vremena: političare, rok zvezde, glumce, prinčeve... Prvi ugovor sklopio je sa italijanskom modnom kućom „Maurizio Galante“, otvorio modnu ikonu Pariza - butik "Maria Luisa Homme", bio kreativni direktor francuskog brenda „Cerruti“... Nastojao je da uvek bude i ostane svoj i *originalan*, nalazeći inspiraciju jednako u japanskom osećaju za rafinman, kao i u životnim kreacijama koje sreće na ulici. Ljude je doživljavao kao unikatne, razumevajući da svako i u modnom smislu ima svoj „kalup“, što je, uz ležernost i maštovitost, osnova čitavog njegovog kreatorskog opusa.

Danas ovaj veliki poznavalac svetskog tržišta luksuza živi u Beogradu, prenoseći modni duh Pariza kroz svoj jedinstveni ALTUS CONCEPT salona, u kojem dominiraju: princip ekskluzivnosti, ručni rad, detalji i personalizacija koja obezbeđuje unikatne komade HAND MADE IN SERBIA. O svojoj karijeri, inspiraciji, „zlatnom dobu muške mode“, ALTUS CONCEPTu kojim se ponosi i još ponečem – za Turistički Svet otkriva modni kreator Zoran Bosanac.





• *Kada neko svoju karijeru izgradi u svetskoj prestonici mode i pritom traje trideset godina, ne prestajući da iznenađuje svojom kreativnošću one koji znaju šta je šta – to zaista znači uspeti! Iz ove perspektive gledano, da li je bilo teško? Odakle ste i kako počeli da gradite svoju karijeru i ime? Gde ste sve ostavljali svoj umetnički trag?*

- Početak moje karijere je vezan za rano detinjstvo. Oduvek sam obraćao posebnu pažnju na to šta biram da obučem. Ono što sam još kao dete želeo, jeste da se osećam udobno i ležerno, a u skladu sa svojom prirodom u svemu što stavim na sebe. Takvo osećanje me je upravo dovelo u centar svetske mode, gde sam po prirodi stvari nailazio na ljude koji to razumeju i kojima je to bitno. Biti LEGERE (ležeran, lak) jeste definicija pariske mode.

Kada se vodite iskrenim osećanjima, onda je i sreća na vašoj strani i dovodi vas na pravo mesto u pravo vreme. U tom smislu, građenje karijere za mene nije bilo teško. Bilo je dovoljno da moj „atitude“ bude zasnovan na harmoniji.

To čime sam se bavio, to sam i živeo u pravom smislu reči, kreirajući svakoga dana za najrazličitije profile ljudi iz visokog društva, rock zvezde, političare, prinčeve...to su tragovi moje tridesetogodišnje karijere.

#### MODNI „NEW VAWE“

• *Kada ste u sebi prepoznavali talenat da stvari gledate drugačije, da osećate energiju drugih ljudi i stvarate samo za njih i njima primerene komade odeće, one u kojima će oni biti to što jesu ili najbolji što jesu? Ko vam je od modnih ikona bio uzor?*

- Moje kreacije su odraz realnih životnih situacija koje sam proživio. Beograd je osamdesetih bio centar sveta. Novi vidici, pokret koji se zove „new wawe“, pokrenuo je sve nas mlade ljude ka stvaralaštvu. O poznatom klubu „Zvezda“ pisao je New York Times. To je bilo mesto inspiracije gde sam shvatio šta je imperativ vremena u kome živim: BITI SVOJ I ORIGINALAN.

Takav pogled na svet omogućio mi je da svakog čoveka doživim posebno i da razumem da svako ima svoj „kalup“ – pa i u modnom smislu. Pre bi se moglo reći da ja imam inspiraciju, a ne uzore. Ona se kreće od japanskog osećaja za rafinman do životnih kreacija koje srećem na ulici.

• *Prvi ugovor sa italijanskom modnom kućom „Maurizio Galante“ bio je, u stvari, vaš pravi*

*početak, a zahvaljujući njoj stigli ste početkom devedesetih godina prošlog veka i do Pariza? Kakvo je to bilo vreme za mušku modu? Kakvi su bili aktuelni trendovi? Šta se očekivalo od kreatora?*

- Momenat sreće o kome sam govorio, potvrđuje i odgovor na ovo pitanje: moj dolazak u Pariz poklapa se upravo sa Zlatnim dobom muške mode u svetu. Belgijska i Japanska škola mode počinju po prvi put da izbacuju muške kolekcije, a ja bivam apsolutno prvi klijent tada najprestižnijih brendova poput Martin Margiela, Raf Simons, Helmut Lang, Jil Sander, Ann Demeulemeester, Yohji Yamamoto, Comme de Garçons.

Trendovi su pratili duh vremena, svi su očekivali da budu unique i upravo su to očekivali i od mene.

#### LEŽERNOST I MAŠTOVITOST

• *Otvorili ste butik "Maria Luisa Homme" koji je ubrzo postao poznat među ljudima od stila. Vaši klijenti bili su mnoge zvezde, svetski poznati muzičari, glumci, političari... Koga ste sve oblačili, kome ste bili modni savetnik? Šta su želeli od vas, jesu li bili zahtevni? Zbog čega su vam ostajali verni?*

- "Maria Luisa Homme" salon nalazio se u zoni Mount - Thabor koja tada nije bila ni blizu onoga što predstavlja danas...bio je to mesto okupljanja velikih faca iz javnog života Pariza. Zašto? Moda je u to „zlatno doba“ prezentovala REVE, (san, maštu). Ljudi su imali potrebu da budu deo tog sna, da reprezentuju status vremena koji moda vrlo dobro oslikava, jednostavno svi su želeli da budu deo priče. Salon je svojom vizijom poslovanja uspeo da objedini te dve naj-

važnije stvari u definiciji Pariske mode - LEGERE I REVE. Ležernost i maštovite kreacije pretvarale su naše klijente u naše prijatelje. "Maria Luisa Homme" postaje ICONIC mesto u Parizu.

Naše kreacije su nosili mnogi: od Mick Jagger-a, do Fransoa Olanda, od Nicole Kidman do Brad Pitt-a, kreatori pout Jean Paul Gaultiera i Karla Lagerfelda, Alexander Mc Queena i John Galliana, kao i ikone pout Katrin Denev, Joko Ono i Bjork.

• *Već izvesno vreme ste u Beogradu. Pokrenuli ste "ALTUS CONCEPT" salona u kome se šiju odela, pravi obuća i prateći aksesoar po meri, poput sličnih prestižnih mesta u Italiji i Francuskoj. Ko su vaši klijenti? Ljudi od stila, oni koji znaju šta je kvalitet ili oni koji imaju novac?*

- Nakon pet godina na mestu kreativnog Direktora francuskog brenda CERRUTI, ozbiljno počinjem da razmišljam o svom novom izazovu koji se nekako po prirodi stvari odnosio na Srbiju, s obzirom na dugogodišnje prijateljstvo sa gospodinom Aleksandrom Pavlovićem, mojim partnerom i osnivačem ALTUS CONCEPTa salona. Vratio sam se u Beograd i shvatio da se moj izazov zove HAND MADE IN SERBIA, što i jeste ekskluzivni koncept poslovanja ALTUS CONCEPTa. Profil ljudi koji čine naše klijente u potpunosti korespondira sa vremenom koje sam proveo u Parizu – ljudi iz javnog i poslovnog sveta od glumaca, sportista do političara i ljudi koji žele savete i jedinstveno iskustvo u kreiranju sopstvenog stila... ali želim da pomenem da i veliki broj Beograđanki, kao i nekada, odlično kapira chic look koji obavezno uključuje komad muške odeće, tako da se i one pronalaze u ALTUSu. Sve



For more than thirty years, Zoran Bosanac builds its distinctive artistic expression as a creator of high fashion for men on the world fashion scene. For years he lived and worked in Paris, working for most successful and exciting people of his time: politicians, rock stars, actors, princes... The first contract he made with the Italian fashion house Maurizio Galante, he opened a Paris fashion icon - boutique Maria Luisa Homme, was the creative director of the French brand Cerruti... He always strived to be and remain original, finding inspiration equally in the Japanese sense of refinement, as well as in everyday creations that he sees on the street. He has always perceived people as unique, understanding that each person in the fashion sense has its own "mold", which, in addition to being relaxed and imaginative, is the basis of his entire work as a designer. Today this great connoisseur of the world market of luxury lives in Belgrade, conveying the spirit of Paris fashion through his unique ALTUS CONCEPT salon, in which dominate the principle of exclusivity, handmade details and personalization that provide a unique pieces HAND MADE IN SERBIA.



naše klijente objedinjuje ideja o ekskluzivnosti, ručnom radu, detaljima i naravno personalizaciji koja obezbeđuje unikatne komade. Za naše klijente koji se bave različitim profesijama, univerzum ALTUSa ima odgovor na sve, gde se prilagođavaju izgledi torbi, novčanika, cipela, šešira i svega pratećeg. Definicija ALTUS stila se ogleda i u personalizovanim aksesoraima od svile, kao što su pošet, ešarpe, veš i kravate.

#### **ODEĆA KAO DRUGA KOŽA**

• *Šta je, u stvari, odlika dobrog stila?*

- Udobnost odeće kao svoje druge kože, o čemu su govorile svetske ikone stila, može da bude kratak i tačan odgovor na vaše pitanje.



• *Gde su najbolje obučeni muškarci? Kako biste ocenili ukus naših muškaraca kada je u pitanju odevanje? Šta su plusevi, a šta minusi?*

- Ne postoje najbolje obučeni muškarci, to se uvek po mom mišljenju odnosi na njihov stav i samopouzdanje. Stilovi oblačenja u IT, FR, ENG su veoma različiti i to je uvek refleksija kulturnoloških osnova nekog društva. Muškarci u Srbiji

su opredeljeni ka tradicionalnom izgledu, ali odlično prihvataju aktuelne modne tokove u svetu. ALTUS CONCEPT prepoznaje tu potrebu, i unosi rafinman i precioznost kroz HAND MADE IN SERBIA u kreiranju imidža savremenog muškarca. To je, po mom mišljenju, ono što je nedostajalo Beogradu.

• *Šta biste još želeli da ostvarite, gde da odete, koga da obučete..?*

- Kao i do sada ja pratim svoj osećaj, uživam u harmoniji svog posla i privatnog života, i prihvatam nove izazove koje postavljaju klijenti i prijatelji ALTUS CONCEPTa. Osećaj kaže da sam na pravom mestu i u pravo vreme.



• *Vaša preporuka za ekskluzivnu odevnu kombinaciju za novogodišnje večer?*

- Kao što Parižani uvek kombinuju u najluđoj noći da bi je učinili nezaboravnom, budite LEGERE sa trunčicom kiča.

• *Vaša novogodišnja poruka:*

„Dance, dance, dance-if not, we are lost“! Pina Bausch.

**Ljiljana Rebronja**



# NÁG POSLOVNE UNIFORME

NOVA  
AUTENTIČNA  
GLAMUROZNA



12 godina sa Tama

NÁG Savskih alasa 16 / 11070 - Novi Beograd, Srbija / e-mail: nag@nag.rs  
poslovneuniforme@nag.rs / Telefon: +381 11 3016079 / +381 11 3016081  
[www.nag.rs](http://www.nag.rs)

Arhitektonska firma NOA projektovala je 25 metara dug bazen hotela Hubertus, iz kojeg se pruža dramatičan pogled na okolni planinski venac. Reč je o hotelu za skijaše i planinare u italijanskoj pokrajini Južni Tirol. Nalazi se u podnožju Kronplatz planine odakle se prostire impresivan pogled na okolne Dolomite - planinski lanac koji čini deo italijanskih Alpa.

Ovaj pravougaoni bazen sa toplom vodom pruža se 17 metara ispred ulaza u hotel, podignut je 12 metara iznad tla i poduprt deblima domaćeg ariša kojima je odstranjena kora. Bazen je postavljen unutar veće konstrukcije sa blago podignutim stranama kako se ne bi ometao pogled, dok se na prednjoj strani nalazi stakleni zid pod uglom. Stakleni otvor u donjem delu konstrukcije ima za cilj da onima koji se kupaju u bazenu pruži osećaj plutanja.

Izvor: [www.gradjevinarstvo.rs](http://www.gradjevinarstvo.rs)

## NA VRHU HOTELA BAZEN S POGLEDOM NA DOLOMITE





# BEOGRAD – PRESTONICA TURIZMA I MODE MLADIH

**B**ogat noćni život i živopisna kulturna scena učinili su od Beograda omiljenu destinaciju za mlade iz regiona. Sve je više onih koji iz raznih krajeva Balkana i Evrope dolaze u Beograd, ne samo za vikend, već i na duži odmor. Razvoj tehnologije koji mladima omogućava da uče i rade preko interneta doprineo je formiranju potpuno novih stilova života koji podrazumevaju i novu kulturu putovanja. Među mladima, putovanja su mnogo češća, a odluka da se negde ode na nedelju dana ili na

produženi vikend, donosi se mnogo lakše i brže. „Internet“ generacija takođe ima drugačije zahteve kada se radi o mestu odseđanja i sadržajima koje biraju da posete.

-Mladi turisti, takođe, drugačije poimaju luksuz i komfor - u razgovoru za naš magazin kaže **Dorđe Rašić**, direktor Zepter hotela. - Većina njih radi putem Interneta, uglavnom se bave programiranjem i dizajnom, a neki od njih su već pokrenuli svoje sopstvene *start-up* biznise. Ovi mladi turisti imaju



Rich nightlife and lively cultural scene made Belgrade favorite destination for young people from the region, who come to this city, not only for the weekend, but on a longer holiday. The development of technology that enables young people to learn and work through the Internet has contributed to the formation of a completely new lifestyle, a new culture of travel. Among young people, travel is much more common, and the decision to go somewhere for a week or a longer weekend is made much easier and faster. "Internet" generation also has different requirements when it comes to accommodation and the amenities they choose to visit. These are usually a numerous music, fashion and cultural festivals. Thus, ninth Balkan Art Fashion Event - BAFE - feast of urban and alternative fashion, held in November, was the main reason young designers and fashion lovers from the region visited Belgrade.



novca i spremni su da ga troše, međutim imaju potpuno drugačije zahteve. Važno im je da se hrane zdravo i da tokom posete drugoj zemlji budu aktivni, stoga jako cene kada hotel u kom odsedaju ima i fitness centar. Mnogi od njih su vegetarijanci ili vegani i kada biraju hotel posebno vode računa o tome kakva se hrana služi. Takođe, mnogi od njih imaju kućne ljubimce, koje doživljavaju kao članove porodice i koji putuju sa njima, stoga im je jako važno da je mesto gde odsedaju *pet friendly*. To je verovatno i jedan od razloga zbog kojih ih posebno privlači Zepter hotel. Ovi mladi ljudi ne vole organizovane ture po Beogradu, više vole da samostalno vršljaju ulicama Beograda. Kada se radi o kulturnim sadržajima, najčešće ih zanima *underground* scena - naglašava Đorđe Rašić.

Ono što doprinosi slivanju mladih turista u Beograd su, takođe, i brojni muzički, modni i kulturni festivali. Ovog novembra, urbana i alternativna moda je bila glavni povod za mlade dizajnere i ljubitelje mode iz regiona za posetu Beogradu. Deveti Balkan Art Fashion Event (skraćeno BAFE) okupio je mlade, neafirmisane

### BAFE PRIVLAČI MLADE IZ REGIONA

“Balkan Art Fashion Event“ je modna manifestacija koja se održava već petu godinu, a nastala je s idejom da promovise prvenstveno domaću, a zatim i regionalnu modnu scenu i pruži šansu mladim dizajnerima da pokažu svoj talenat. BAFE posebnu pažnju posvećuje pomaganju razvoja onih autora koji modu i odevanje ne shvataju samo kao industriju, već i kao svojevrsan umetnički izraz, performans koji se odvija jednako na modnoj pisti i na ulici. Ova manifestacija postala je zbog toga i neka vrsta *prêt-à-porte* festivala, posebno za one tekstilne firme koji žele da pogode ukuse mladih i trendove u modnoj industriji.

dizajnere iz Srbije, Bosne, Hrvatske, Slovenije i Italije u okviru višednevnog festivala koji pored modnih revija obuhvata i izložbe, žurke i druga kulturna dešavanja vezana za modu.

Tema ovog izdanja festivala bili su patent zatvarači kao simbol urbane kulture. Festival je

### RENATO BALESTRA PONOVO U ZEPTER HOTELU

Na to da Beograd lagano postaje prestonica mode ukazuju i sve češće posete poznatih dizajnera. Veliki italijanski kreator Renato Balestra, ovog novembra ponovo je posetio Beograd kako bi predstavio svoju novu kolekciju visoke mode i u saradnji sa Kolarčevom zadužbinom priredio muzičko-modni spektakl s ciljem nabavke novog koncertnog klavira za Kolarac. Kao i prilikom prethodne posete Beogradu, Renato je odseo u Zepter hotelu, istom hotelu u kom je par meseci pre toga boravio čuveni američki dizajner Laquan Smith.

- *Volim Srbiju, volim vaš narod i ta ljubav će trajati dok sam živ*, istakao je Renato Balestra. *Srpkinje su lepe, elegantne, moderne i neposredne. Koliko su mi lepe govori činjenica da će na mojoj reviji biti angažovano trideset srpskih manekenki*, izjavio je Balestra.



otvorila velika revija pod nazivom *Zip-It*, na kojoj su svi dizajneri prikazali po jednu kreaciju inspirisanu patent zatvaračima, koje im je obezbedio jedini domaći proizvođač patent zatvarača Zipplast iz Požege.

-Tokom trajanja festivala i ulice Beograda se pretvaraju u urbane modne piste. Pored dizaj-

-Moda i turizam su u neraskidivoj vezi. Gradovi kao što su Pariz, London ili Milano smatraju se prestonicama mode i mnogi posetioci dolaze u ove gradove povodom modnih dešavanja i, naravno, kupovine. Verujemo da će i Beograd vremenom postati jedna od prestonica mode, posebno kad se



nera, koji izlažu na BAFE-u, i sami posetioci festivala koriste te daneda pokažu svoj jedinstveni odevni stil i kreativnost. Srećni smo zbog toga, jer BAFE podržava ideju da je moda poseban oblik umetnosti koji ne živi samo na pisti, već i na ulicama grada - istakao je glavni organizator BAFE festivala, **Luka Opačić** i dodao:

radi o alternativnoj i urbanoj modi karakterističnoj za mlade. Tada će možda i beogradske hoteli, po uzoru na svetske, početi da angažuju priznate dizajnere da za njihovo osoblje dizajniraju uniforme.

P.R.A.

# HUMOR je moje oružje

Pre tačno jednu deceniju, vragolasti "dečko iz komšilika" ušao je u "Keš taksi" i vinuo se u sam vrh domaćeg šoubiznisa. Nije ni slutio da će u regionu postati jedan od najpopularnijih televizijskih voditelja današnjice – "Minimaks 21. veka", koji je u svom studiju ugostio najveće domaće i internacionalne zvezde, a sve zahvaljujući autorskoj emisiji zabavnog karaktera "Veče sa Ivanom Ivanovićem", potom i "Muškarcima", a odnedavno i emisiji u kojoj se biraju najbolji komičari. Kaže da mu je humor jedino oružje, a kvalitet i upornost istinska garancija za dugo trajanje. Paralelno sa televizijskom karijerom, imao je i prilično uspešne izlete u ugostiteljski svet, za šta je zaslužna, kako tvrdi – ljubav prema kafanama.

- Već u prvoj sezoni "Keš taksija", sa prijateljima sam otvorio *Pizza & espresso bar Fresco* u zgradi Filozofskog fakulteta u Beogradu, a onda sam kasnije u partnerstvu vodio *Central park*, pa *D Bar*, i sada *ID* restoran na Vračaru. To je, pre svega, rezultat moje ljubavi prema ugostiteljskim objektima i

prema konceptu kafane, pa tako već neko vreme živim ugostiteljski život paralelno sa televizijskim. Ali, moram da priznam da je ovaj televizijski mnogo lakši i prijatniji – u razgovoru za "Turistički Svet" otkriva popularni voditelj **Ivan Ivanović**, kome je kao inspiracija za najnoviji ugostiteljski poduhvat poslužio "otac psihoanalize" Sigmund Frojd.

#### ID BEZ EGA I SUPEREGA

- Zaštitno lice restorana *ID* je Frojd, i na meniju se nalaze jela koja nose psihološke pojmove i asocija-

cije, kao što su "letargija", "reakcija", "bipolarni poremećaj" i slične stvari, koje se na neki način mogu povezati sa samom namirnicom ili jelom. "Id" je deo naše podsvesti gde vladaju prirodni nagoni koje ne možemo da kontrolišemo – potreba za hranom, pićem, seksom, drogama... Mi ovde gostima nudimo klopnu i piće, a za ove druge dve, nek' se sami snađu – kroz šalu, u svom prepoznatljivom maniru pripoveda Ivanović, dodajući da je kuhinja ovog restorana u osnovi srpska, uz nešto moderniji servis.

- U ponudi imamo i internacionalne specijalitete, kao što su predjela grčkog tipa, rižoto ili neke čudne paste, kakve drugi ne nude. Nemamo karbonare, bolonjeze i slično, nego su to neki drugačiji sosovi koji nisu ovde u ponudi. Od glavnih jela imamo dve vrste ribe, hobotnicu i mesa od svih ostalih životinja. Imamo i par jela za vegetarijance. Meni je, u stvari, koncipiran tako da bude za svakog ponešto i da se gosti osećaju prijatno.

Pitamo ga – koji gosti su njihova ciljna grupa?

- Mi nismo nešto gađali ciljnu grupu. Ovde su se prirodno okupili neki ljudi kojima nije do ekspresije bogatstva i moći, i tih nekih stvari, nego žele da popričaju s prijateljima, jedu dobru hranu i piju dobro vino. Najčešći profil našeg gosta je između 20 i 50 godina, modernije i mentalno slobodnije orijentacije. Meni se mnogo dopadaju naši gosti, baš mi prijaju. Kao da sam ih sam bira, a nisam. Ne možeš to da biraš. Ali, verovatno konceptom koji postaviš, enterijerom, vrstom hrane, muzike, a i cenovno, ipak utičeš na to ko će dolaziti – tvrdi Ivanović, koji još uvek nema ambiciju da zalazi i u hotelijerske vode.

- Hotelijerstvo je mnogo ozbiljniji biznis od restoraterstva, i iskreno, sada nemam vremena niti znanja da bih se time bavio. Ali, nikad ne znaš šta nosi dan ili noć, sve je moguće. Verovatno bi prvi korak mogao da bude izdavanje apartmana u Rovinju.

#### ROVINJ – LONDON – NJUJORK

Za njega je Rovinj, kako kaže, nakon rodnog Beograda, najvažniji grad u životu, mesto gde već godinama provodi letnje odmore. Takođe, rado se vraća Njujorku i Londonu.





- Svake godine provodim dva meseca u Rovinju. Istra je za mene najlepši komad zemlje u Evropi. Ne znam da i jedno drugo parče zemlje u Evropi ima i more, i planinu, selo i grad, divljač i ribu, masline i vino... Ja tamo ozbiljno uživam i sigurno mogu da kažem da mi je Rovinj najbitnija destinacija u životu, posle Beograda. Prvi put sam tamo otišao 2007. godine, što je tada bilo prilično avangardno. Sada je mnogo veća ekspanzija naših ljudi, mnogi su tamo kupili i stanove. Mislim da pozitivna emocija Istrana prema nama nikada nije prestajala, i to se oseća. Oni nas tretiraju kao domaće goste, što je stvarno lepo.

Od svetskih destinacija, meni je svakako najbolji Njujork, iz mnogo razloga. Tamo odlazim skoro svake godine, tu imam i prijatelje. Mnogo volim taj grad. U Evropi volim London. Tu se i danas oseća pank duh i ta neka beskrajna lična sloboda koja je u glavama ljudi koji tu žive. Sve je dozvoljeno i niko se ni zbog čega ne iščuđava. Jednom sam u strogom centru Londona video golog čoveka za kojim se niko nije okretao. Svida mi se i atmosfera po barovima i klubovima. Takođe, to je grad u kom ima šta da se vidi i ako hoćeš da obilaziš turističke atrakcije, potrebne su ti nedelje, baš kao i u Njujorku – kazuje poznati šoumen, koji u Srbiji najčešće posećuje Vojvodinu.

- Nekad su to salaši, nekad Novi Sad ili Subotica. Volim Vojvodinu i mentalni sklop ljudi koji tu žive, i na kraju krajeva, nosim to negde u krvi. Moja cela familija po maminjoj strani je iz Banata, tako da je to za mene prirodno okruženje. Posećujem i Kopaonik, kao svaki pošten Srbin (smeh). Mislim da je Srbija mnogo lepa, i zaista imamo potencijal za razvoj turizma u ovoj zemlji. Ali, potrebna je neka odluka na višem nivou, i trud i rad od samih ljudi da shvate ideju ugostiteljstva i šta je to

što možemo da pružimo kao zemlja. Jer, malo je zemalja koje imaju tako lepu prirodu, kao što ima Srbija – tvrdi ovaj vispreni televizijski voditelj, koji je popularnost stekao zahvaljujući emisiji "Keš taksi", a slavu i status najveće voditeljske zvezde u regionu humoriističkom emisijom "Veče sa Ivanom Ivanovićem", kojoj su se naknadno pridružili i šarmantni "Muškarci", a odnedavno je pokrenuo i treću emisiju, zamišljenu kao takmičenje komičara, u kojoj se biraju najduhovitiji.

#### MINIMAKS 21. VEKA

Kaže da nije ni slutio da će postati jedan od najpopularnijih televizijskih voditelja današnjice – "Minimaks 21. veka", koji će u svom studiju ugostiti najveće domaće i internacionalne zvezde.

- Mislim da niko na ovom svetu, pa ni ja, nije mogao uopšte da zamisli ovakvu karijeru. Moja karijera, kao što je iznenađivala sve druge ljude, tako je iznenađivala i mene. Pokušavao sam nemoguće stvari, da ni ja sam nisam mogao da verujem da će se desiti. A desile su se – iskreno tvrdi naš sagovornik, kog neretko porede sa čuvenim Minimaksom.

- To je za mene ogroman kompliment. Ništa čovek lepše ne može da mi kaže nego da me uporedi sa Mićom. Na kraju krajeva, i činjenica je da su u istoriji „Oskara popularnosti“ samo dva čoveka dobila nagradu za TV lice godine i za najbolju emisiju: Minimaks i ja. On je u svoje vreme bio "bog", neko ko je na našim prostorima doneo taj „late-night“ šou u pravom smislu. U svim šou programima tog tipa u celom svetu, još od Eda Salivena naovamo, voditelj je centralna figura i njegovo ime je u naslovu emisije, jer sve zavisi od tog čoveka i njegove snage da iznese tako težak format, kao i od njegove volje i spremnosti da na tom putu žrtvuje skoro sve. Ja sam u tom nekom

smislu uspeo da napravim još jedan korak više – doveo sam u studio internacionalne zvezde kao što su Sting, Jan Gilan, Alen Delon, i mnogi drugi, čime sam dokazao da je sve moguće. Druga promena koju sam doneo je ta da sam pokazao da gosti u emisiji ne moraju da budu pevaljke, niti učesnici rijalitija, nego da možeš da napraviš kvalitetan program i da vodiš značajne i kvalitetne ljude, i tako nateras publiku da gleda nešto što nije gledala do tada – tvrdi Ivanović, kom je želja da ugosti i veličine poput Al Pačina i Roberta de Nira, te američkog ili ruskog predsednika.

- Jako sam želeo da radim intervju i sa Tinom Turner i to sam pokušao, i pronašao njen menadžment, i sve. Međutim, ona se povukla, sada živi u Švajcarskoj i ne želi više da učestvuje u medijima, tako da mi je Tina ostala neostvarena želja – kazuje Ivanović, podsećajući da je u ovaj posao ušao ne znajući nikoga sa estrade, a da danas svi znaju ko je on.

- Imao sam ozbiljnu privilegiju da razgovaram sa Gagom Nikolićem, Milenom Dravić, Acom

IVANOVA  
PORUKA ZA MILOŠA  
TEODOSIĆA  
Nije lepo kako maltretiraš  
košarkaše širom Evrope!  
Vidimo se uskoro kod  
mene u studiju.





Exactly a decade ago, mischievous "boy next door" entered the "Cash taxi" and soared to the top of the Serbian show business. He had no idea that he would become one of most popular regional television show hosts of today - "Minimax of the 21st century", who has hosted in his studio the biggest domestic and international stars, and all that thanks to the entertaining show "Evening with Ivan Ivanovic", followed by the show "Ivan Ivanovic and Men" and more recently the show in which are selected the best comedians. He says his only weapon is humor, and quality and persistence are the true guarantee for a long duration. Parallel to television career, he has made quite successful excursions into the hospitality world, thanks to, as he says - love for Serbian taverns.

Berčekom, koji je u poslednjih 20 godina gostovao jedino kod mene u emisiji, sa Zdravkom Čolićem, Bregovićem, Željkom Joksimovićem, Vladom Georgievom, Nikolom Kojom, koji je genijalan tip i divan čovek, i koji je takođe posle dvadesetogodišnje pauze u medijima gostovao kod mene, i to dva puta u godini dana. Svi oni ostavili su veoma pozitivan utisak. Niko nije na vrhu slučajno, i to je velika istina.

#### HUMANITARNI RAD – NAJVEĆI USPEH U KARIJERI

Iako su sva velika imena iz zemlje i regiona gostovala u njegovoj emisiji, jednoj poznatoj ličnosti to još nije pošlo za rukom. Pogađate, u pitanju je Jelena Karleuša.

- Ne mislim da sam time nešto propustio. Nije baš da nam fali u portfoliju, a i ne znam o čemu bih s njom razgovarao, šta bih je pitao. Stvari koje je ona postigla meni nisu zanimljive. S druge strane, ona je jedno 5-6 puta tražila da bude gost u mojoj emisiji, i od direktora, i preko vlasnika televizije. Očito je to njena velika životna ambicija, što ja poštujem – ne krije Ivanović, koji pored svega ostvarenog, svojim najvećim uspehom u karijeri smatra mogućnost da, kroz humanitarne akcije, nekome pomogne.

- Mislim da bi svaki čovek koji postane mnogo popularan i uspešan u šou biznisu morao da ima svest o tome da treba nešto da vrati nazad i da cela ova buka, popularnost, nema smisla ako je to samo za tebe i ni za kog drugog. Bavim se jednim predivnim poslom, koji ti daje neverovatnu moć i uticaj, i ne iskoristiti taj

uticaj za nešto dobro je u najmanju ruku nekulturno. Ja to tako vidim. Meni je samo bilo važno da biram neke opšte stvari, kako bi pomoć koju ja pružam imala što veći efekat, tako da sam se opredelio za renoviranje bolnica u kojima se leče sva naša deca, a ne za akcije usmerene samo na jedno dete. Otkad emisija „Veče sa Ivanom Ivanovićem“ postoji, postigli smo neverovatan rezultat: uspehi smo da sakupimo blizu milion evra humanitarne pomoći, i na to sam najponosniji. To bih naveo kao najznačajniju stvar u mojoj karijeri, pa onda sve ostalo – ističe poznati voditelj, koji je nedavno ponovo imao priliku da vozi taksi, ali ovaj put u potrazi za novim idejama kako da se uredi Beograd.

- Zamisao je bila da ljudi uđu u taksi i kažu svoju ideju koja završi na sajtu, gde se glasa za najbolji predlog. Svašta su predlagali, od toga da se srede fasade i dečji parkovi, pa do gradnje velike zvezde na Zvezdari, da bi svi mogli iz grada da vide gde se Zvezdara nalazi. Svega tu ima, ali to je zaista bilo jedno lepo iskustvo.

#### MORA DA BUDE SMEŠNO!

Što se tiče budućih planova, Ivan Ivanović nam otkriva da će i dalje nastaviti da se bavi ovim poslom, ali da sebe u budućnosti više vidi iza kamere – kao autora i producenta različitih emisija, koje će, nadamo se, biti podjednako uspešne kao ove dosadašnje.

- Ne postoji recept za uspeh. Sve što čovek može da radi je da se trudi da svakog dana bude sve

bolji, da nikada ne popušta sa kvalitetom, i da bude dovoljno hrabar i uporan da mu se sve to vrati. Ako si dovoljno dugo dobar, u nekom trenutku to niko neće moći da opovrgne niti da ignoriše. U sredini kao što je Srbija to je možda malo teže, i zahteva veću upornost, ali nije nemoguće.

Najbolji primer za to je sam Ivanović, koji kroz život korača sa šeretskim osmehom na licu.

- Moj tim i ja u proseku pišemo 32 šale po emisiji već 250 epizoda. Šta god da se desi, mi u svemu prvo vidimo šalu. To je bolest. Mi jednostavno tako funkcionišemo. Ja nemam drugu misiju, ništa drugo me ne zanima, osim da to što radimo bude smešno. Ako nije smešno, neću da radim. A da li nekad u svemu tome predemo granicu? To je već stvar ukusa. Ne treba izgubiti iz vida da je sve ono o čemu govorimo ili komentarišemo u mojim emisijama već objavljeno na nekoj televiziji, sajtu ili u novinama. Sve se to već desilo u javnom životu. Tako da je licemerno što neki optužuju mene zašto nešto komentarišem, ili što se diže frka kad koristimo nepristojne reči, jer deca gledaju. Ko je kriv za to što deca gledaju i pored upozorenja da taj sadržaj nije prikladan njihovom uzrastu? Jedini način da se borim protiv nekih stvari je kroz humor. Ja nemam drugo oružje. I kada nekad predem granicu, to nikada nije bez razloga. Uostalom, kakav je to humor u kom se ne prelazi granica?

Biljana Bosnić Ognjenović



# Magija koja OŽIVLJAVA I OPLEMENJUJE

Dobra i pažljivo osmišljena rasveta može značajno da utiče na kvalitet hotelskog prostora, kao što izbor i pozicija rasvete može da naruži prostor ili da naglasi i otkrije njegove nedostatke. Tako arhitekta i dizajneri mogu da osmisle i najljepši, najmoderniji prostor, ali bez odgovarajućeg svetla to se ne vidi: u mraku su svi oblici i materijali isti.

Postoje čitavi timovi dizajnera svetla, u koje su uključeni dizajneri enterijera, arhitekta i inženjeri koji rade proračune po prostorijama, na osnovu potrebne količine svetla, ali i efekata koji se žele postići. Isti prostor, pod drugačijim svetlom, može izgledati potpuno različito. Na primer, svetla sala za doručak, jasno osvetljena dnevnim svetlom, u večernjim satima se može pretvoriti u romantičan restoran - navlačenjem baršunastih draperija i sa toplom diskretnom rasvetom, ili u disko-klub - uključivanjem rotacionih reflektora u raznim bojama svetla.

U funkcionalnom smislu, rasvetu možemo da posmatramo kao: opštu, ambijentalnu i dekorativnu.

**Opšta rasveta** služi da osvetli ceo prostor ravnomerno. U zavisnosti od namene prostorije u hotelu, ona može biti jača ili slabija, a u zavisnosti od toga kakvu atmosferu želimo da dobijemo, može biti i različitih nijansi i boja. Najčešće se koristi bela - najpribližnija dnevnoj svetlosti, hladno bela sa primesom ljubičaste i spektar žute. S obzirom na raznovrstan izbor na tržištu, ova rasveta se može podesiti i tako da joj se u toku dana menjaju boja i intenzitet. U prostoru hotelskog restorana i hola, ukoliko imamo nedostatak dnevnog svetla, u toku jutra i dana opšta rasveta bi trebalo da bude bela i jača, a u toku večeri, blago prigušena i sa toplijom nijansom. Svetiljke, koje osvetljavaju prostor na ovaj način, su, po pravilu, neupadljive, najčešće ugradne, ali sa odgovarajućim tehničkim karakteristikama i kvalitetne.

**Ambijentalna rasveta** je veoma bitna u svim prostorijama hotela koje koriste gosti. U holovima, hodnicima, sobama, a naročito u restoranima, spa centrima i eksterijeru. Ovom rasvetom možemo praviti različite ambijente u okviru jednog prostora,

## STUDIO M HOTEL

Jedan od odličnih primera je recepcija hotela **Studio M Hotel u Singapuru**. Luster, koji više liči na skulpturu, postavljen je tačno iznad recepcije, i zajedno sa njom čini upečatljiv element enterijera. Dizajn hola je potpuno sveden, gotovo minimalistički, što dodatno naglašava ovaj neobičan, ali fantastičan spoj. Luster je potpuno moderan, ipak pomalo podseća na klasične lustere, s obzirom na veliki broj sitnih svetiljki od kojih je sačinjen. Ono što se sigurno primećuje jeste da je ovo telo napravljeno isključivo za ovaj objekat i enterijer i kao takvo doprinosi njegovoj autentičnosti.



In addition to desire to adequately illuminate a space, to fit properly lighting in an interior design, or to further beautify it by choosing the right type of lighting, we should take into account the details such as: energy savings, environmental impact in terms of light pollution and impact on global warming. Today there is a great variety of the high energy class lighting that saves energy and does not affect the additional space heating. Its price is slightly higher than the standard, but through the exploitation it pays off. On the light pollution we can influence ourselves by carefully and elegantly designing of lighting, without exaggeration that can pull the object in vulgarity and kitsch.



### THE LOLA HOTEL NYC

Enterijer lobija ovog hotela je u celini moderan i veoma elegantan, ali vuče ka klasičnom dizajnu, koji u potpunosti odgovara prefinjenom luksuzu u maniru njujorških enterijera. Iako je veoma luksuzan, nije opterećen detaljima. Jasno se može videti opšta rasveta, koja je neupadljivo ugrađena u plafone, dok je akcenat na raskošnom, srebrnom lusteru modernog dizajna. Ambijentalna rasveta loby šanka je u vidu svetlosne trake, koja baca difuzno, ali jasno svetlo i tako ga naglašava. Koncept čitavog enterijera je takav da je svetlo prigušeno, toplo, u skladu sa tamnim bojama i kombinacijom materijala.

možemo naglasiti detalje i dati akcente. Svetiljke koje se koriste u ovu svrhu, mogu, takođe biti neupadljive, ugradne, sakriveni reflektori, podne svetiljke, kada je akcenat samo na svetlosnom efektu, ali i istaknute kao deo dizajna enterijera, kao što su stone i podne lampe najrazličitijeg dizajna i oblika.

**Dekorativna rasveta**, kao zaseban tip, ili kao deo ambijentalne ili opšte rasvete, jestu svetiljke i rasvetna tela koja svojim oblikom i mestom značajno utiču na enterijer. Od lampi i lustera standardnog dizajna i dimenzija, preko velikih klasičnih lustera do modernih instalacija i „skulptura koje svetle“ - sve je dozvoljeno. Važno je da se pravilno uklopi u prostor, u skladu sa dizajnom enterijera, i da je svetlost koju daje odgovarajuća. U nekim slučajevima, ovi elementi daju jako malo svetlosti, tek toliko da se samo oni istaknu.

Delovi enterijera hotela gde se najčešće postavlja atraktivna rasveta su hotelski lobi i recepcija.

Pored težnje da se prostor adekvatno osvetli, da se rasveta dobro uklopi u dizajn enterijera, ili da se dodatno ulepša, izborom tipa rasvete mora se voditi računa i o detaljima kao što su: ušteda energije, uticaj na životnu sredinu, u smislu svetlosnog zagađenja i uticaja na globalno zagrevanje. Danas postoji veliki izbor rasvete visokog energetskeg razreda koja štedi energiju i ne utiče dodatno na zagrevanje prostora. Njena cena je nešto viša od standardne, ali se kroz eksploataciju višestruko isplati. Vek trajanja sijalica je takođe veoma bitan faktor pri izboru, jer tako moženo smanjiti troškove održavanja objekta. Na svetlosno zagađenje možemo sami uticati, tako što se rasveta pažljivo i elegantno osmisli, bez preterivanja koja mogu objekat povući u vulgarnost i kič.





### FOUR SEASONS HOTEL GEORGE V PARIS PALACE

Enterijer ovog hotela, tako i loby bara je u potpunosti istorijski i klasičan. U skladu sa tim je i kompletna rasveta i svetiljke. Zidovi i plafoni su većinom beli, sa dosta detalja plastike, u odnosu na to, smela kombinacija jarkih boja ostalih elemenata enterijera, daje živahnost prostoru. Rasveta se sastoji od lustera i zidnih lampi koje su ujedno dekorativna ali i opšta rasveta. Lusteri su stakleni sa kristalima većih dimenzija, ali ne preveliki i sa mnoštvom sitnih svetiljki. Kristali daju luksuz prostoru, ali i diskretno prelamaju i raspršuju svetlo. Zidne i podne lampe su po dizajnu drugačije od lustera, ali dobro uklopljene, u kombinaciji mesinga i platnenih abažura, daju toplo svetlo i toplu notu prostoru.

Ivana Banović Đorđević, *dia.*

### DEMEX 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.demexproject.com](http://www.demexproject.com)





# ORION

Leuchten mit Stil

Vaš kompetentni partner  
u oblasti svetla & rasvete

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

Inovativni dizajn | Svi stilovi i nivoi cena | Rezervna stakla i abažuri | Stručni savet | Izrada po narudžbi



Ako projektujete raskošan, luksuzni hotel,  
restoran sa stilom, ugodan bar ili  
reprezentativnu vilu – mi ćemo vam  
pomoći da ostvarite svoje ideje.

## VAŠE POGODNOSTI:

- Stručni savet još u fazi projektovanja
- Veliki izbor i bogat asortiman od tradicionalno klasičnog stila, preko dekorativne Secesije sve do modernih LED-svetiljki
- Brza kalkulacija za izradu po narudžbi
- Iskustvo i kompetencija u realizaciji velikih projekata
- Isporuka na vreme i za veće količine



ORION

ORION rasveta - Beograd

11000 Beograd, Cara Dušana 3  
Tel./Fax: +381/11/218 22 05,  
Mob.: +381/64/150 94 97



ORION

ORION rasveta - Kragujevac

34000 Kragujevac, Svetozara Markovica 19  
Tel./Fax: +381/34/313 99 5  
Mob.: +381/64/150 94 97

Već 70 godina projektujemo i proizvodimo po najboljoj austrijskoj zanatskoj tradiciji rasvetna tela visokog kvaliteta za stanove i javne objekte.



## SVETLEĆA STRAST

Kad je reč o rasveti Orion, od reprezentativnih lustera do modernih svetiljki, još od 1948. godine sve se vrti oko jedne teme a to je svetlost. Jedna od mnogih prednosti ovog preduzeća je – sopstvena proizvodnja.

Austrijska porodična firma Orion, koja je već 70 godina potpuno posvećena temi svetlost, odlikuje se mnogim prednostima. Tradicionalno i moderno, posebno u sferi hotelijerstva moraju se stapati u jedinstvenu celinu a to se svakako odnosi i na čitavu paletu proizvoda za rasvetu. Ova paleta se proteže od tradicionalnih lustera do modernih izvora svetlosti - LED svetiljki. Tema dugotrajnosti sve više dobija na značaju. Svaki hotelski objekat se mora sve više suočavati sa izazovom zvanim energija, jer u međuvremenu nije samo gost onaj, koga se tiče energetska efikasnost i svest o zaštiti okoline.

Oduvek je vizija Oriona bila da sa stalnim novitetima iz sopstvene proizvodnje, uz inovativni dizajn i uz već legendarnu austrijsku zanatsku umetnost stvara rasvetna tela koja se odlikuju dugovečnošću, štedljivošću i verhunskim dizajnom.



Opremanje prostora u hotelskim i gastronomskim objektima postaje sve važnije. U tome veliku ulogu igraju svetlost i rasvetna tela koja daju tu svetlost.

Sa stručnjacima Oriona, u čiji domen spadaju i saradnja sa arhitektama i enterijeristima, mogu se izraditi "kreacije po meri" u neiscrpnom obilju boja, oblika i materijala, unikatno razvijene i proizvedene za određene projekte. Na taj način svaki prostor i svaki projekat, bez obzira na veličinu, dobijaju sebi primereno, odgovarajuće osvetljenje i prikazuju se u najlepšem svetlu.

Dizajn i opremanje su važni ali pri tom ne treba ispustiti iz vida dugotrajnost i funkcionalnost. Sa zadovoljstvom ćemo pružiti savete u našim salonima Orion u:

11000 Beograd, Cara Dušana 3,  
Tel. 011/2182 205,

34000 Kragujevac, Svetozara Markovića 19,  
Tel. 034/313 995.



# SPORTSKE LEGENDE u ulozi ugostitelja

Profesionalni sportisti izgleda imaju sve: slavu, bogatstvo, dobar izgled! Mnogi od njih, teško zarađeni novac besomučno troše na skupe automobile, provod i luksuzne nekretnine, što ih često u toku karijere ili odmah nakon penzionisanja dovodi do bankrota. Nasuprot njima, drugi svoj novac mudro ulažu u profitabilne investicije. U stvari, većina sportskih zvezda pametno investirajući zaradi više novca od svojih investicija, nego tokom karijere. Ovi asovi potvrđuju da je ugostiteljstvo, najčešći, siguran i najbolji izbor kada je biznis u pitanju.

## TIGER WOODS

Američki igrač golfa Tiger Woods, prema istraživanju Forbs-a, zaradio je najviše novca među sportistima u poslednjih 10 godina (845 miliona dolara). Njegova kompanija Tiger Woods Design od 2006. godine dizajnira i organizuje golf kurseve širom sveta.

U okviru nacionalnog parka Kanha u Indiji, poznati golfer otvorio je Tiger Woods Kanha Resort and Spa, potpuno ekološki dizajniran hotel namenjen ljubiteljima prirode i safarija, kao i onima koji žele da pobegnu iz moderne civilizacije. Resort ima 35 udobnih kreveta u okviru drvenih vikendica, a u ponudi je i kućica na drvetu. Svaka jedinica ima moderno kupatilo sa vrhunskim tuš kabinama, kao i veliki balkon na kome se gosti mogu opustiti i posmatrati divlju prirodu. U okviru kompleksa je i ogroman bazen sa toboganima, baby bazen, jakuzi, sauna i fitness centar.

## CRISTIANO RONALDO

Jedan od najboljih fudbalera današnjice Cristiano Ronaldo, udružio se sa Pestana hotelima i odlučio da uloži 40 miliona dolara u svoj lanac luksuznih butik hotela koji će se nalaziti na nekoliko popularnih lokacija kao što su Portugal, Španija i SAD.

Za sada su otvorena dva butik hotela Pestana CR7 Funchal u Cristianovom rodnom Funšalu na Madeiri i Pestana CR7 Lisboa u centru Lisabona. Pestana CR7 Funchal otvoren je u julu ove godine i ima 48 soba i jedan veliki apartman pri čemu je 25 soba uređeno u CR7 stilu, a 23 u Superior CR7 stilu. Ono što CR7

predstavlja na fudbalskom terenu, i van njega, upravo je stil kojim se Pestana CR7 suprotstavio konkurenciji. Sobe su sofisticirane, stilizovane sa diskretnim sportskim elementima. CR7 sobe i apartmani imaju apsolutnu digitalnu udobnost koju obezbeđuje ultra brzi Wi-Fi. Oba hotela privlače pažnju sve većeg broja turista i Cristianovih fanova. Ugostiteljstvo i vrhunska usluga su samo prateći deo objekta čiji je primarni cilj promocija najpoznatijeg portugalskog sportiste. Tokom 2017. godine biće otvorena još dva hotela iz ovog lanca u Madridu i Njujorku.

## MICHAEL JORDAN

Michael Jordan, koga mnogi smatraju najboljim košarkašem svih vremena, ozbiljno se posvetio investiranju nakon što je penzionisan 2003. godine, a prošle godine se po prvi put našao na listi milijardera časopisa Forbs sa bogatstvom od ravno milijardu američkih dolara. Slavni košarkaš oprobao se i u ugostiteljstvu, pa je tako vlasnik lanca restorana Michael Jordan's Steakhouse u Njujorku i Čikagu. Na meniju ovog restorana je 30 različitih vrsta bifteka, a

restorani su poznati i po ugljenisanim biftecima, svežim morskim plodovima, brojnim poslasticama i klasičnim jelima. Restorani su dizajnirani tako da odražavaju Jordanov osećaj ukusa i stila.

## RIO FERDINAND

Rio Ferdinand, bivši fudbaler Manchester United-a, otvorio je italijanski restoran Rosso u prestižnoj Kraljevskoj ulici u Mančesteru, koji predstavlja omiljeno mesto slavnih i bogatih. Restoran je poznat po odličnoj hrani, kao što su pice, paste, bifteci i sveže pripremljena jela od ribe, brzoj usluzi i uzavreloj atmosferi. Ponudu upotpunjuje



Cristiano Ronaldo Hotel



Hotel football





Hotel Columbus Monte Carlo



Michael Jordan's Steakhouse



Wayne Gretzky's



Restoran Rosso



T.G.I. Friday's restoran



The Bridge 1859



It seems that professional athletes have it all: fame, fortune, good looks! However, many of them get very bad publicity when they bankrupt during their careers or immediately after retirement, spending money on expensive cars, entertainment and real estate. While some do not know how to manage hard earned money, others transform it into a profitable investment. In fact, most sports stars earn more money from their good investments than during their careers. Tiger Woods, Cristiano Ronaldo, Michael Jordan, Rio Ferdinand, Magic Johnson and others confirm that the tourism and hospitality industry is often the best choice when it comes to business.

širok spektar odabranih vina, pića, kao i više od 40 vrsta koktela. Od nedelje do četvrtka od 19,30 časova u restoranu se organizuju veoma popularne zabave uz swing i džez muziku.

#### RYAN GIGGS I GARY NEVILLE

Bivši saigrači, fudbaleri Manchester United-a Ryan Giggs i Gary Neville vlasnici su prvog fudbalskog hotela na svetu sa četiri zvezdice i 133 sobe. Osmospratni Hotel football osmišljen je kao Meka za navijača United-a i nalazi se preko puta Old Trafforda. Gostima je na raspolaganju i kafe bar koji je dizajniran u obliku fudbalskog terena iz kojeg se može uživati u panorami Mančestera. U hotelu su smeštene i prostorije kluba navijača Manchester United-a.

#### EARVIN "MAGIC" JOHNSON

Ova legenda kluba Los Angeles Lakers postavila je zlatni standard svojim kolegama kada je u pitanju preduzetništvo. Svi dobro znamo ko je Magic Johnson bio u svetu sporta, a sada važi za jednog od najuspešnijih biznismena. Njegova kompanija Magic Johnson Enterprises vredni više od 700 miliona dolara. NBA super star,

između ostalog, u vlasništvu ima i Sodexo-MAGIC, 30 Burger Kings-a, i nekoliko T.G.I. Friday's restorana.

Magic Johnson T.G.I. Friday's restoran u Los Anđelesu može da primi 289 ljudi i nudi isti meni kao i u ostalim T.G.I. Friday's restoranima. Ovaj restoran pun je Johnsonovih uspomena iz detinjstva i košarkaških početaka. Inače, T.G.I. Friday's restorani postali su omiljeni milionima korisnika još davne 1965. godine, a prepoznatljivi su po inovativnom pristupu.

#### SEAN O'BRIEN, JAMIE HEASLIP,

#### ROB KEARNEY I DAVE KEARNEY

Ragbi igrači Rob Kearney, Jamie Heaslip i Dave Kearney kupili su u svojoj rodnoj Irskoj, u Dublinu, restoran The Bridge 1859 za 1,35 miliona evra. Restoran, koji se nekada zvao Bellamy's pub, nakon potpunog renoviranja postao je omiljen među sportistima, jer se nalazi u blizini stadiona Aviva, ali i među lokalnim stanovništvom. Iako vole ragbi, vlasnici su se potrudili da restoran ne postane tipičan "ragbi" bar.

#### WAYNE GRETZKY

Wayne Gretzky važi za jednog od najboljih hokejaša svih vremena, a njegov dres sa brojem 99 povukli su iz upotrebe svi hokejaški klubovi. U saradnji sa Džonom Bitovim 1993. godine kupio je restoran u centru Toronta koji danas predstavlja kulturno mesto. Wayne Gretzky's restoran dekorisan je tako da ističe najbolje trenutke u karijeri ovog slavnog hokejaša, a gosti mogu da uživaju u vrhunskoj hrani i usluzi. U sportskom baru gosti su u prilici da prate sva sportska dešavanja na ekranima visoke rezolucije.

U oktobru ove godine Gretzky je otvorio i viski bar No. 99 Gretzky's Wine & Whisky na internacionalnom aerodromu Edmonton.

#### DAVID COULTHARD

Vozač Formule 1 David Coulthard otkupio je 2001. godine u mirnom delu Monaka hotel Columbus Monte Carlo sa tri zvezdice. Nakon renoviranja, hotel je dobio 181 savremeno opremljenu sobu sa pogledom na luku Fontvieille, cvetni vrt princeze Grace, i Sredozemno more. Poznati vozač Formule odlučio se za kul i šik enterijer, a hotel je vrlo brzo postao luksuzna alternativa domaćim hotelima. Hotel je potpuno renoviran 2012. godine kada je dobio i četiri konferencijske sale sa prirodnim osvetljenjem i najsavremenijom opremom, otvoreni bazen i wellness i fitness centar.

Nevena Vučić

# SPORT I HOTELIJERSTVO: ima neka tajna veza

Poput čuvenih internacionalnih sportskih asova koji su se oprobali u ugostiteljstvu, ni brojni naši uspešni sportisti nisu uspeli da odole tom izazovu. Novac koji su zaradili baveći se sportom, uložili su u restorane, kafiće, kampove, vile, a neretko i u hotele, mahom na Zlatiboru, Kopaoniku i u Beogradu.

## ZLATIBOR I KOPAONIK – OAZE "PARTIZANOVIH" ZVEZDA

Legenda jugoslovenske košarke **Dragan Kićanović**, suvlasnik je hotela "Olimp" na samom ulazu u turistički centar Zlatibora, a istaknuti internacionalni igrač **Miroslav Pecarski** vlasnik je odmarališta "Sunčani breg" na istoj planini, u sklopu kojeg se nalazi i košarkaški kamp "Maxima". Njihovim stopama ambiciozno je krenuo i aktuelni predsednik KK "Partizan" i NBA igrač **Nikola Peković**, čija je firma „Balkan GS Chance“ u "zelenoj zoni" Zla-



Vila Peković



Srebrna lisica

tibora izgradila šestospratni deluks hotel „Vila Peković“, čijih 86 apartmana nije namenjeno rentiranju turistima, već isključivo prodaji. Osim apartmana, u sklopu hotela nalazi se i recepcija, garažni prostor, wellness centar i teretana. Peković je kupio i lokaciju zlatiborske autobuske stanice i, po pisanju "Blica", parcelu površine 1,2 hektara platio opštini Čajetina tri miliona evra, s ciljem da ovde izgradi još jedan hotel.

Za razliku od ovih košarkaških zvezda koje su se stacionirale na Zlatiboru, proslavljeni fudbaleri **Savo Milošević** i **Dragan Ćirić** svoj novac investirali su u hotel "Srebrna lisica" na Kopaoniku, baš kao i bivši odbojkaš i reprezentativac Jugoslavije i Srbije i Crne Gore **Goran Kvísko Vujević**, koji je suvlasnik hotela "Ozon" na ovoj planini. Zanimljivo je da ovi sportisti, osim hotelijerskih poduhvata i ljubavi prema našim popularnim planinskim centrima, imaju još nešto zajedničko – svi su igrali u "Partizanu".

## TESLA I (TRO)SKOK U HOTELIJERSTVO

Svoju karijeru u ovom klubu započeo je i mladi fudbaler **Mihajlo Cakić**, koji je potom igrao i u nekim od najvećih klubova u Ukrajini, Belorusiji i Moldaviji. Sve do prošle zime uživao je u ovom sportu, ne sluteći da će postati hotelijer. Glavni "krivac" za tu odluku bila je povreda.

- Kada sam se zbog povrede vratio u Beograd, razmišljao sam šta bih mogao da počnem da radim, jer nisam neko vreme smeo da se bavim sportom. S obzirom da sam studirao hotelijerstvo i da smo moja porodica i ja imali resurse za pokretanje hotelskog biznisa, zajedno sam sa najbližim krugom ljudi došao na odličnu ideju



Tesla - Smart Stay

da na Vračaru otvorim tematski hotel visokog kvaliteta i dizajna - "Tesla - Smart Stay", posvećen našem velikom naučniku – tvrdi Cakić, koji u februaru planira da otvori ovaj hotel sa 17 luksuznih, komfornih smeštajnih jedinica, ne odustajući pritom od svoje prve ljubavi – fudbala, koji sada igra u FK "Zemun".

U hotelijerstvo je pre par godina "uskočio" i bivši jugoslovenski rekorder i olimpijac u troskoku, **Milan Spasojević**. On je i vlasnik kompanije "Triple Jump", koja zastupa i distribuira svetske sportske i modne brendove, i koja ima sopstvenu maloprodaju u osam zemalja Evrope.

- Odluka da uđemo u hotelijerstvo doneta je kao težnja ka disperziji biznisa, kao i upošljavanju viška stečenog kapitala. Tako je beogradski hotel "Jump Inn" sagrađen sa 80% učešća sopstvenog kapitala od ukupno uloženi 6,8 miliona evra. Hotel je namenjen turistima i poslovnim ljudima koji u Beogradu borave jedan, dva ili tri dana i koji tragaju za visokim komforom i dobrom gradskom komunikacijom, ali i kratkom boravku sportskih ekipa i ➤(7998)





Bul. Vojvode Mišića 24

Tel: +381 11 3572 465

Fax: +381 11 3572 466

info@prestigehotel.rs

www.prestigehotel.rs

# Mesto tradicionalnih SPORTSKIH OKUPLJANJA

**H**otel Prestige\*\*\*\* je jedinstveni gradski hotel visoke kategorije koji u svom sastavu ima fudbalski teren sa veštačkom travom (105 x 69 m), koji nosi FIFA sertifikat! To je teren FK Bask, najstarijeg srpskog sportskog kluba, na kojem se, održavaju razna sportska klupska i ekipna takmičenja, domaća i inostrana gostovanja i sve vrste sportskih manifestacija.

Ovaj hotel sa dugom sportskom tradicijom, smešten u neposrednoj blizini Ade Ciganlije, Košutnjaka i Topčiderskog parka, predstavlja idealnu lokaciju za sportske karantine, pripreme i fudbalske kampove. Ali, ne samo zato što ima fudbalski teren, već pre svega zbog vrhunske usluge i pažnje koju u svakom segmentu hotela Prestiž zaposleni pružaju svojim gostima. Uz besplatni parking za automobile i autobuse, sale za konferencije, restoran i 67 komfornih soba – hotel Prestiž je potpuno spreman da svojim sadržajem i kvalitetom zadovolji potrebe i najzahtevnijih klijenata, a naročito sportista koji su u hotelu Prestiž omiljeni gosti!



## NOVAK ĐOKOVIĆ: EQVITA – RAJ ZA VEGANE

Novak Đoković, najbolji teniser svih vremena, i njegova supruga Jelena otvorili su, početkom godine, restoran Eqvita u Monte Karlu. Supružnici su svoju strast prema zdravoj hrani usmerili u ovaj restoran koji nudi samo proizvode veganske ishrane, što znači da nema mesa, ribe, morskih plodova, jaja, mleka i mlečnih proizvoda.

Prema rečima vlasnika, Eqvita je napravljena "iz ljubavi, zahvalnosti i dubokog stremjenja ka prirodi, njenim uticajima na ljudsko telo i dušu, kao i načinu na koji priroda i čovek saraduju ne bi li bića bila zdrava i srećna". Restoran ima jednostavan koncept, a u njemu će se služiti isključivo obroci i šejkovi od "superhrane" u koju spadaju namirnice bogate antioksidantima, kao što su bobičasto voće, orasi, beli luk, zeleniš.

Đoković u Srbiji već poseduje dva restorana Novak u Beogradu koje vodi njegova porodica. Restorani su poznati po autentičnom enterijeru i vrhunskoj usluzi, a ono zbog čega im se gosti uvek vraćaju su specijaliteti internacionalne kuhinje, sa izvanrednim kombinacijama različitih ukusa.



(7996) ➤ pratećih timova. Ljudi iz sveta sporta prepoznaju iz samog naziva hotela i firme, kao i iz velikog broja lepih fotografija sportskih asova kojim obiluje hotel, da se radi o objektu naklonjenom sportistima, pa se zato opredeljuju za nas – tvrdi proslavljeni atletičar, dodajući da je "Jump Inn" hotel do sada ugostio brojne aktivne i bivše sportiste iz celog sveta, kao što su Dino Rađa, Havijar Sotomajor, Bjanka Vlašić, Miloš Srećević,

Velimir Stjepanović, Pini Geršon i mnogi drugi.

### HOTELI ZA SPORTISTE

Sportisti su rado viđeni i u hotelu "Solaris" u Vrnjačkoj Banji, u kom idealne uslove za pripreme nalazi veliki broj reprezentativnih selekcija i klubova.

- U "Solarisu" su do sada boravile sve selekcije muške i ženske rukometne reprezentacije, sve selekcije odbojkaške muške i ženske repre-

zentacije, tekvondo reprezentacija, juniorske i kadetske muške košarkaške reprezentacije, rukometni klub "Metalurg" iz Skoplja i mnogi drugi. Ovdje je održan i međunarodni rukometni kamp „Andrea Lekić“, a "Solaris" je bio oficijelni hotel "Davis Cup" takmičenja, Svetskog prvenstva u stonom tenisu i Međunarodnog WTA turnira u tenisu – otkriva **Maja Remetić**, PR i marketing menadžer ovog hotela.

Poznato mesto okupljanja većine sportskih klubova i saveza je i beogradski hotel „Prestige“, koji poseduje sopstveni fudbalski teren, baš kao i Sportski centar Fudbalskog saveza Srbije, koji je zvanično otvoren u maju 2011. godine u opštini Stara Pazova.

- Sportski centar FSS pruža mogućnost organizovanja pripremni boravaka za sve domaće i inostrane sportske selekcije, ali pored toga pruža i visok nivo usluga korporacijama i raznim drugim organizacijama, kako u pogledu udobnog smeštaja i prijatnog boravka, tako i u pogledu raznovrsnih sportskih, rekreativnih i poslovnih aktivnosti – poručuje menadžer marketinga i prodaje Sportskog centra FSS **Aleksandra Šubić**, dodajući da su u narednom periodu njihove ambicije okrenute ka povećanju fokusa na kongresni turizam, kao i na organizovanju turnira, te povećanju broja pripremni boravaka sportskih ekipa, kako fudbalskih, tako i rukometnih, odbojkaških i drugih timova iz zemlje i inostranstva.



Like the famous international sport aces who have tried out in the hospitality industry, there are numerous successful Serbian athletes who were not able to resist the challenge. The money earned playing sports, they have invested in restaurants, cafes, camps, villas, and often in hotels, mostly in Zlatibor, Kopaonik and Belgrade. Some of the most famous athletes-hoteliers are famous basketball players Dragan Kićanović and Nikola Peković, football player Savo Milošević, athlete Milan Spasojević, and many others.



Jump Inn



Solaris Resort

Biljana Bosnić Ognjenović





СПОРТСКИ ЦЕНТАР ФСС



# ZA SPORTISTE, POSLOVNE LJUDE I GOSTE KOJI ŽELE AKTIVAN ODMOR



Sportski centar Fudbalskog saveza Srbije smešten je u Staroj Pazovi, na ušću sportskih i poslovnih dešavanja. Ovaj prestižni sportsko-turistički kompleks otvoren je kako za sportiste, tako i za građanstvo i poslovne ljude, koje će očarati originalnom arhitekturom, modernim enterijerom, najvišim nivoom usluge i bogatim sportskim sadržajima.

Hotel Srbija Lux\*\*\*\*, koji se nalazi u okviru Sportskog centra FSS, raspolaže smeštajnim kapacitetom od 64 dvokrevetne sobe i 4 apartmana. Hotel ima i restoran, kapaciteta od 150 mesta, kao i 5 savremeno opremljenih konferencijskih sala, od kojih najveća poseduje 200 mesta, a najmanji VIP salon – dvanaest. Sportski centar FSS postao je značajno odredište za poslovne ljude i kongresni turizam, idealno za organizaciju seminara, konferencija i tim buildinga.

Sportski sektor obuhvata 6 fudbalskih terena punih dimenzija, od kojih je pet sa prirodnom travom i jedan sa veštačkom podlogom najvišeg kvaliteta. Tu je i multifunkcionalna sportska hala, površine 1.500 kvm, idealna za mali fudbal, košarku, rukomet, odbojku i ostale dvoranske sportove, kao i teretana sa najsavremenijim spravama.

U sklopu wellness centra ovog kompleksa nalaze se saune, tursko kupatilo, soba sa morskom klimom, tepidarijumi, đakuzi kade i sobe sa stolovima za masažu. Uz tihu muziku i umirujuća svetla, nošeni dobrim vibracijama i zaneseni stvaranjem unutrašnje ravnoteže, ovde ćete sasvim sigurno odmoriti dušu i telo, i zaboraviti na svakodnevicu.

E-mail: [marketing@sportskicentarfss.co.rs](mailto:marketing@sportskicentarfss.co.rs)

Tel: +381 22 367 500

[www.sportskicentarfss.co.rs](http://www.sportskicentarfss.co.rs)





# Košarkaški kamp

Jedan od najboljih košarkaša u Evropi Miloš Teodosić, u ekskluzivnom intervjuu za "Turistički Svet" ističe da će 2016. godinu pamtiti po srebrnoj medalji naše košarkaške reprezentacije na Olimpijskim igrama u Rijuu i osvajanju Evrolige sa CSKA, ali i po ostvarenju višegodišnjeg sna: da u Srbiji otvori košarkaški kamp, gde će neki novi klinci učiti od najboljih i izrastati u šampione.

• *Ovog leta na Srebrnom jezeru otvorili ste košarkaški kamp "Teo4", koji je namenjen dečacima i devojkicama uzrasta od 9 do 17 godina. Da li ste zadovoljni kako je sve to proteklo? Kakvi su utisci učesnika?*

- Prezadovoljan sam, zaista. To i kažem zbog utiska učesnika. Mislim da su upravo deca koja su učestvovala u kampu najbolji sagovornici na tu temu. Posle svake smene radili smo anonimnu anketu sa njima. Želeli smo da saznamo šta zaista misle i kakve su im impresije, kako su čuli za kamp i šta bi sve trebalo da promenimo i poboljšamo. Pokazalo se da su najzadovoljniji stručnim radom,

odmah iza toga slede smeštaj i lepote Srebrnog jezera, kao i uslovi za trening. Za kamp su uglavnom saznali iz medija, a što se njihovih predloga tiče, ističu da bi voleli da sledećeg leta na svim terenima bude tartan podloga. Dakle, deca su zadovoljna, a samim tim i ja.

• *Kada ste došli na ideju da pokrenete kamp i zašto baš na Srebrnom jezeru? Šta sve želite da postignete ovim kampom?*

- Ideja je stara nekoliko godina, i nije samo moja, već i mog brata. Cilj kampa je da deci stvori uslove da još lakše i brže iskažu svoj talenat, kao i da im pokaže da se košarci mogu odužiti direktno, baš kao što ja to sada činim, pa da i oni



jednog dana, kad postanu profesionalci, pokrenu svoje kampove i omogućе nekim novim klincima da izrastu u šampione. Tako ćemo na najbolji način dobiti zatvoreni krug uspeha i šampiona.

Srebrno jezero me je odavno osvojilo svojom lepotom, a uz to je opština Veliko Gradište pokazala zaista zavidan nivo kooperacije kad je kamp u pitanju. Mnogo su nam pomogli da započnemo "Teo4".

## VIŠE OD HILJADU NOVIH POLAZNIKA

• *Koliko polaznika kamp može da primi u sezoni, i u kom periodu će se odvijati u 2017. godini?*

- Kamp je prošle sezone primio 600 polaznika u pet smena, ali sledećeg leta će biti nekoliko smena više, pa očekujemo možda i više od hiljadu dece. Jedna smena traje devet dana i u njoj se nalazi osam grupa po 15 učesnika. Trudimo se da svakom detetu obezbedimo



# OSTVARENJE VIŠEGODIŠNJEG SNA



One of the best basketball players in Europe, Miloš Teodosić, in an exclusive interview for "Turistički Svet" points out that he will remember the year 2016 by the silver medal that won our basketball team at the Olympic Games in Rio and winning the Euroleague with CSKA, but also by the realization of his long-term dream: to open a basketball camp in Serbia, where some new kids would learn from the best ones and develop themselves into champions.

dobru pažnju, odnosno, dobar stručni rad. Kamp su vodila imena poput Đokića, Trifunovića, Vlade Jovanovića, Trivana, Božića, Flajsa... Obezbedili smo deci zaista najbolje stručnjake. Sledeće godine kamp počinje 23. juna i završava se 10. avgusta, a sve dodatne informacije zainteresovani mogu pronaći na sajtu kampa.

• *Koliko terena kamp poseduje, i kojim sve sadržajima i kapacitetima raspolaže odmaralište "Teo4"? Da li je objekat otvoren tokom cele godine i ko su njegovi gosti van sezone?*

- Imamo četiri terena, koji će sledećeg leta svi biti sa tartan podlogom, a izgrađićemo i halu u kojoj će deca moći da treniraju u slučaju loših vremenskih uslova.

Odmaralište je kompletno renovirano i opremljeno na visokom nivou. Ima 170 kreveta raspoređenih u dvokrevetnim, trokrevetnim i četvorokrevetnim sobama. Van sezone košarkaškog kampa objekat je na raspolaganju dačkim ekskurzijama i rekreativnim nastavama.

Interesovanje za takav vid turizma je već veliko, ali košarkaški kamp je naš prioritet, pa njemu sve podređujemo.

## ČISTI TALEMAT

• *Već godinama ste jedan od najboljih košarkaša u Evropi, plejmejker kakav se kod nas nije pojavio još od zlatnog doba Saše Đorđevića, sa kojim vas neretko i porede. Ko su bili vaši uzori?*

- Nisam imao uzore. Jednostavno, uvek sam voleo da budem svoj. Ima mnogo košarkaša koje cenim i čiju sam košarku voleo da gledam, ali uzore nisam imao.

• *Iako je, nadamo se, još uvek rano da se o tome razmišlja, ljubitelji košarke već sada brinu ko će vas zameniti kada odlučite da se povučete iz reprezentacije. Vidite li nekoga ko bi mogao da vas nasledi?*

- Mislim da ima mnogo kompetentnijih ljudi da pričaju o tome, jer ja nemam ni pravi uvid u talente koji dolaze, pa ne mogu o tome ni da govorim. Ipak, za svakog klinca imam poruku da samo bude svoj i da se ne meri sa eventualnim idolima, nego da gleda da ih nadmaši i bude bolji od njih.

• *Poznati ste po svojim asistencijama. Da li je to umeće čist talenat, ili se može nadomestiti radom i upornošću?*

- Mislim da su asistencije stvar osećaja, pa samim tim i talenta. Naravno, stalna ponavljanja dovode do automatizma, ali mislim da je talenat presudan kad je asistencija u pitanju.

## LOKAL-PATRIOTA

• *Zanimljivo je da tokom dosadašnje karijere niste promenili mnogo klubova. Između ostalog, igrali ste u "Olimpijakosu" u Atini, a od 2011. ste u CSKA u Moskvi. Šta biste našim čitaocima mogli reći o ova dva grada?*

- Lepota Atine i Moskve je ono što svako treba da vidi. Razlikuju ih meteorološki uslovi, a spaja ih velika kulturna i istorijska važnost koju ovi gradovi nose. Preporučio bih svima da posete oba grada i dožive ih na pravi način.

• *Imali ste priliku da proputujete ceo svet. Koje su*

*vaše omiljene destinacije i gde najradije volite da odmarate?*

- Najradije odmaram u svojoj zemlji, u Srbiji, jer se mnogo uželim i Valjeva, i Beograda, a i prijatelja i porodice. Vremena za odmor je svakog leta baš malo, pa mi se ne isplati da putujem na neke destinacije, kad tamo neću videti prijatelje. Zato biram Srbiju. Volim svoju zemlju i mislim da je najlepša. Uživam u njoj, a omiljeno mesto mi je rodno Valjevo. Ono je broj jedan, jer je moje i meni je najlepše.

## NBA MOŽE DA SAČEKA

• *Neću vas pitati da li ćete i kada preći u NBA ligu, ali me zanima, kada bi vam ponudili da sami izaberete – za koji NBA klub biste se odlučili? U kom američkom gradu biste mogli da zamislite svoj život?*



- Ne znam. Rano je još za tu priču, ima vremena do leta. U svakom slučaju sam u Beogradu, Atini i Moskvi navikao na velike gradove, pa bih opet birao neki veliki grad.

• *Po čemu ćete pamtit 2016. godinu i kakvi su vam planovi za 2017?*

- Pamtiću je po srebru iz Rija, po osvajanju Evrolige sa CSKA, i naravno, po otvaranju mog životnog projekta - košarkaškog kampa „Teo4“. Kao takva, teško će biti dostižna, ali potrudićemo se da 2017. godina bude još uspešnija.

**Biljana Bosnić Ognjenović**

# GLAMUR, UZBUĐENJE, HEDONIZAM...

O d malog grada na jugoistoku Persijskog zaliva s početka 19. veka, Dubai - jedan od sedam Ujedinjenih Arapskih Emirata danas predstavlja asocijaciju luksuznog života, centar internacionalnog biznisa ali i jednu od najatraktivnijih turističkih destinacija.

U svetu hotelijerstva može se staviti znak jednakosti između pojmova: bogatstvo, ekstavagancija, najviši standard usluga i - ovog kosmopolitkog grada.

Krase ga arhitektonska remek dela, poput Burj Khalife - najviše zgrade

na svetu, kao i Palm Jumeirah, jedinstvenog veštačkog ostrva koje je, navodno, vidljivo iz svemira.

Dubai je ikona svih velikih stvari, pa se u skladu s tim proslavljaju i sve zabave, fešte kao i praznici poput Nove godine.

#### POZIVNICA ZA ATLANTIS PALM DUBAI

„Sjaj. Glamur. Uzbuđenje. Spektakl. Sve to možete doživeti u novogodišnjoj noći“, promotivna je poruka hotela Atlantis Palm Dubai, koja predstavlja suštinu usluge koju ovaj renomirani hotel pruža.

Ono što novogodišnju ponudu ovog hotela čini primamljivom,

pored luksuza koji pruža, jeste raznovrsnost i činjenica da nudi „za svakog po nešto.“

Proslava počinje oko 19,30 h, uz posluženje kanapea i najboljeg šampanjca u znak dobrodošlice i zagrevanje za nezaboravnu feštu koja traje do duboko u noć.

#### NOVOGODIŠNJI „GOLD“ I „SILVER“ MENI

Novogodišnja večera podrazumeva najraznovrsniju hranu i podeljena je u „Gold“ i „Silver“ menije. Specijaliteti su sačinjeni od najfinijih sastojaka i najrazličitijih svetskih kuhinja.

Pored uobičajenih specijaliteta, na meniju se nalaze i kulinarski rariteti poput japanskog specijaliteta fugu, „purrerfish“, naduvane ribe koja je smrtonosna za one koji ne znaju kako da je pravilno pripreme i konzumiraju. Na japanskom meniju mogu se naći i poznate macutake gljive koje su sastavni deo tradicionalne japanske kuhinje i smatraju se velikim specijalitetom.

Neizostavni deo menija su ostrige koje se služe sirove u sopstvenom soku sa kriškom limuna, jer kulinarski stručnjaci smatraju da

su tada najbolje. Na trpezi se može naći i jastog koji se preliva rastopljenim maslacem, ali tek toliko da ne nadvlada suptilan ukus mesa.

Obavezni specijalitet evropske kuhinje je kavijar, koji se služi na komadu tosta, kako ništa drugo ne bi kvarilo njegov ukus, a takođe i gušćja ili pačja džigerica - foie gras.

#### „POD SJAJEM ZVEZDA“

Tradicionalno, proslava Nove godine u Atlantis Palm Dubai-u održava se na otvorenom „pod sjajem zvezda“, na grandioznoj terasi sa pogledom na plažu i panoramu Dubajja. Okićena je hiljadama novogodišnjih svetlucah lampica sa stolovima na kojima se nalaze pažljivo birani i svečano aranžirani buketi od prirodnog cveća, moderno dizajnirani svećnjaci, kao i ručno rađeni svileni stolnjaci.

Svesni činjenice da Dubai predstavlja primamljivo mesto za bogataše sa svih strana sveta, organizatori proslave potrudili su se da zadovolje svaki muzički ukus, pa su angažovali više od trideset bendova koji će se tokom večeri smenjivati na svečanoj bini i kreirati najbolje zvuke zabave.





„Dress code“ je obavezan i za muškarce podrazumeva svečana odela i smokinge, dok se od žena očekuju elegantne duge haljine. Narodna nošnja Emirata kao odevna kombinacija na proslavi Nove godine smatra se velikim poštovanjem i odavanjem počasti zemlji u kojoj se nalazite.

Ponoć je rezervisana za spektakularni vatromet u trajanju od sat vremena i premeštanje gostiju na privatnu plažu hotela gde se nastavlja slavlje duboko u noć.

#### **U ITALIJU, NA MENHETNU ILI - USRED OKEANA**

Za one goste koji više vole opušteniju i mirniju atmosferu, u užem krugu ljudi, kreativni tim hotela obezbedio je tri restorana u kojima „dress code“ nije obavezan.

Prvi restoran služi italijansku kuhinju, za koju je zaslužan jedan od poznatijih italijanskih kuvara Giorgio Locatelli, u ambijentu koji podseća na autentične restorane ove zemlje.

Drugi restoran je izrađen u njujorškom stilu i predstavlja idealno mesto za ljubitelje burgera i svih vrsta mesa, kao i ispijanje jednog od najpoznatijih koktela - „Menhetri“.

„Kec u rukavu“ i najpopularniji restoran ovog hotela je „Ossiano“. Sa četiri strane zida restorana nalaze se ogromni akvarijumi, postavljeni od poda do plafona sa raznolikim morskim životinjama. Restoran služi isključivo riblje specijalitete i obedovanje čini potpuno nesvakidašnjim, kao „u sred okeana“.

Posebna zabava pripremljena je za tinejdžere, uz zvuke popularne elektronske muzike i Dj-a uz razna plesna takmičenja, kao i za decu uz prisustvo Deda mraza, animatora i programa prilagodjenih različitim uzrastima.

#### **APARTMANI ZA BOGATE I NEUSTRASHIVE**

Pored organizovane novogodišnje noći, hotel ima specijalne ponude za boravak u jedinstvenim apartmanima hotela. Apartmani „Underwater Suite“, „Grand Atlantis Suite“, „Royal



Bridge Suite“ pripremljeni su u prazničnom duhu i pružaju potpuni odmor i relaksaciju gostima sa dubljim džepom.

„Underwater Suite“, kao što i samo ime govori, rezervisan je za ljubitelje podvodnog sveta ali i boravka u nesvakidašnjim ambijentu. Prva stvar koju ćete ugledati nakon ustajanja iz bračnog kreveta je ogroman akvarijum koji se prostire preko celog zida i izbor je neustrašivih gostiju koji neće imati noćne more dok spavaju pored tolikog broja morskih životinja.

„Grand Atlantis Suite“ odiše sofisticiranošću i elegancijom zlatnih tonova. Apartman poseduje ogroman đakuzi na samoj terasi sa koje se prostire pogled na panoramu grada.

Boravak u „Royal Bridge Suite“ smatra se najekskluzivnijim novogodišnjim poklonom koji gosti sebi mogu priuštiti.

Apartman poseduje sopstveno obezbeđenje na ulazu, batlera i kuvara koji stoje gostima na raspolaganju 24h. Dnevni boravak je izuzetno prostran i svaki dizajnerski element uklapa se do poslednjeg detalja. Ima tri spavaće sobe koje predstavljaju spoj tradicionalog arapskog duha i modernističkog stila.

#### **KULTUROLOŠKI ŠOK I SELFI SA NAJVIŠE LAJKOVA**

Spoj nespojivog, grad hedonizma i preterivanja u svemu često je prva asocijacija na ovu zemlju. Najposećeniji je u periodu zimskih meseci i novogodišnjih praznika zbog prijatne temperature ali i zbog fantastičnih doživljaja koje pruža. Kako je Dubai oličjenje spoja tradicije i ekstravagancije, turisti iz Zapadne Evrope ovde često dožive kulturološki šok. Da li zbog toga što je potpuno normalno da se u gradu susretete sa gepardima i drugim opasnim mačkama koje bogataši šetaju na povodcima kao pudlice? Možda zbog toga što na bankomatu možete podići čak i zlatne poluge ili zato što na svakom uglu možete videti najskuplje automobile poput Ferarija i Lambordžinija?

Svakako da boravak u ovom gradu i proslava Nove godine u njegovim luksuznim hotelima, predstavlja stvar prestiža, pa mnogi, pored ostalog, odlaze na ovu egzotičnu destinaciju i zato da bi napravili selfi koji će na fejsbuku osvojiti najviše „lajkova“.

*Priredila:*  
**Milica Bikić**



# WIPO IP ENTERPRISE TROPHY ZA COMMO 21

Na konkursu Svetske organizacije za intelektualnu svojinu, kompanija Alfa-Plam, Vranje dobila je nagradu WIPO IP Enterprise Trophy u kategoriji zaštićenog industrijskog dizajna za proizvod Commo 21. U okviru rezultata konkursa objavljenih na sajtu Zavoda za intelektualnu svojinu RS navedeno je sledeće:

Na osnovu odluke komisije pobednik u okviru kategorije za pravna lica za registrovani industrijski dizajn – nagrada WIPO IP Enterprise Trophy je firma Alfa-Plam a.d. iz Vranja za industrijski dizajn peći na pelet za etažno greja-

nje koja je na tržištu poznata pod komercijalnim nazivom Commo 21, a koja je zaštićena međunarodnim dizajnom br. DM082500 na teritorijama: Albanije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Belgije, Danske, Estonije, Grčke, Holandije, Hrvatske, Italije, Luksemburga, Makedonije, Moldavije, Poljske, Republike Rumunije, Slovenije, Turske, Ukrajine, Francuske, Crne Gore, Španije i Švajcarske. Imajući u vidu da je pelet gorivo izrađeno od drvene mase koje ima visoku kalorijsku moć, da se lako koristi i da pri sagorevanju ostaje mala količina pepela, a pri tome spada u obnovljive izvore energije,



nesumnjiv je značaj proizvodnje peći na pelet. Osim navedenog, tržište peleta u Srbiji je u ekspanziji, a Commo 21 je najprodavaniji proizvod kompanije Alfa-Plam a.d. u klasi peći na pelet za etažno grejanje u Srbiji. Peć se proizvodi već četvrtu godinu. Potražnja na tržištu je sve veća. Postoje velike mogućnosti za osvajanje novih i najzahtevnijih tržišta, samim tim i za otvaranje novih radnih mesta. Dragan Zafirović, autor dizajna, dobitnik je više priznanja za izuzetan doprinos u organizovanju proizvodnje i povećanju izvoza i dobiti. Na osnovu iznetog proizlazi da navedeni industrijski dizajn ispunjava sve kriterijume za dodelu nagrade, jer je za njega ostvarena zaštita u inostranstvu na teritorijama navedenih zemalja Evrope, zatim ima konkretnu praktičnu primenu i tržišni potencijal, a takođe doprinosi povećanju izvoza i poboljšanju kvaliteta života.

Nagrada je uručena na svečanosti povodom obeležavanja 96 godina postojanja Zavoda za intelektualnu svojinu, 15. novembra 2016. god. u Klubu Poslanika u Beogradu.

ALFA PLAM

COMMO 21

peć na pelet za etažno grejanje

www.alfaplam.rs





Ponosni što smo deo Vaše  
porodične sreće!

*Srećnu Novu godinu i  
Božićne praznike želi Vam*

**ALFA PLAM**



# Put oko sveta sa

**S**pektakularan doček Nove godine u Kristalnoj dvorani hotela *Izvor* u Aranđelovcu, uz nastup Miroslava Ilića i "Karavan benda", biće upotpunjen atraktivnim specijalitetima iz čitavog sveta, za koje se pobrinuo šef kuhinje **Božidar Živković**.

- Na novogodišnjem meniju biće zastupljena jela iz desetak različitih kuhinja sveta – japanske kuhinje, kineske, tajlandske, ruske, francuske, italijanske... Ponudićemo gostima imponantan meni sa lososom, hobotnicom i jastozima, te specijalitetima sa Dalekog istoka, kao što su svinjski kare u *hoisin* sosu, *sashimi* – sveža tuna sa đumbirom i *teriyaki* sosom, ili havajski specijalitet – topli suši, koji se pravi kao klasičan suši sa tunom, s tim što se panira u panko mrvice i prži. Biće zastupljena i mediteranska kuhinja uz bogat izbor pretežno italijanskih sireva i pršuta, koje nabavljamo posebno za ovu priliku – otkriva kuvar Boža, kom su šumski proizvodi poslužili kao inspiracija za glavna jela i dezerte koji će se služiti tokom dočeka najluđe noći.

Igrajući se refleksijom, oblicima i ukusima, Boža će gostima omogućiti jedinstven užitak ne samo za nepce, nego i za oči.

## AMBASADOR RUSKE KUHINJE

Šef kuhinje hotela *Izvor* Božidar Živković, sa svojim kolegom Milanom Nedeljkićem, pobedio je na takmičenju u spremanju jela ruske kuhinje, koje je početkom novembra održano u Beogradu u organizaciji Ruskog doma.

Takmičilo se šest ekipa, a najbolje specijalitete, po mišljenju gostujućeg profesionalnog ruskog kuvara, spremila je ekipa hotela *Izvor* iz Aranđelovca. Oni su pripremali rusku salatu sa piletinom – po autentičnom receptu, rusku salatu sa mariniranim lososom u soli, šećeru i mirođiji, kao i tradicionalnu rusku supu "soljenka".

- Na novogodišnjem meniju biće zastupljena i ruska kuhinja. Praviću ove dve salate na osnovu kojih sam dobio nagradu, i još par autentičnih ruskih jela – otkriva Boža, kom je za osvojeno prvo mesto tom prilikom uručena diploma i tabla s natpisom Ambasador ruske kuhinje za restoran hotela *Izvor*. Šef Boža dobio je i posebnu nagradu: sedam dana boravka u Rusiji, gde će se 2017. godine usavršavati u kuvanju ruskih jela, a sve to o trošku Ruskog doma.



Služeći jela na ogledalu, šef kuhinje hotela *Izvor* pravi postavku sa zečetinom ili prepelicom u "glavnoj ulozi", maestralno dočaravajući šumski ambijent kroz dekoraciju i prateće specijalitete.

- Čitav koncept biće zasnovan na refleksiji. Jela ćemo servirati na ogledalima, čime će cela postavka delovati nesvakidašnje. Zapravo, kroz ogledala dočaravamo refleksiju odlazeće godine na Novu godinu – otkriva talentovani kuvar, i dodaje:



# kuvarom Božom



- Što se dezerta tiče, igraćemo se ukusima. Osim domaćih kolača, na koje su naši gosti navikli, pravićemo i *Chicago Cheesecake* koji se peče, a ponudićemo i veliki izbor toplih pita sa šumskim voćem. Imamo i nove sladolede, pa će i oni biti uključeni u čitavu priču. Dezerti će, zapravo, biti simbioza svih deset kuhinja sveta, pa će tako Italiju predstavljati *tiramisu*, a Francusku *zabajone* – tvrdi



Spectacular New Year's Eve in the Crystal Hall of the Hotel Izvor in Arandelovac will be complemented by attractive specialties from ten different cuisines of the world, made by the Chef Božidar Živković. On New Year's menu will be mainly seafood dishes and forest products, served on mirrors, which will make the whole setting look unusual and more imposing.

šef Boža, koji će, zahvaljujući svojim specijalitetima, sve goste hotela Izvor u novogodišnjoj noći povesti na nezaboravan put oko sveta, a za reprizu Nove godine dočaraće im najbolje ukuse srpske kuhinje.

**Biljana Bosnić Ognjenović**

*Foto: Siniša Živković*

# GASTRO VIZIONAR

*Događaj:* novembarski četvrtak popodne, praćen aromom crnog čaja i rasterećenim razgovorom o visokoj gastronomiji, životu i radu u Londonu i osmišljavanju ponude na meniju hotelskog restorana koji želi da ponudi drugačiji, "fine dining" zaokret tradicionalne srpske kuhinje uz degustaciju nekoliko prepoznatljivih jela sa menija.

*Lokacija:* restoran Prime, Hotela Crown Plaza u Beogradu.

*Sagovornik:* **Komnen Bakić**, prvo ime restorana Prime, uspešan čovek sa željom da polako menja lokalne gastronomske stereotipe i pasionirani šef kuhinje koji ostavlja utisak odmerenog ali posvećenog vizionara. Uz odlično skovanu maksimu "Eat Serbian Well", restoran Prime već nekoliko godina rafinira svoju ponudu da odgovori najzahtevnijim standardima visoke gastronomije i uvede u beogradsku gastro scenu nešto drugačiji koncept tradicionalnih srpskih i internacionalnih jela.



## PREPOZNATLJIVI UKUSI SRBIJE U MANIRU

### VISOKE GASTRONOMIJE

- Ideja je bila da od samog početka napravimo odabranu selekciju prepoznatljivih i upečatljivih ukusa Srbije, ali da jelima damo naš zaokret, malo zakomplikujemo recepte i pripremu i napravimo meni koji će biti izazovan i za

strance koji u Hotelu odsedaju i za Beograđane koji sve više traže finija gastronomska iskustva – ističe Komnen Bakić na samom početku razgovora. - Primera radi, kada smo razmišljali o jelima koja su više internacionalnog karaktera i koja se danas nalaze u ponudi, polazili smo od namirnica koje su u

Srbiji dostupne i koje možemo nabaviti bez kompromisa u kvalitetu. Za razliku od restorana koji su nezavisni ugostiteljski objekti, restoran *Prime* ima dodatnu standardizaciju koja dolazi izunutra i koja oslikava brend Crown Plaza hotela, pa je posao šefa kuhinje da vodi računa i o nizu dodatnih detalja koji mogu biti relevantni prilikom stvaranja menija.

Poseban izazov za ugostitelje u Srbiji predstavlja nekonzistentnost ponude namirnica koje nisu u najširoj potrošnji a koje čine neizostavni deo jela koja po svojoj složenosti i strukturi predstavljaju "fine dining" tačke na meniju. Upravo u



Komnen Bakić is the first name of the restaurant Prime, at the Crowne Plaza in Belgrade, successful man with a desire to slowly change local gastronomic stereotypes and passionate chef who gives the impression of a steady and dedicated visionary. With excellently conceived motto "Eat Serbian Well", Prime restaurant for several years refines its offer to respond to the most demanding standards of gastronomy and introduce in Belgrade's gastronomic scene somewhat different concept of traditional Serbian and international dishes.





*Priprema salate*



*Rižoto sa junetinom i svežim celerom*

tom segmentu Komnen Bakić redovno nalazi inspiraciju da održi i kvalitet i specifičnost menija, te da gosti koji redovno posećuju restoran mogu da se oslone na konstantu koja je na domaćoj gastro sceni više izuzetak nego pravilo.

Na pitanje da li se uopšte može uporediti iskustvo koje je stekao u restoranu Hotela Ritz u Londonu gde je uz doajena britanske kuhinje Džona Vilijamsa imao priliku da iz prve ruke iskusi šta predstavlja visoka gastronomija, naš sagovornik ističe:

- London je tržište za sebe, iskustva u kuhinji restorana Hotela Ritz su neprocenjiva škola za nekoga ko je kao

mlad šef imao priliku da radi sa timom najboljih kuvara u Engleskoj, ali mi u Srbiji ne možemo da repliciramo taj doživljaj. Međutim, bitno je imati isti profesionalni pristup i napraviti najkreativnije kombinacije od sastojaka koji su dostupni i tradicionalno u upotrebi i održati uslugu na nivou koji je uporediv – to nam je cilj kojem težimo i na kojem svi vrlo posvećeno radimo svake sezone. Balkan je prepoznatljiv po jednostavnoj kuhinji koja dobro kombinuje lokalne ukuse i arome – to je upravo specifičnost na koju se oslanjamo, uz naravno konstantne napore da pomeramo granice korak po korak.



*Tartar od dimljenog lososa sa cveklom i avokadom*



*Tartar biftek po receptu iz 1983. godine*



#### FINESE NAS ČINE DRUGAČIJIMA

Na pitanje šta je to što kuhinju restorana *Prime* razlikuje od kuhinja ostalih restorana u gradu, šef Bakić ističe:

- Trudimo se da ono što je u ponudi na našem meniju bude jedinstveno kulinarsko iskustvo. To ne podrazumeva nužno jela koja se mogu naći samo kod nas, već klasiku koju mi služimo i pripremamo na originalan način i koja prevazilazi očekivanja gostiju u aromi, načinu serviranja i detaljima. Te fineze su ono što nas odvaja od drugih mesta u gradu koja nude uporediv gastro sadržaj – navodi Komnen dok nas sprovodi u unutrašnjost same kuhinje, gde uigran tim od tri kuvara priprema jela čiji broj raste kako se približava vreme večere, uz sitne izmene i želje gostiju koje se do poslednjeg detalja uzimaju u obzir. - Uz mene je mali ali kompaktan tim koji tačno zna arhitekturu jela koja su sastavni deo menija. Kažu da sam ponekad strog i da važim za šefa koji posebno vrednuje disciplinu u kuhinji, ali to nije prepreka za uspešnu saradnju već njen osnov. Najbolje svetske kuhinje funkcionišu zato što se u svakom trenutku zna ko radi na kojem

jelu. Kod nas u restoranu važi isti princip.

Zanimalo nas je da li Beograđani imaju naviku da dolaze na ručak ili večeru u restoran koji je u sastavu hotela? Odgovor je stigao iz prve ruke.

- Jedna od specifičnosti visoke gastronomije u Evropi je upravo to da se neki od najboljih restorana nalaze upravo u najekskluzivnijim hotelima, pa su ljudi koji žele takvo iskustvo naviknuti da na večeru ili poseban ručak odu u hotel. Kod nas je situacija malo drugačija. Tek od skoro se ponuda hotelskih restorana menja na širem planu, pa sve češće imamo goste koji dođu baš zbog naših proslavljenih ćevapa ili rižota sa junetinom. Te stare navike sugrađana želimo da menjamo i čini nam se da u tome uspevamo, jer se koncept dobre hrane lako prepoznaje i usvoji, a kada ostavite dobar prvi utisak, ljudi se vrate – kazuje Komnen.

Verovatno da svi gosti, naročito oni koji su gotovo stalni gosti, vole da isprobaju nešto u čemu nisu u prilici često da uživaju, naročito kada se meni menja u skladu sa sezonom. Kako se kreiraju jela kada se vrše sezonske promene – oduvek je za mene bila prava

enigma, koju je konačno, u par rečenica razotkrio šef kuhinje restorana *Prime*.

- Dobra hrana podrazumeva dobro složene sastojke. Bez uravnotežene kombinacije osnovnih sastojaka, sa adekvatnim začinima nema ni dobrog jela. Ideju šta možemo da dodamo ili šta treba da se promeni mogu dobiti bilo gde: u razgovoru sa kolegama, prijateljima ili čitanju nekog kuvara. Desilo mi se da krenem s posla i da se setim kako bismo mogli da ubacimo svež celer u rižoto sa junetinom, a onda se vratim u kuhinju, priprelim jelo i degustiram. Inspiracija se crpi iz života, svakodnevnih dešavanja ali i iskustva. Vremenom se uči koji sastojci idu dobro zajedno i eksperimentisanje postane zabavni deo procesa. Zato i kažu da kada smišljamo novi meni, sve više liči na laboratoriju ukusa nego na restoransku kuhinju.

#### ZA KRAJ: TARTAR BIFTEK PO "TAJNOM" RECEPTU

Prateći preporuke šefa Bakića, degustacijom odabranih jela uspešno smo uočili sa kolikom pažnjom je osmišljen *Prime* jelovnik: od iznenađujuće osnove od bele čokolade u tartaru od dimljenog lososa, koji se služi na svežem avokadu, sitno seckanim kockicama organske cvekle i klicama od rukole, preko savršenog ramsteka koji je bio poslužen uz špagle, pa rižota sa junetinom i svežim celerom, sve do originalnog tartar bifteka koji se priprema po "tajnom" receptu iz 1983. godine – nijedan zalogaj nas nije ostavio ravnodušnim.

Od najfinijih detalja do celokupne prezentacije, jela sa menija ostavljaju upečatljivu sliku i odmeren ukus. Odlična hrana, praćena savršenom uslugom, uz lični dodir šefa kuhinje, uokvirila je taj novembarski četvrtak, otkrivajući svu sofisticiranost jednog "fine dining" restorana i pokazala put kojim Komnen Bakić, mlad i uspešan gastro vizionar, polako ali sigurno, rekao bih, korača ka statusu proslavljenog kuvara na ovim prostorima.

**Uroš Živković**

Osnivač sajta *Gastro Balkan*  
[www.gastrobalkan.com](http://www.gastrobalkan.com)





## Barmen iz Srbije, svetski šampion!

Dvadesetčetvorogodišnji barmen iz Beograda **Miloš Janošević**, postao je krajem oktobra svetski šampion u Tokiju, na Svetskom takmičenju barmena u kategoriji "Bartenders Choice". Kao dobitnik ove nagrade Miloš se upisao u istoriju srpskog bartendinga, a ovo priznanje predstavlja ujedno i najveći uspeh Udruženja barmena Srbije od kada se takmiči na svetskim šampionatima.

Janošević je prvo mesto osvojio sa koktelom "Ura-nage" koji je imenovao po nazivu najkomplikovanijeg zahvata u japanskoj borilačkoj veštini džudo. Njegov cilj, kako je i rekao u kratkom predstavljanju pred prezentaciju koktela, bio je da pokaže vrhunsku veštinu na prestižnom svetskom takmičenju. Kao što je zadatak kategorije nalagao, za pripremu koktela takmičari su koristili dva sponzorska pića i jedan "homemade" sastojak. "Homemade" sastojak koji je obogatio ukus koktela bio je liker od maline koji je Miloš sam napravio. On je prilikom prezentacije svog koktela pokazao izuzetno samopouzdanje, uspevši da šarmira žiri i sve prisutne u sali sa više od 500 posmatrača.

Na "World Cocktail Championships" (WCC) u Tokiju, koje organizuje IBA (*International Bartenders Association*) izuzetno zapažen nastup imao je i naš predstavnik Goran Rajović u takmičenju "Flairtending", a pobjedu je odneo mladi Poljak Marek Posluzni. Za najbolji koktel "WCC 2016" proglašen je koktel "The Beste Scene" koji je pripremio Japanac Kenji Tsubokura.

Foto: Tanjug/SVA

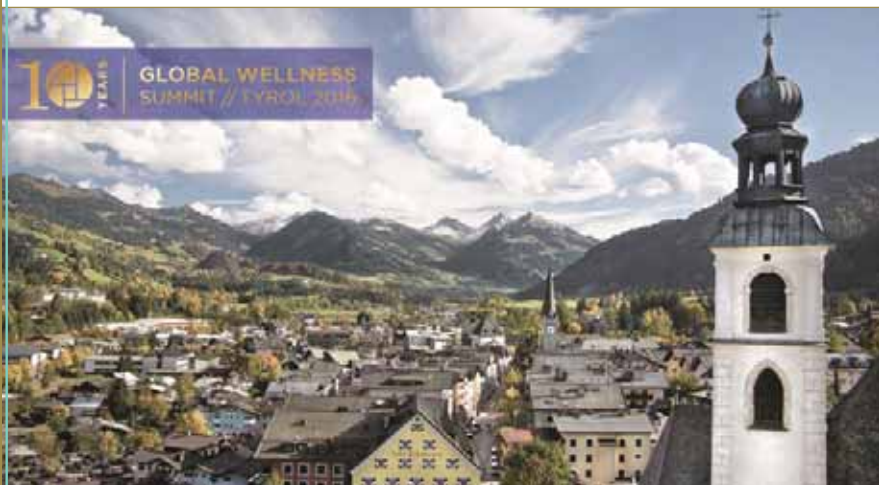


*Mala Remeta, Fruška gora*



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

# POVRATAK U BUDUĆNOST wellness industrije



Svetski wellness samit (Global Wellness Summit), koji je ove godine u oktobru u Kicbilu u Austriji, obeležio svoj 10-godišnji jubilej, okupio je zvaničnike, menadžere, vlasnike, investitore, medije... iz čak 45 zemalja, njih ukupno 500 delegata (novi rekord posećenosti samita). Učesnici su u zdravoj planinskoj sredini proveli tri dana učeći o wellness trendovima, istraživanjima i najboljim primerima iz prakse – i otkrivajući šta nas čeka u budućnosti spa i wellness industrije.

**T**irol, kao jedan od prvih regiona u svetu koji je pre 26 godina počeo da razvija wellness turizam, razvijajući i promovišući klaster sporta i spa hotela – bio je logičan izbor za mesto održavanja jubilarnog Svetskog wellness samita. Austrija se nalazi na 11. mestu u svetu po prihodu od spa industrije – generišući 1.45 milijarde evra 2015. godine – i na sedmom mestu među evropskim zemljama. Te brojke su deo preliminarne istraživanja Svetskog Wellness instituta, u kome se takođe navodi da je vrednost svetske spa ekonomije u 2015. godini iznosila 89 milijardi evra, što je povećanje od 2.3 odsto u odnosu na 2013. godinu, što čini skroman deo unutar šire 3.36 bilijarde evra vredne svetske wellness industrije! Tema samita „Povratak u budućnost“ pružila je uvid u to šta je postignuto u ovoj industriji za poslednjih deset godina, istovremeno predviđajući šta nas očekuje u narednih 10. Anna Bjurstam, potpredsednik za spa i wellness u kompaniji „Six Senses“, bila je moderator panela koji je podsetio učesnike na tradicionalne evropske spa rituale, uključujući talasoterapiju, ruske i letonske banje i „aufguss sauna“ doživ-



ljaj. U narednim godinama, panelisti su predviđali spa renesansu, usled sve veće pažnje koja se u društvu pridaje opuštanju i prevenciji bolesti.

#### MENTALNI WELLNESS

Fokus ovogodišnjeg samita bio je na mentalnom wellness-u. Jan-Emmanuel De Neve, profesor ekonomije na „Oxford“ univerzitetu





Global Wellness Summit (GWS) celebrated its 10th anniversary in October. Spa operators, owners, developers and investors around the world made up a large proportion of the 500 delegates (a new summit record) from 45 countries who convened in the picturesque town of Kitzbühel, in Austria's Tyrol region, to soak up the healthy surroundings and spend three days learning about wellness trends, research and best practice – and finding out what the future has in store.

istakao je da vlade i finansijske državne institucije počinju sve više da vrednuju zadovoljstvo i mentalni wellbeing stanovnika, te da će vremenom wellness postati „obavezan“ za mnoge zemlje i zakonodavce. Razna istraživanja su pokazala da su zaposleni koji sebe ocenjuju kao zadovoljne ujedno i od 7 do 12 odsto produktivniji od onih manje zadovoljnih. Najsrećnije zemlje su Danska i Švajcarska, rekao je De Neve, ali se ipak treba fokusirati na one zemlje koje su iskusile pad rasta i stagnaciju razvoja, kao što je Grčka. - U vremenu krize i gubitaka, wellness industrija može najviše da učini, te treba da bude i aktivna, jer je najpotrebnija ljudima – objašnjava De Neve.

Psiholog dr Gerry Bodeker rekao je da Svetska zdravstvena organizacija označava mentalno zdravlje kao jedan od glavnih prioriteta u narednoj dekadi, te je pravo vreme da spa centri budu aktivniji u promovisanju usluge koje nude klijentima, a koje imaju velike psihološke i neurološke benefite.

Drugi govornici podelili su različite poglede na to kako se postiže mentalni wellness. A Dieter Mueller-Elmau, vlasnik nemačkog rizičnog „Schloss Elmau Luxury Spa & Cultural Hideaway“, smatra da je mentalni wellness spajanje muzike, literature, poezije i spa usluga.

#### GRADENJE VIZUE

Wellness arhitektura i dizajn bili su takođe teme samita. U sesiji čiji je moderator bila Liz Terry,

urednik magazina za arhitekturu „CLADmag“, predstavljen je slučaj zgrada koje poboljšavaju wellbeing stanara. Kao odgovor na taj trend, tim iz svetske arhitektonске firme „Arup“ predstavio je scenu iz bliste budućnosti, gde ljudi nose senzore za ličnu zagađenost, te neće moći da uđu u građevinu ako su toksični. Ovaj trend ima potencijal da potpuno promeni vrednost nekretnina. „Arup“-ov fokus je bio na tome kako minimizirati zagađenost u arhitekturi, graditi održivo i čak

kojima će se ljudi lečiti, osećati bolje, biti fit i snažni. Krückberg i predsednik „Six Senses“-a Neil Jacobs pričali su o evoluciji „Six Senses“ spa centara upotrebom biofiličnog dizajna, čime se stvara vizuelni kontakt sa prirodom kroz prisustvo vode i upotrebu prirodnih materijala. Idući korak dalje, koncept spa centra „Six Senses Douro Valley Portugal“ zasniva se na „lečenju prostorom“ i inkorporira elemente geometrije, lečenje energijom, vastu i feng shui. Jacobs kaže da je to jedna od



Predsedavajuća samita, Susie Ellis najavila je da će mesto održavanja narednog Svetskog wellness samita od 9. do 11. oktobra 2017. godine biti Palm Beach na Floridi, SAD. Tehnologija će biti glavna tema, a naglasak će se staviti i na mentalni wellness.

kreirati okruženja koja će pružati zdravlje stanarima u skladu sa „WELL Building Standard“-om.

U istoj sesiji, Lars Krückberg iz „GRAFT architects“, firme koja dizajnira „Six Senses“ spa centre, rekao je da je arhitektura namenjena ljudima i da u skladu sa tim treba da stvaraju prostore u

najprofitabilnih „Six Senses“ lokacija.

U drugom govoru, Tom Bauer, direktor kompanije koja upravlja toplim izvorima vode „Vamed Vitality World“, najavio je otvaranje jednog od prvih spa centara u svetu u kojima će vladati isključivo tišina, a koja će se nalaziti u Austriji. U stvari, važnost tišine bila je tema koja se ponavljala sva tri dana samita, i to je nešto što će tek izazvati reakcije u spa sektoru.

Privredila:  
Marija Obradović

# WELLNESS RIZORTI – nova utočišta od stresa



Eksperti za wellness putovanja prognoziraju ozbiljne trendove za 2017. godinu, u koje spadaju odmori radi oporavka nakon bolesti, boravak u rizortima za odvikavanje od cigareta, rizortima za podmlađivanje ili mentalnu i emocionalnu higijenu, kao i porodična wellness putovanja i fitness zajednice.

**N**aša tela su svakodnevno izložena stresu. Načini kako se branimo protiv tog osećaja teskobe nisu uvek zdravi i preporučljivi. Neki pribegavanju upotrebi duvana, neki zadovoljstvo traže u nezdravoj hrani i prekomernoj ishrani, dok su neretki slučajevi da neki ljudi nakon duge izloženosti fizičkim i psihičkim naporima dobiju razne povrede ili teške bolesti. Zato i ne čudi što su wellness i spa rizorti, koji su svoju ponudu i usluge posvetili rešavanju problema savremenog čoveka, postali svetski trend kada su putovanja u pitanju.

#### **PREDAH OD LOŠIH NAVIKA**

Misao da hladne glave prolazite kroz svakodnevni stress i dnevna iskušenja mnoge je naterala da se late upaljača i cigareta. Odgovarajuće rešenje za oba problema – smanjenje stresa i odvikavanje od pušenja mogu da pruže rizorti specijalizovani za opuštanje, odvikavanje od duvana, detoksikaciju zdravom hranom i stvaranje novih zdravih životnih navika. Uz dovoljno slobodnog vremena, dobro osmišljene hranljive obroke tokom dana, konsultacije sa medicinskim ekspertima i specijalne terapije, gosti se vraćaju kući preporođeni i spremni za zdrav nastavak života.

Sve je više wellness i spa rizorta koji kreiraju specijalističke programe za oporavak pacijenata

koji su pobedili kancer. Oni im pomažu da se ponovo osećaju kao najbolja verzija sebe uz pomoć holističkih spa terapija i terapija alternativne prirodne medicine, od akupunkture do ajurvede. U kombinaciji sa konsultacijama sa ekspertima, kao što su psiholozi, nutricionisti ili psihoterapeuti, rekonvalescenti mogu da povrate svoj apetit i snagu kako oporavljaju svoj um, telo i duh u luksuznim wellness odmaralištima.

Postoje i wellness destinacije specijalizovane za fizikalnu terapiju. Bilo da sedimo pogrbljeni za stolom ili se fizički naprežemo do ekstrema, naši mišići su često napeti, istegnuti ili umorni, te je odmor u rizortima, koji prižaju mogućnost za oporavak od povreda ili povratak u formu radi što boljih performansi, pravo rešenje. Tela se leče širokim spektrom tretmana, uz konsultacije sa ekspertima fizikalne medicine, uz razne vrste hidro terapija.

#### **OPUŠTANJE KAO PREVENCIJA**

Kako sve više ljudi traži načine za podizanje samopouzdanja ili da nauče kako da se nose sa stresom, ne iznenađuje činjenica da su odmori radi mentalne i emocionalne higijene

postali rastući trend u svetu wellness-a. Uz sve veće razumevanje da zdrav um vodi do zdravog života, rizorti nude podučavanje o samosvesti, meditaciji i jogi, i na taj način pomažu onima koji pate od tereta modernog života.

Već veoma popularni kod „Baby Boom“ generacije, odmori radi smanjivanja biološke starosti, koji nude pomoć u „usporevanju biološkog časovnika“, postaju popularni i kod pripadnika „X“ i „Y“ generacija. Dokazujući da su godine samo broj – bilo da je u pitanju pauziranje starenja tako što se uči kako se osloboditi od stresa ili želja da se osetite podmlađeno, smanjivanje biološke starosti je nova mantra za gurue „dostojanstvenog starenja“.

Prateći promenu slike o muškarcu sa „ultra mišićavog“ na „modernog čoveka“, sve više pri-  
p a d n i k a







Worldwide wellness holiday experts have forecast the next big trends in wellness travel for 2017, including stop smoking and detox retreats, physical therapy holidays, post-cancer recovery retreats, holidays for a healthy mind and emotion healing, preventative health to lower your biological age, family-wellness and social group fitness holidays.



muškog pola odlazi u spa centre i wellness rizorte. U današnjem liberalnom društvu, postalo je društveno prihvatljivo i muškarcima da „pobegnū na wellness odmor, gde mogu da učestvuju u muškim aktivnostima, kao što su boks ili fizički zahtevan trening, pre nego što se opuste uz masažu ili spa tretman. Kako su muškarci i dalje manje zainteresovani od žena za konsultacije sa lekarima, wellness rizorti nude muškarcima pristupačnije načine rešavanja određenih zdravstvenih tegoba.

Ideja kombinovanja opuštanja i adrenalina može se učiniti neobičnom, ali sve je više odmora koji zadovoljavaju žeđ za adrenalinskim avanturama, kao što je paraglajding, „kite-surfing“ itd, nakon čega slede opuštajući spa tretmani, meditacija i joga. To je odličan način da se telo dovede u formu, a um oporavi od stresa uz uživanje u nesvakidašnjim trenucima.

#### PORODIČNI WELLNESS ODMORI

Prateći trend da je među spa poklonicima sve više pripadnika mlađih generacija, spa i wellness rizorti otvaraju svoja vrata celokupnim porodicama. Nema više zona zabranjenih za decu, uz niz mini spa tret-

mana osmišljenih posebno za najmlađe, te sada cela porodica može da se prepusti uživanju od glave do pete. Takođe, fokusirajući se na odvlačenje dece od mobilnih uređaja i video igrice, klubovi za decu puni akcije podstiču ih da iskuse nove sportove i aktivnosti.

Oni koji nemaju porodice, ali su društveni i vole da sklapaju prijateljstva, sve češće „beže“ na odmore u wellness rizorte, gde se vežba fitness u velikim grupama. Bilo da je u pitanju grupa prijatelja ili solo putnik koji ne želi da trenira sam, uz podršku individualaca koji prolaze kroz isti proces, najlakše se ostvaruju individualni fitness ciljevi. Nudeći mogućnost treniranja u grupi, gde učesnici uče jedni od drugih, wellness rizorti su mesta gde se mogu steći prijatelji za ceo život.



Marija Obradović

## Prva na svetu „biofilična“ teretana u Londonu

Opisana kao „koncept organske teretane za život u urbanim sredinama“, prva biofilična (dizajn inspirisan prirodom) teretana otvorena je u Londonu. S ciljem da spoljašnjost uvedu u enterijer, arhitektae su osmislile prostor gde će posetioci moći da vežbaju uz prisustvo prirodne vegetacije, boja, materijala, mirisa i zvukova, što pored fizičkih donosi i mentalne benefite za korisnike. Kompanija „Biofit“ idejni je tvorac ovakvog tipa fitness centara, a kao inspiracija su poslužile kompanije „Apple“ i „Google“, koje unose biljke za prečišćavanje vazduha i druge elemente iz prirode u svoje kancelarije radi smanjenja stresa i povećanja nivoa produktivnosti kod zaposlenih. Pored biofiličnog enterijera, Biofit je takođe razvio sopstvenu liniju sprava za vežbanje napravljenu od drveta, pamuka i kanapa. Fokus na wellness-u i prirodi vidi se i kod metodologija vežbanja u teretani, kroz kombinaciju vežbi za telo i um.



## Otvora se prvi „tih“ spa centar na svetu



Kompanija koja se bavi upravljanjem termalnim wellness rizortima „Vamed Vitality World“ otvorila je nedavno u regiji Weinviertel u severnoj Austriji, 14 miliona evra vredan spa centar u kojem vlada apsolutna tišina. Kreatori „Silent Spa“ centra, koji se prostire na 3.600 kvm, sa kapacitetom od 160 gostiju, bili su inspirisani dvema potrebama savremenih ljudi - prostor i vreme za meditaciju i opuštanje. Arhitektae su u dizajn uvele elemente nalik onim u katedralama iz 16. veka, jer takvi ambijenti asociraju na unutrašnji mir. Objekat je konstruisan po obrascu četiri elipse, a spa centar gravitira oko centralne kule i ogromne fontane sa termalnom vodom. Svaka elipsa ima drugačije sadržaje, od onih za opuštanje na ležajima, do bazena sa slanom vodom, slanim sobama, spa apartmana i parnim kupatilima. Objekat sadrži i deo sa saunama na 400 kvm, kao i sobe za vežbanje, restoran i bar, a i deo sa sobama za tretmane. Nema zlatnih lustera, samo mermer, kamen, drvo, staklo i voda. Veoma je minimalistički uređen. Očekuje se da će „Silent Spa“ biti posebno popularan kod posetilaca od 25 do 55 godina koji rade zahtevne i stresne poslove.



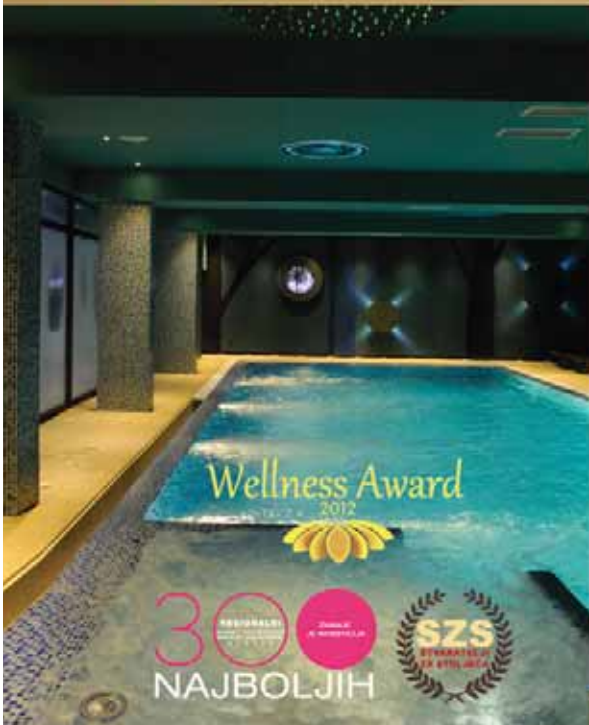


KRALJEVI  
ČARDACI

KOPAONIK

## UŽIVANJE NA VISINI

Puno je dobrih razloga da se i ove zime vidimo u Čardacima!



**N**a padinama Kopaonika u svom najlepšem sjaju udobno se smestio hotelsko apartmanski kompleks Kraljevi čardaci SPA koji je iz godinu sve veći, raskošniji i bogatiji za nove sadržaje koji ga čine jednim od omiljenih mesta za boravak, odmor i uživanje, kako poslovnih ljudi, tako i porodica, ali i onih koji za sebe biraju komfor, odličnu uslugu, boravak na čistom vazduhu i uživanje u bogatoj SPA ponudi.

U toku su radovi na proširenju kapaciteta hotelskog bloka, wellness zone, bazena koji će biti obogaćen vodenim animacijama, grade se i novi apartmani namenjeni prodaji, igraonica, fitness centar, ambulanta... Pred njima su dani kojima se podjednako raduju kao i njihovi gosti. Ono što zaljubljenici u

sneg i skijanje ne propuštaju u Kraljevima čardacima SPA su ski opening od 8. do 11.12. kao i skijaška nedelja od 22.01. do 29.01. u kojoj svi gosti dobijaju šestodnevni ski pass gratis, a veoma je popularan i paket pod nazivom „Slavimo početak zime“ od 11. do 18.12. koji je u duhu dobre zabave i hedonizma, svako veće uživo muzika 80-tih u pivnici, noćno kupanje i još puno drugih iznenađenja. U Čardacima se priprema i tradicionalni doček Nove godine koji će ove godine biti organizovan na tri lokacije: u a la card restoranu, pivnici i kongresnom centru.

Tu su i dečije nedelje: od 8.01. do 15.01, od 15.01. do 22.01 i od 12.02. do 19.02. u kojima deca u Kraljevima čardacima borave gratis.





Piše: Peđa Filipović

# BONTON za relaksaciju bez strasa

Odlazak u wellness centar uvek je poseban ritual, jer je to vreme koje posvećujemo sebi da bismo u opuštenoj atmosferi, u miru, vođeni sigurnom rukom terapeuta povratili energiju, revitalizovali i svoje fizičko i duhovno biće, uživali... Oni koji su već klijenti wellness centara, poznaju uglavnom kodeks ponašanja u ovim objektima, ali oni koji prvi put ulaze u wellness najčešće ne znaju mnogo o onome što ih očekuje ili, ako znaju, nisu sigurni kako treba da se ponašaju, a, pritom, još češće - stid ih je da pitaju. Da se oni koji znaju – podsete, a oni kojima je prvi put – nauče kako da bez stida i straha koriste blagodeti wellnessa i kako da svojim postupcima, modelima ponašanja i komunikacijom učestvuju u kreiranju opuštajuće atmosfere u ovim centrima, pomoći će par saveta i preporuka koje su sastavni deo univerzalnog wellness & spa bontona.

**N**a samom ulasku u wellness centar čeka vas osoblje na recepciji. To su vaši domaćini koji će vam predstaviti sadržaj, tretmane i upoznati vas sa objektom. U toku upoznavanja i predstavljanja, uz poverenje, poklonite im i srdačan osmeh.

Ukoliko želite samo da pogledate sadržaj centra i upoznate se sa rasporedom prostorija, u obilazak idete isključivo nakon što preko obuće nazujete papirnatu naglavke. Ovo je neophodno iz higijenskih razloga. Naglavci vas čekaju pred samim ulazom u

wellness, a obezbeđuje ih centar za goste.

Imajte razumevanja da će vam biti omogućeno da pogledate prostorije u kojim nema gostiju. Ne insistirajte da vam domaćini otvaraju vrata slane sobe, saune, hamama itd. ukoliko se neko od gostiju u njima opušta. Ako se odlučite da ostanete u centru, prvo odlazite u garderobu gde vas čeka sve što je neophodno za opuštanje. Odlazete svoju garderobu u lokere, a oblačite bade mantil. Tu su i peškiri, papuče ili japanke. Vredne stvari i novčanike ne nosite sa sobom, već ih držite pod ključem.

## NEOPHODNE INFORMACIJE

Ukoliko se odlučite za korišćenje sadržaja i tretmana u wellness centru, neophodno je da pred sam ulazak popunite evidencioni list u kojem su neophodni podaci za efikasno i bezbedno uživanje. Imajte strpljenja par minuta da odgovorite na pitanja o svom zdravstvenom stanju. Odgovore na pitanja popunjavajte iskreno, kako bi terapeut znao da li ste indikovani ili kontraindikovani za korišćenje određenih sadržaja. Ujedno je ovo i važan pravni dokument koji štiti kako vaša prava, tako i instituciju kojoj ukazujete poverenje. Pravi domaćini će vam, ukoliko imate npr. povišen krvni pritisak, probleme sa proširenim venama, srčane smetnje, ili patite od dijabetesa, preporučiti šta da izbegavate, a šta i koliko možete bezbrižno koristiti. Finska sauna, hamam, ozonoterapija, kapsule, razne vrste masaža sa toplim i hladnim procedurama, nisu svima preporučljive.

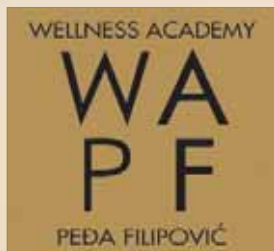
Ukoliko se prvi put srećete sa nekim programima, prvi put ste u wellness centru, ne stidite se i ne ustručavajte da pitate sve što vas zanima. U cilju pozitivnih efekata na zdravlje, tačno je određeno preporučeno vreme boravka u slanoj sobi, sauni, turskom kupatilu, način ponašanja nakon izlaska iz njih, itd. Pitajte i za preporuku najboljih kombinacija za pomoć u vašim očekivanjima – rasterećenje od zapisa stresa, nervoze, nesаницe, depresije, osećaja nedostatka energije, podizanja tonusa kože, bolje oksige-



The very idea to visit the wellness and spa centers are born in those moments when we cry out for relaxation and taking time for ourselves and loved ones. The step from everyday life, full of stress, responsibilities, chasing time, opens the door of expectation that we will in those selected object fulfill such a simple wish. Given the fact that these centers are oasis of peace and well-being for the body, mind and soul, the way that our actions, models of behavior and communication participate in creating of relaxing atmosphere – is very important.







[www.pedja-filipovic.net](http://www.pedja-filipovic.net)



nacije organizma, anti-age efekte, itd. Zaposleni u wellness centru su tu zbog vas i ljubaznos, sa dužnim poštovanjem i strpljenjem treba da vam odgovore na svako pitanje i da vas posavetuju i upute u sve što je važno da znate.

#### **KULTURA KOMUNIKACIJE**

U toku boravka u wellness centru, posebno u zonama relaksacije, spa zoni, delu u kom se primenjuju tretmani, nemojte vikati i glasno komunicirati. I vi ste tu, kao i ostali, sa namerom da se opustite i vibrirate sa energijom oaze i muzikom koja opušta. Govorite tiše i ne ometajte druge.

Izbegavajte unošenje mobilnih telefona u prostorije wellness centra. Postoje posebno predviđena mesta, barovi i kafei u centru gde možete na ovaj način komunicirati. Posebno obratite pažnju da nije umesno fotografisati ljude koji se opušaju, sede u sauni, slanoj sobi, dremaju na tepidarijumima itd. U mnogim centrima ovo je zabranjeno.

#### **HRANA & PIĆE**

Ne koristite sadržaje wellness centra ukoliko ste u alkoholisanom stanju. Sigurno vam tada neće prijati visoka temperatura u prostorijama, mirisna isparenja, para koja dolazi sa raznih strana. Za vaše postupke odgovarate samo vi. Nije preporučljivo ni da neposredno nakon obilnih obroka koristite sadržaje centra. Posvetite se opuštanju ili

pre obedovanja, ili dva sata nakon obroka.

U wellness centar se ne unosi ništa od hrane i pića. Ne mrvite se pored ležaljki. Obično su u spa zonama i sobama za relaksaciju postavljeni aparati sa vodom i časama. Naručite preko recepcije wellness centra kafu, limunadu, čaj. Ako u međuvremenu ogladnite, konzumirajte voćnu salatu ili lakši obrok u bifeu centra, a ne u samoj zoni.

#### **HIGIJENA I OPUŠTANJE**

Kao što vodite računa o sebi, poštujujte i druge ljude. Ukoliko imate problem sa gljivičnim infekcijama, kožnim problemima čiji se uzročnik može preneti, ne koristite đakuzi niti vodene sadržaje, kako ne biste preneli infekciju drugima. Na svakome od nas je da negujemo kolektivnu odgovornost i ozbiljnost.

Na ležajkama, na toplim kamenim ležajevima i klupama u sauni i u slanoj sobi, sedite na svom peškiru koji ste dobili u garderobi, a ne direktno i samo u vešu da sedate na podloge.

Ako vam nešto zasmeta ili vas neko od gostiju uznemirava, obratite se zaposlenima u centru i zamolite ih da odreaguju. Nemojte se upuštati u konflikte i stalno budite svesni činjenice da ste došli da se opustite, uživajte i da investirate samo u vaše vreme.

#### **POŠTOVANJE TERAPEUTA**

Ukoliko se odlučite za tretmane masaža, poštujujte pravila i protokole tretmana. Poštujte i vašeg terapeuta i zapamtite mu ime. Signalizirajte pred tretman na kom mestu biste želeli da se u toku tretmana duže zadržite, da li vas nešto boli, da li ste došli samo zbog relaksacije ili očekujete da se odagna neki od problema i zapisa na vašem telu. Ne intimizirajte se sa terapeutima i poštujujte njihov rad. Izbagavajte priču i provokacije bilo kog tipa. Ne zaboravite da posao terapeuta može raditi vaše dete, suprug, supruga, majka, sestra, brat... Nemojte ih ni jednog trenutka dovesti u situaciju da se osećaju poniženi ili nesigurni. Ako želite terapeuta da nagradite, ne dovodite ga u neprijatnu situaciju i ne stavlajte mu novac u džep, već prilikom plaćanja računa na recepciji planiranu napojnicu odvojite za vašeg terapeuta i signalizirajte da je to deo za njega.

Ljudima koji rade i daju sve od sebe kako bi vaše uživanje i odmor bili potpuni, mnogo znači vaše mišljenje. Napišite u knjigu utisaka vaše iskustvo, dajte sugestiju, pohvalite, signalizirajte eventualni nedostatak ako ste ga primetili...

Nakon završetka boravka u wellness centru, bade mantil, peškiri i papuče odložite u korpu predviđenu za to. Pri napuštanju wellness centra, osmehnite se i zahvalite ljudima koji su dali sve od sebe da potpuno uživajte.

## Novi Ritz-Carlton spa inspirisan ribarskim mrežama



Ritz-Carlton Langkawi u Maleziji otvoriće se u julu 2017. godine, a sadržaće pet visećih spa paviljona u obliku ribarskih mreža, nalik pletenim ćaurama „malay bubus“, koje su nekada koristili lokalni ribari. Paviljoni će visiti iznad Andamanskog mora, a biće međusobno povezani stazama iznad vode. Ovaj neobični spa centar zauzimaće 917 kvm i uključivati fitness centar, lociran na samoj ivici džungle sa prozorima od poda do plafona. Tu će se nalaziti i deo za relaksaciju na otvorenom sa dva *vitality* bazena (ženski i muški), saunom i parnim kupatilom, spa apartmanima i sobama za tretmane, kao i hammam paviljon.

LEBDEĆA JOGA

## Tehnika kojom ćete iskusiti letenje

Lebdeća ili *Anti-Gravity* joga predstavlja jedinstveni metod vežbanja inspirisan različitim pokretima tela. Za ovakav stil vežbi može se slobodno reći da nije kao kod klasične joge, upravo zbog toga što kombinuje nekoliko različitih stilova vežbanja. Važi za jedan od najnovijih trendova i sadrži elemente dobre zabave.

Lebdeća joga je izum Kristofera Harisona (*Christopher Harrison*), bivšeg gimnastičara i brodvejskog koreografa. Obuhvata nekoliko serija vežbi koje su inspirisane jogom, pilatesom, plesom i cirkuskim akrobacijama. Dopušta telu da vežba poze, kreira nove pokrete, a ujedno i da se opusti, oslobodi i jača njegovu fleksibilnost.

Sve više žena opredeljuje se za ovu vrstu joge, kako bi usavršavale tehnike same joge i vežbale celo telo. Međutim, oni koji nisu bili u prilici da se susretnu sa običnom jogom, opredelili su se upravo za ovu vrstu vežbanja.

Prednost anti-gravitit joge je u tome što daje šansu da visite slobodno uz pomoć specijalnih marama koje su zakačene za plafon i koje su prilagođene za ovu namenu. Imaćete osećaj kao da letite. Iako u prvi mah ove marame mogu delovati nezgodno i nesigurno, vaše telo će se brzo navići na njih. Pre samog početka i za vreme vežbanja treba pažljivo slušati instruktore, jer oni nikako ne bi dopustili ljudima da vežbaju na ovaj način, a da nisu sigurni u bezbednost ovih marama.

Vrlo je važno da prilikom vežbanja otvorite svoj um, odbacite

svoje pretpostavke i prepustite se umnim, telesnim i duhovnim vežbama.

Svako ko pati od bolova u leđima, trebalo bi da proba ovu vrstu joge. Oni koji su imali priliku da prisustvuju ovim zanimljivim i neobičnim časovima osećali su se bolje odmah nakon vežbanja, upravo zbog toga što ova joga ublažava bol i poboljšava jačinu i fleksibilnost tela. Međutim, trudnice, osobe koje pate od vrtoglavice, kao i oni koji su imali bilo kakav hirurški zahvat na oku, trebalo bi da izbegavaju ovaj način vežbanja ili da se pre toga konsultuju sa svojim lekarom.

Od svih učesnika se očekuje da sa sobom ponesu dobru energiju, a nakon samo sat vremena vežbanja, ljuljanja tela napred-nazad, formiranja figure naopačke, budete sigurni da čas nećete napustiti bez osmeha na licu.

Privedila:  
I. Stojanović



Čak i ako niste uzimali časove joge, bićete prijatno iznenađeni kada shvate koliko toga vaše telo zaista može da uradi.



# Solaris Resort nije hotel već simbol uživanja!



**SOLARIS**  
RESORT

Vrnjačka Banja  
+381 36 426 500  
[www.solarisresort.com](http://www.solarisresort.com)

# MADAGASKAR – zemlja jednostavnog života

O Madagaskaru nisam mnogo znala, niti se nalazio na listi mojih prioritetnih putovanja. Zašto? Onda nisam znala. Sada znam. Madagaskar nije turistička destinacija. Ne nalazi se na top listama naj – ovih ili naj-onih. Nije ni na listama must-to-see destinacija. Sada znam da je to za mene bilo sjajno. Srećna sam zbog odluke da tamo otputujem sa grupom iskusnih putnika koji cene i vole prirodu, ljude, izvornost života, koji poštuju i vole lokalni ambijent, navike i ponašanja. Madagaskar je za mene bio nepoznanica, najmanje toliko koliko bi bilo dobro da ostane za sve one koji u masovnom turizmu otpisuju jednu po jednu destinaciju, takmiče se, broje, utrkuju... Za takve turiste Madagaskar nije.

**N**a Madagaskaru, dokoga nas odvaja samo 12 sati leta sa dva aviona, nema skupocenih hotela, romantičnih ležaljki među palmama, najposećenijih muzeja, redova do svetski poznatih slika, skulptura ili piramide. Madagaskar je zemlja za sve one koji žele

da ostanu svoji i koji umeju da se, bez očekivanja i strepnje, prepuste doživljaju prirode i života malgašana, lemura, kameleona, baobaba... Na Madagaskaru ste upravo onaj prvi kamenčić u lancu turizma, jer nema drugog ni trećeg. Turista je toliko malo i u malim grupama, da se za par dana prepoznajete sa saputnicima iz neke druge strane zemlje, sa kojima se susrećete na ručku u istim restoranima spremnim za turiste i odsednete u tih nekoliko kućica za goste utisnutih u nedirnutu

prirodu i uveče zajedno popijete rum sa vanilom. Sećate se: “Dobar dan” se poželi putniku namerniku u svakom selu ili na planini, ali ne i u velikom gradu. Madagaskar je turistički raj za one koji upravo taj doživljaj vole.

#### U SKLADU S PRIRODOM

Život je na Madagaskaru, moj je utisak, tako jednostavan. Ljudi naprosto žive. Prihvataju okolnosti takve kakve su. Nisu tužni, nisu gladni, ni žedni, ni besni, ni goli. Bosi jesu, ali im cipele i ne trebaju. Imaju svoja imanja koja





In Madagascar, only 12 hours of flying away, there are no costly hotels, romantic deck chairs among the palm trees, most visited museums, long lines to the world's famous paintings, sculptures and pyramids. Madagascar is a country for all those who want to remain true to themselves and who can, without expectations and anxieties, indulge in the experience of nature and life of lemurs, chameleons, baobabs... Life is so simple in Madagascar. People live simply, without unnecessary things, unencumbered achievements of the modern world, modestly, in families with many children who are their greatest value. They're not sick. And there's no doctor. They use plants, immune system and healthy eating as a cure... The people are simple, smiling, happy...



vredno golim rukama obrađuju. Sade pirinač, povrće, vade zemlju da bi u prinčanim poljima napravili kanale za vodu. Od te zemlje prave cigle tako što ih oblikuju rukama, a negde koriste jednostavne drvene kalupe. Rukama beru, sade, lome, čiste, peru. Nema pomoćnih uređaja, mašina, opreme, šporeta ni frižidera, jer nema ni struje, samo u kućama uz puteve i u većim naseljima, kojih je malo. Priroda im je dala sve što im treba. Tamo naselja niču oko izvora, potoka i reka. Voda im je važna. Sa reke nose vodu u kuće, u reci peru veš grupno i tamo ga odmah na travi suše na suncu. U reci se kupaju, peru sudove, ali i zebu piju vodu ili se kupaju. U reci love ribu, po reci plove u dugačkim čunovima koje su napravili tako što su rukama izdubili debela posebnog drveta koje liči na baobab i ima dugačko ravno stablo. Oko kuće čuvaju malo živine, poneku kozu, ovcu i obavezno zebu. Zebu im je sve. Izvor snage za pomoć oko zaprege, izvor hrane, od kože prave odeću, od rogova posude za kuhinju ili ženske ukrase.

Vrlo je interesantna njihova pokretljivost. Uvek i svuda na putevima su ljudi koji u kolonama hodaju bosu ili u jednostavnim sandalima, papučama, sve noseći na glavi u raznoraznim korpama, svežnjevima, džakovima, posudama... Višak svojih proizvoda nose na pijacu u centar sela, gde nabavljaju ono što nemaju. Svi nešto nude i traže. Nude sveže povrće, ribu, meso, jaja, najraznovrsnije voće predivnih boja, oblika i ukusa. Oni koji nemaju poljoprivredne



proizvode, prave, peku, kuvaju i prodaju krofnice, knedlice od povrća ili voća odmah ispred kuće. Nema velikih gomila proizvoda i hrane, već tek toliko koliko im je dovoljno za njihove potrebe. Ljudi, a naročito dece ima puno i svuda. Svi su napolju, u grupama. Sede, pričaju, posmatraju. U kuće, u kojima nema struje, ulaze u 6 sati kada svake večeri u godini padne mrak. Ustaju naravno opet u 6 sati ujutro kada se sunce podiže. U skladu sa prirodom.

Kuća je na Madagaskaru, kao i svuda nekada, opet u skladu sa prirodom. Nema tipične kuće - doma. Kuće su napravljene od materijala kojeg ima u okolini. Velike su koliko ljudi unutra ima, pokrivene taman toliko da zaštite od sunca, kiše ili vetra. Neke su od trske, druge od bambusa ili drveta, u predelima pirinčanih polja - od glinenih cigala.

### NIŠTA SUVIŠNO

Kuće su opremljene samo onim što je potrebno za život. Jedna soba za spavanje svih ukućana i ostavljanje važnih predmeta, hrane i odeće. U hodniku ispred te sobe je drveni stolić sa posu-

dom - lavorom. U uglu na zemlji, na ognjištu od poredanih par kamenova, u limenim posudama kuva se ručak. I to je to. Nema ormara, regala, polica, TV-a, kupatila niti kuhinje, a ni dečijih soba sa tonama igračkaka. Izgleda da im to 3.000 godina i ne nedostaje. Kuće od cigala su na sprat, jer se na gornjem spratu čuvaju dragocenosti: hrana. Interesantno da nemaju dimnjak, niti građeno ognjište. Lože vatru ispred kuće ili u nekom delu sobe. Čak se i divni mladi vodič začudio kada sam pitala za dimnjak. Pitao se: šta će im dimnjak kada dim može da ide i kroz prozor?!

Ljudi su divni. Jednostavni, lepih širokih lica, sa sjajnim očima i otvorenim pogledom. Razlikuju se po izrazu lica, boji kože u zavisnosti od plemena kojem pripadaju, ali svi su od mrkih do crnih, sjajne kože. Naročito oni u selima. Oni koje još nije uzdrmao talas masovnih poseta turista. U gradovima je slika drugačija. Tamo već mrko gledaju kada želiš da ih slikaš ili samo da ih gledaš. Poneko i zapreti rukom. Na njih smo mi, turisti, nažalost, već izvršili uticaj. Počeli su da se plaše.

### DECA SU NAJVEĆA VREDNOST

Deca su najveća vrednost porodice. Od toga koliko dece porodica ima, toliko i vredi, makar ih i dve ili tri žene, jednog muža, rađaju. Porodice su sa prosečno 7-10 dece. Deca su divna. Vitka, vretenasta, vesela, uvek u grupi i razdragana ili mirna. Nemaju igračkaka, nemaju pomoćne izmišljene stvari sa kojima ne znaju šta će. Igraju se na granama, lijanama, penju po kamenju, brčkaju u vodi, trče, guraju žičani točak sa štapom, retko gde imaju neku loptu od tkanina ili pomažu roditeljima oko jednostavnih poslova. Radosni su kada im priđemo. Žele da nas







dodirnu, da pogledaju sliku na mobilnom telefonu i smeju se kada vide sebe ili svoje drugare. Starija deca čuvaju mlade. Nose ih, vuku, pomeraju. Idu u školu pešice, par godina, taman da malo nauče slova i francuski, koji je pored malgaškog zvanični jezik. A onda su potrebni roditeljima. Nisu bolesni. A nemaju ni lekara. Leče se biljem, otpornošću, zdravom ishranom i u tome im pomažu šamani za telo. Šamani za dušu im trebaju kada se spremaju da umru i odu na sveto mesto. Velika većina Malgašana su još animisti, povezani u 18 plemena od kojih je jedno nomadsko. Najsrećniji dan u životima i u selu je dan kada se tri godine nakon smrti prepovijaju ostaci pokojnika, stavljaju u svečanu porodičnu grobnicu, koja je jedina od tvrdog materijala i divno oslikana. Taj ispraćaj u više svetove za celo selo znači sreću, radost, jer imaju još jednu dušu više koja ih čuva.

#### SREĆA JE U POŠTOVANJU...

Za kraj. Nisam sigurna da bih volela da se o svim ovakvim mestima, ovakvom skrivenom kutku Zemlje uopšte mnogo piše. Jer primeri mnogih destinacija iz sveta pokazuju da je turizam, posmatran kao industrija odmora i zabave, postao žderač prostora i sa tim prostorom i žderač navika ljudi, prirode.... Vrlo brzo velika i intezivna prisutnost posetilaca na nekom mestu doprinosi nagloj promeni lokalnih tradicionalnih prostora i ljudi. Ti ljudi, do skora slobodni u svom svetu, sigurni u svoj tempo življenja, ne znaju šta da rade sa nama sa fotoaparatom, dodirivanjem, davanjem bombona, čokolade.... Da je to za njih toga bi tamo bilo. Ta deca koja ne znaju za šećer, ne trebaju ni bombone, a ni nas koji im virimo u sobe. Za njih ništa ne znači ako svetska statistika kaže da imaju 1 dolar dnevno. Njima, u unutrašnjosti, ni taj dolar skoro da nije potreban.

Na nama turistima je da odmah i zauvek naučimo da poštujemo druge ljude, drugačiji način i tempo življenja, da svoju radoznalost zadovoljavamo samo onoliko koliko ona ne boli i ne povređuje, ili prebrzo menja druge u skladu sa našim, a ne njihovim navikama. Najvažnija i najdublja poruka sa ovog predivnog i veoma dubokog putovanja za mene je da se može živeti jednostavno. Da, čak i u gradu, u Evropi ljudi moraju da mogu da žive skromnije, razmišljajući o količinama kupljenih stvari, o brzini zamene za nove, o gomilanju, bahaćenju, bacanju. Ja znam da sam ja i nakon putovanja u Mongoliju, Filipine, Laos, a i sada opet značajno pomerila svoje kriterijume. Pa neka liči i na hvalisanje, ali duboko u sebi sam svesna da mi ovakva putovanja pomažu da živim više u skladu sa prirodom i izvornim potrebama i da me to zaista ispunjava i čini srećnom.

**Dragica Tomka**

*Ilan, Centar za kulturu putovanja*

# Izobilje lepota i budističkih svetinja

Slikovita lepota ogromnih planinskih vrhova, šumovitih proplanaka i bujnih reka čine Sikkim botaničkim rajem koji ukrašavaju orhideje, gladijole, ljiljani, rododendroni i drugo živopisno cveće, polja, voćnjaci i zasadi začinskog bilja, kao što su kardamon, đumbir i kurkuma. Ova oblast je takođe stanište životinja koje žive na velikim visinama i odlično mesto za posmatranje leptirova i ptica sa Himalaja. Njegov pejzaž ide iz dubokih dolina do gustih šuma i hladnih pustinja.

**S**ikkim je postao 22. indijska država 26. aprila 1975. godine, a graniči se sa Nepalom, Tibetanskom autonomnom pokrajinom u Kini, Butanom i na jugu sa Bengalom. U ovom regiji svoj uticaj ostavljale su mnoge kulture, a najbrojnije stanovništvo su Lephasi, Butanci i Tsongli ili Gorkasi iz Nepala.

## GLAVNI GRAD GANGTOK

Obilazak Sikkim-a može da počne iz njegove prestonice Gangtok-a, koji je postao budistički centar zahvaljujući Enchey manastiru, izgrađenom 1840-ih godina iznad grada pored gustog „zida“ od zelenog drveća. Najpodobnije vreme za posetu ovog mesta je tokom festivala „Detor Chaam“ u decembru i januaru, kada se ispred manastira održavaju nastupi maskiranih plesača. Namgyal institut za tibetologiju, osnovan 1958. godine poseduje veliku kolekciju predmeta koji pripadaju „Vajrayana“ budizmu i tibetanskoj kulturi, uključujući zadivljujuće slike, goblene, predmete za tantričke rituale, budističke ikone i skulpture. Biblioteka na prvom spratu čuva dragocene budističke spise, dok se u suvenirnici prodaju nakit, knjige, ritualni predmeti i dokumenti o Sikkim-skoj kulturi i tradiciji.

Obilazak može da se nastavi do Do-Drul Chorten-a, velike bele budističke

svetinjne okružene staklenim galerijama sa brojnim upaljenim lampama i hostelom za monahe. Šetnjom duž grebena ukazuje se spoljašnjost Chogyal palate i impresivnog Tsuglhakhang hrama.

Nedaleko odatle nalazi se atraktivan zoološki park, u kojem mogu da se vide leopard, snežni leopard, himalajski medved, crvena panda i planinske ptice.

## UMETNOST, ZANATI I GASTRONOMIJA

Državni institut za narodnu radinost promovise zanate i veštine, kao što su slikanje, pletenje, drvodeljstvo i pravljenje maski. Tamo se mogu videti umetnici koji slikaju budističke scene i mandale na platnu od pamuka ili svile. Pravljenje maski je specifičan oblik umetnosti koji se sreće na ovim prostorima. One nastaju oblikovanjem drveta ili papira, a nose se tokom „lama“ plesa. Drvodelje prave male niske stolove zvane „choktse“, koji su majstorski isklesani i ofarbani u crvenu, plavu, roze, naradžastu, braon ili zlatnu boju.

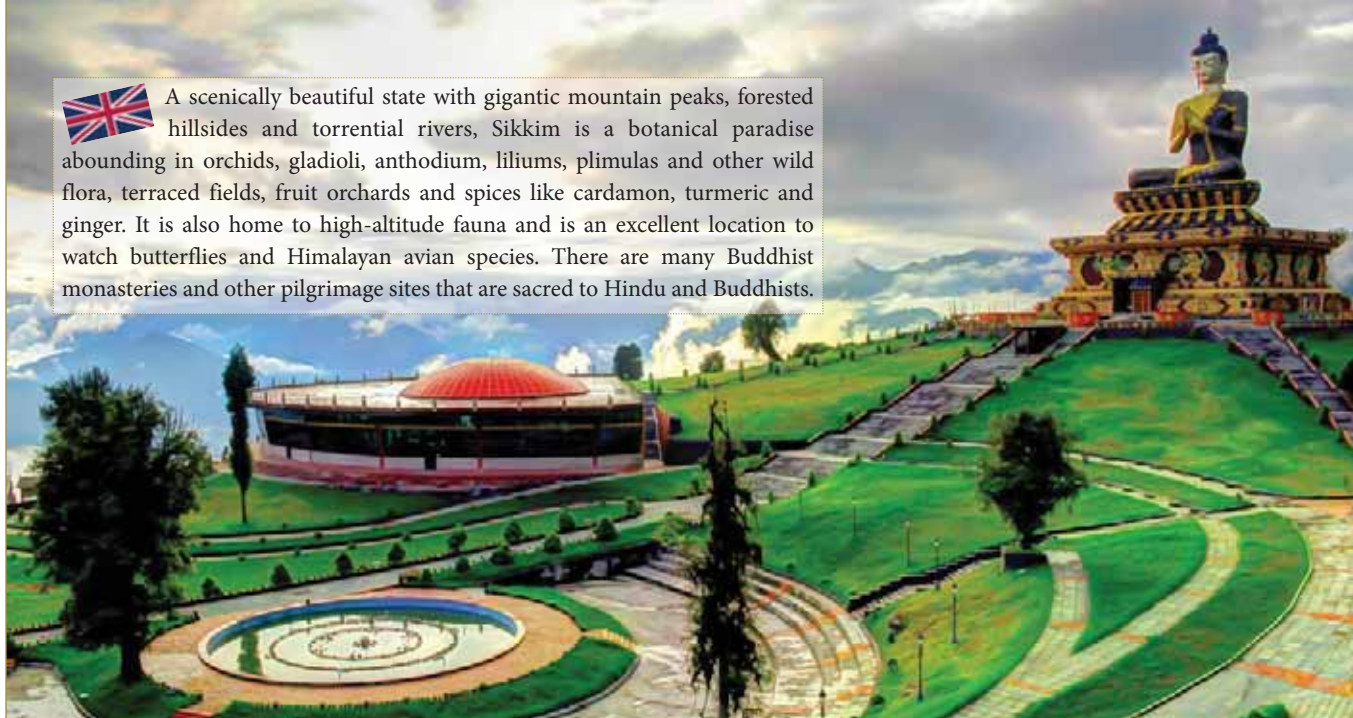
Na udaljenosti od oko 24 kilometra od glavnog grada nalazi se Rumtek, čuven po budističkoj skulpturi od drveta. U ovom mestu nalazi se manastirski kompleks, jedan od najvažnijih institucija tibetanskog budizma i sedište sekte „Crni šešir“. Impresivna glavna zgrada ima upečatljive zlatne ornamente na ravnom krovu i prelep srebrno zlatni hram okovan poludragim kamenjem, u kome se nalaze relikvije pomenute sekte iz 16. veka.

Gangtok je pravo mesto da se proba sikimska kuhinja, koja je usko povezana sa Tibetom. Knedle zvane „momoš“ sa raznim punjenjima i različite supe sa nudlama su čest delikates. Bodljikave koprive zvane „sisnu“, paprat zvana „ningro“, lokalni sir „churpi“, fermentisana zrna soje, žestoka pića od bambusa i divlje





A scenically beautiful state with gigantic mountain peaks, forested hillsides and torrential rivers, Sikkim is a botanical paradise abounding in orchids, gladioli, anthurium, lilies, primulas and other wild flora, terraced fields, fruit orchards and spices like cardamom, turmeric and ginger. It is also home to high-altitude fauna and is an excellent location to watch butterflies and Himalayan avian species. There are many Buddhist monasteries and other pilgrimage sites that are sacred to Hindu and Buddhists.



pećurke koriste se u spravljanju jela zajedno sa lokalno uzgajanim povrćem.

#### ISTOČNI I SEVERNI SIKKIM

Iz Gangtok-a ka istoku živopisni put vodi do Tsangu jezera, a zatim do Kyongnosla svetišta koje nudi fantastičan pogled na cveće i ptice



tokom proleća i leta, te snežne planinske vrhove tokom hladnijih meseci. Tu se može posetiti Nathula prolaz na Putu svile, jedan od dve otvorene trgovačne granice između Indije i Kine uz dozvolu dobijenu u Gangtoku.

Prateći dozvoljenu rutu ka severu duž Teesta reke dolazi se do slikovitog priobalnog sela Lachung. Put za Lachung vodi pored dva manastira iz 18. veka. Jedan je Phodong, u kome se nalaze murali, radovi od drveta i budističke ikone, a odatle put vodi u mesto Yumthang na 3.615 metara nadmorske visine, gde se tokom letnjim meseci mogu videti livade prepune cveća. Od Lachen-a može se stići do Gurdongmar jezera na 5425 metara nadmorske visine, za čiju posetu su potrebne specijalne dozvole, jer je to mesto svetinja za tibetanske budiste.

#### ZAPADNI I JUŽNI SIKKIM

U zapadnom delu pokrajine nalaze se nekoliko važnih manastira, a turisti najčešće posećuju Pelling. Sela Rinchengpong i Kaluk poznata su po živopisnim pogledima na zelene šume, farme na obroncima i snežne planinske vrhove. Neka od mesta koje vredi posetiti su Lepcha Heritage House gde je predstavljena tradicional-

na sikimska arhitektura, Rabindra Van bašte u spomen Tagore i manastir iz 18. veka Rigsum sa tantričkim idolom Ati Bude u „yub-yum“ poziciji.

Istim putem dalje se stiže u mesto Pilling, na visini od 2.000 metara nadmorske visine, odakle se proteže fantastičan pogled na planinske vrhove. Ovo mesto poznato je po manastiru Pemayangste iz 1705. godine u kome se čuvaju dragocena budistička umetnička dela, poput mandala iscrtanih na tkanini, murala, idola i prelepi model doma Guru Rinpoche-a, osnivača tibetanskog budizma. Mnogim turistima je Pelling baza za posetu jezera Khecheopalri, mesta hodočašća za pripadnike hindu religije i budizma.

Na jugu, mesto Ravangla obiluje šumama, zasadima čaja, prelepim pejzažima i religioznim spomenicima. Selo Namchi je poznato po religioznim objektima, kao što su 33 metara visoka statua boginje Shiva u kompleksu zvanom Char Dham i 45 metara visoka statua Guru Rinpoche-a u kompleksu Samdruptse.

Prevela: **Marija Obradović**  
Izvor: „India Perspectives“



# Bajka u kojoj BRIGE NESTAJU!

Diznilend u Parizu je otvoren 1992. godine, a nalazi se 32 kilometra istočno od glavnog grada Francuske, kao deo novog grada Marne-la-Vallée, i predstavlja najposećeniji zabavni park Evrope. Prostire se na površini od 19 kvadratnih kilometara i čine ga dva zabavna parka (Diznilend park i Studiji Volta Diznija), veliki broj hotela, golf teren, železnička stanica, a u „Dizni selu“ se, pored restorana, kafića i prodavnica, nalaze i outlet i veliki tržni centar – izazov za one koji bi da sami otkrivaju magični svet bajki, jednako kao i za ljubitelje adrenalinskih tura i šopinga.

„Hrabri, za mnom!“, viknuo nam je vodič dok smo se jednog kišnog jutra približavali nepoznatoj, ali impresivnoj građevini u obliku ogromnog cirkuskog šatora. Bila je šarena i sa toliko detalja da ti se zavrta u glavi. Rečeno nam je da se zove „Svemirska planina: Misija 2“ i da nudi najstrašniju vožnju u Diznilendu. I, zaista, kad smo posedali u ogromnu raketu koja nas je čekala na šinama ove velelepne konstrukcije, upozorenje se obistinilo. Kroz široku, beskraju cev jurili smo neverovatnom brzinom, obrtali se naglavačke, ujedno vrišteći i smejući se, dok su oko nas iskakale razne 3D animacije i brujali audio efekti. Kad se vožnja završila, izašli smo razbuđeni, preporođeni, željni novih otkrića i iskustava koje nudi ovo bajkovito, magično mesto. U međuvremenu, kišu je zamenilo sunce. A mi smo se odjednom našli u dilemi: kuda pre?!

S jedne strane - ružičasti zamak Uspavane lepotice, s druge - lavirint Alise u zemlji čuda, Đepetova radionica, Aladinova Agrabah,

Dambov ringišpil, brod Džeka Speroua i pirata sa Kariba... Svuda šarenilo, pesma i osmesi. Budući da smo imali ceo dan na raspolaganju, znali smo da ćemo se potruditi da obiđemo većinu atrakcija, pa smo se odlučili za vožnju na „Gromovitoj planini“. U parovima, seli smo u vagon koji nas je, takođe velikom brzinom, vozio kroz brda, planine, džunglu, vodopad koji nas je okupao, na nesagledivoj visini, obrnuvši nas u jednom trenutku za 360 stepeni! Adrenalin na vrhuncu...

#### ATRAKCIJE ZA ADRENALINSKE I ŠOPING ZAVISNIKE

Diznilend u Parizu je otvoren 1992. godine, a nalazi se 32 kilometra istočno od glavnog grada Francuske, kao deo novog grada Marne-la-Vallée, i predstavlja najposećeniji zabavni park Evrope. Prostire se na površini od 19 kvadratnih kilometara i čine ga dva zabavna parka (Diznilend park i Studiji Volta Diznija), veliki broj hotela, golf teren, železnička stanica, a u „Dizni selu“ se, pored restorana, kafića i prodavnica, nalaze i outlet i veliki tržni centar. Iskusili smo i vožnju Indijane Džonsa i njegov







„Hram opasnosti“, vozili se u šoljicama Ludog šeširdžije, upoznali Belu („Lepotica i zver“) u Princezinom paviljonu, zastrašivali se u Kući fantoma, obišli kuću tri dobre vile, divili se Džekovom čarobnom pasulju i Orbitronu – atrakciji koja predstavlja letelice koje putuju svemirom, okrećući se oko centralne rakete. Usput smo šetali i kupovali. Cena karte na ulasku uključuje sve vožnje, ali ne i hranu i suvenire koji, uzgred, nisu jeftini.

Dok smo se gubili u Alisinom lavirintu, na putu su nam iskakali svi mogući likovi iz ove vanvremenske bajke Luisa Kerola. Češirski mačak, Kraljica srca, špilovi karata, Plava gusenica koja



Disneyland Paris was opened in 1992 and is located 32 kilometres east of the capital of France, as part of the new town Marne-la-Vallée, and is the most visited amusement park in Europe. It covers an area of 19 square kilometres and consists of two amusement parks (Disneyland Park and Walt Disney Studios), a large number of hotels, a golf course, a railway station, and in "Disney village", in addition to restaurants, there are cafes and shops as well as outlet and large shopping centre - a challenge for those who want to discover their own magical world of fairy tales, as well as for fans of adrenaline tours and shopping.





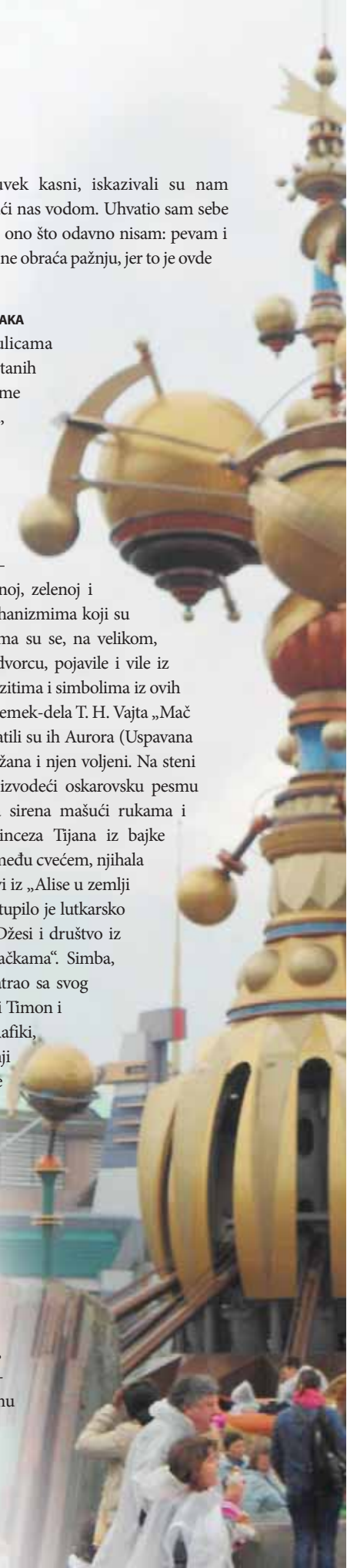


## PARISKI DIZNILEND

puši nargilu, Beli zec koji uvek kasni, iskazivali su nam dobrodošlicu pesmom i prskajući nas vodom. Uhvatio sam sebe kako vraćen u detinjstvo, radim ono što odavno nisam: pevam i skakućem među ljudima! I niko ne obraća pažnju, jer to je ovde normalna pojava.

### BAJKA UŽIVO: PARADA CRTANIH JUNAKA

Dok je sunce zalazilo, ulicama Diznilenda počela je parada crtanih junaka – događaj koji se ne sme propustiti. Uz glasnu muziku, nepregledni red originalnih, nasmejanih lica mahao je publici koja je slala otpozdrave i fotografisala. Kolonu su koreografski povele tri dobre vile iz „Uspavane lepotice“ – Flora, Fauna i Srećkica u crvenoj, zelenoj i plavoj haljini, krećući se na mehanizmima koji su odavali utisak lebdenja. Za njima su se, na velikom, pokretnom ružičasto-zlatnom dvorcu, pojavile i vile iz „Pepeljuge“ i „Pinokija“, sa rekvizitima i simbolima iz ovih bajki, kao i čarobnjak Merlin iz remek-dela T. H. Vajta „Mač u kamenu“. Na kočijama iza, pratili su ih Aurora (Uspavana lepotica) i princ Filip, kao i Snežana i njen voljeni. Na steni punoj algi i morskih cvetova, izvedeći oskarovsku pesmu *Under the Sea*, sedela je Mala sirena mašući rukama i ribljim repom, a potom i princeza Tijana iz bajke „Princeza i žabac“. Na ljuljašci, među cvećem, njihala se Zlatokosa koju su pratili likovi iz „Alise u zemlji čuda“. Uz Pinokija i Đepeta nastupilo je lutkarsko pozorište, a onda i Vudi, Baz, Džesi i društvo iz animiranog filma „Priča o igračkama“. Simba, kralj lavova, ponosito je posmatrao sa svog kamena, a društvo su mu pravili Timon i Pumba, ptica Zazu, babun Rafiki, slonovi, zebre, žirafe i nilski konji čije glave su virile iz ogromne krošnje baobaba. Medved Balu i kralj majmuna Lui pozdravljali su posetioce ozbiljnim plesnim akrobacijama, dok je ogromna zmija Kaa hipnotisala pogledom. Dajući naređenja svojim gusarima, Kapetan Kuka je dobio ovacije, a Meri Popins je nameštala frizuru i šesir sedeći na ringišpilu. Paradu su završili Paja Patak, Šilja, Mini i Miki Maus šaljući poljupce uz konfete, sjaj i dimnu zavesu.







**UZ VATROMET I KULTNE PESME  
DIZNJEVIH CRTANIH KLASIKA**

U deset sati uveče, nepregledni broj posetilaca se ponovo okupio na ulicama Diznilenda kako bi uživao u dvadesetominutnom spektaklu koji se dešavao u centralnom dvorcu – domu Uspavane lepotice. Trodimenzionalna Zvončica proletela je oko zdanja i vilinskom prašinom napravila uvertiru za fantastične audio-vizuelne efekte. Uz kulturne pesme Diznijevih crtanih klasika, pojavljivali su se Petar Pan i Vendi, Bambi, Dambo, Peperljuga, Duh iz Aladinove lampe, Kvazimodo, Herkules, Grdana i mnogi drugi. Raznobojna svetla, vatra i neprestani vatromet dodatno su pojačali utisak, učinivši ga nezaboravnim. Ljudi su pevali, smejali se, ali i plakali. Na kraju dana - stres je iščezao. Slavio se život. Jer ulazak u Diznilend je ulazak u vremensku mašinu za povratak u detinjstvo – bajku u kojoj brige nestaju...

*Tekst i fotografije:  
Dušan Veselinović*



## Palata Sadama Huseina postaje muzej

Palata nekadašnjeg iračkog predsednika Sadama Huseina dobila je novu upotrebnu svrhu, kada je iračka Vlada pretvorila u veliki nacionalni muzej antikviteta. Za razvoj projekta uloženo je 668.000 evra, a novac je iskorišćen za otvaranje jedne sale u kojoj je prikazana kolekcija antikviteta koji datiraju iz 400 p.n.e. U planu je otvaranje još tri sekcije koje će se fokusirati na periode Sumera, Vavilona and Asirije, sa projektovanom vrednošću investicije od 521.000 evra. U dvadesetogodišnjem planu razvoja ove lokacije su izgradnja hotela, restorana i muzeja nasleda.



## Noć ispod polarne svetlosti u pokretnoj sobi



Putnici koji tragaju za polarom svetlošću uskoro će moći da gledaju ovu magičnu prirodnu pojavu iz svog kreveta u mobilnom „hotelu – sankama“ sa staklenim krovom, prikačenim za motorne sanke. Reč je o „Aurora Bubble Sled“ kreaciji kompanije za avanturistička putovanja „Off the Map Travel“, a ova neobična „pokretna soba“ dostupna je gostima u mestu Kilpisjärvi u Finskoj – jednom od najboljih mesta na svetu za posmatranje polarne svetlosti.

Soba ima sopstveni sistem grejanja, u njoj se nalaze veliki jastuci za sedenje, nameštaj prekriven kožom irvasa i oprema za spavanje, a kako je montirana za motorne sanke gosti se odvoze do zabačenih delova Arktika, gde mogu da uživaju u pogledu na polarno nebo u potpunom izolaciji.

## Benefit učenja u muzeju

Izveštaj četvoromesečnog istraživanja londonskog King's College-a, u kome su učestvovala dve osnovne škole i jedan vrtić, je pokazao da deca stiču samopouzdanje i unapređuju društvene veštine kada se nastava obavlja u obližnjim muzejima. U svrhu ispitivanja, klasični časovi premešteni su u lokalne muzeje, a studija je imala za cilj da istraži uticaj koji lokacija ima na učenje. Održavanje redovne nastave u muzejskim prostorijama pružilo je fundamentalno drugačije iskustvo deci od sporadične posete muzejima, koje škole inače organizuju. Prema rezultatima, produženi boravak u muzeju uticao je da deca steknu veće samopouzdanje i budu efekasnija u komunikaciji, dok u isto vreme uživaju u interesantnom iskustvu učenja, uz potencijal dužeg zadržavanja naučenog u memoriji. Koristeći muzej kao učionicu, studija je takođe otkrila da je primećen veći entuzijazam kod dece za sadržaje koje lokalne kulturne institucije mogu da ponude, dok u isto vreme pomaže i muzejima da razviju bolje razumevanje formalnog obrazovanja.







# NEODOLJIVI ŠARENI DŽINOVI

**L**egenda na koju se pozivaju balonari kaže da je krajem XVIII veka jedan zatvorenik pobjegao iz krajnje nepristupačnog zatvora na visokim stenama uz pomoć balona. Kako je njegov beg delovao poput samoubilačkog akta zbog hladnih vazдушnih struja, vrhova planina i ostalih nepovoljnih uslova za let balonom, kralj je izjavio da će ukoliko zatvorenik bude preživio, biti oslobođen i još će, uz to, dobiti titulu barona.

I desilo se čudo: on je ostao živ, a kralj je održao obećanje.

Tako balonari, u skladu sa legendom, prave krštenje svakoga ko prvi put leti, te ga proglašavaju baronom/baronesom.

A to izgleda ovako:

Potrebno je kleknuti na jedno koleno i saslušati zvaničan tekst, potom se manifestuju na vama četiri elementa prirode (zemlja, voda, vazduh, vatra), malo zemlje s biljčicama završi na vašoj glavi, spale vam jedan pramenčić kose i zaliju vas šampanjcem koji stigne u majicu na leđnom delu... A onda se dobije titula barona/baronese u vidu povelje, odnosno sertifikata.

Tako je to u svetu ovih, uzbuđenja željnih ljudi, koji žive punim plućima, delom na zemlji, delom u vazduhu, koje možemo videti i upoznati svake godine oko 11. septembra kada imaju godišnje druženje u vojvođanskom gradiću Senti na Festivalu toplo vazдушnih balona. Okupe se tu balonari iz: Mađarske, Rumunije, Hrvatske, Slovenije... i Srbije kao domaćina.



Ja sam imala čast da na tren zavirim u njihov svet i poletim. Predivan osećaj! Kakvo uzbuđenje! Čitavih sat nezaboravnog vremena u nekoj drugoj dimenziji gde vlada svečana tišina. Ploviti nebeskim svodom u maloj korpi ispod ogromne šarene kupole – doživljaj je koji se ne može zaboraviti! Taj osećaj slobode, lične vrednosti, samopouzdanja, sreće..., benefiti su onih najhrabrijih! A nagrada: časna titula koja će vas uvek podsećati na let koji je uticao na promenu vaše životne percepcije.

Vesna Nikolovski





gardenika

Zdrave poslastice!  
VOĆNE ROLNICE

100% zdrave poslastice od sveže mlevenog, a zatim sušenog voća.  
Ne sadrže gluten, dodatni šećer, konzervanse, veštačke boje i ukuse,  
niti druge aditive i spadaju u posne proizvode.

*Kupovinom ovog proizvoda pomažete osobama sa invaliditetom.*

**PROIZVODI:** Gardenika D.O.O. Slanački put 18v, Beograd  
u saradnji sa organizacijom za osobe sa intelektualnim teškoćama  
Kreativno edukativni centar KEC, Kraljevića Marka 4, Beograd

**KONTAKT:** +381 64 680 97 51 • e-mail: kecmnro@eunet.rs  
www.gardenika.rs • www.kec.org.rs



Prodaja kozmetičkih i toaletnih proizvoda



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!

MEILAB



Antifašističke borbe 36/1, 11070 Beograd  
tel. +381 11 31.21.361, fax. +381 11 21.20.011  
cel. +381 62 220.478  
www.meilab.com, info@meilab.com



Dum doo

www.hotelgarnidum.com  
dum.hotel@gmail.com  
+381 11 40-44-810  
+381 11 40-44-811  
+381 69 304-82-83

**CEBEF**

CENTAR BEOGRADSKIH FESTIVALA

Ilije Garašanina 24,  
11000 Beograd  
+381 11 3236 530, +381  
11 3241 319  
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; e-mail: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: [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; [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.



Pionir

100  
GODINA  
Sa vama



*Srećni praznici!*

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



# Скијање у Републици Македонији

Скијање у Републици Македонији је популаран спорт који ужива локално становништво, како и инострани туристи. Македонија нуди добре климатске услове за тај спорт. Алпско и нордијско скијање је главни догађај који се одржава за промоцију лепота македонских планина. Постоје два традиционална догађаја који су у организацији македонских скијашких радника. Мавровски меморијални турнир и Међународни турнир у алпском скијању, исто тако познати како и Шарски планински куп, су два најпопуларнија догађаја у Македонији које организује месна заједница Бистра, и Попова Шапка, одговарајуће. Скијање и сноубординг су спортови који су много популарни у Македонији. Можете да скијате и да бордате на неколико места како што су: Маврово, Шар Планина, Кожуф, Пелистер и Крушево.

Популарни скијашки центри у Македонији: Маврово, Попова Шапка, Крушево и Пелистер.



[www.macedonia-timeless.com](http://www.macedonia-timeless.com)

