

Prvi časopis za savremeno hotelijerstvo & turizam

ISSN 1451-2661

LOVET

TURISTIČKI

LOVET

OKTOBAR / NOVEMBAR 2017



SRBIJA
SVE POPULARNIJA
KONGRESNA DESTINACIJA

TURIZAM
GLAVNI POKRETAČ
EKONOMSKOG RAZVOJA INDIJE

Niš:
EVROPSKA METROPOLA
NA CARSKOM DRUMU

PALIĆ:
OD USNULE BANJE
DO TURISTIČKOG BUTIKA

OTKRIJTE MAKEDONIJU,
BUDITE DEO DRUGAČIJE PRIČE!





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 Web www.unionclean.rs



Welcome Home!



FALKENSTEINER

*Hotel
Belgrade* *****



STVOREN ZA BIZNIS I ZABAVU!

FALKENSTEINER HOTEL BELGRADE *****

Falkensteiner Hotel Beograd predstavlja pravo odredište za poslovne ljude i kongresni turizam, a svojim sadržajima pruža sve udobnosti koje zahtevaju internacionalni turisti. Od seminara i promocija brendova do korporativnih proslava i međunarodnih konferencija, Falkensteiner Hotel Beograd svojim gostima nudi jedinstvenu priliku da se u najboljem svetlu prezentuju.

GOSTIMA SU NA RASPOLAGANJU:

- 170 superior soba i apartmana,
- 6 ekskluzivnih konferencijskih sala na impresivnih 700 m²,
- Banket / Wedding sala „White pearl“,
- konferencijski i banket foaje,
- A la carte restoran „Pink Topaz“ sa terasom,
- Acquapura SPA centar,
- Hotelska garaža.

Falkensteiner Hotel Belgrade *****, Bulevar Mihaila Pupina 10k, 11070 Novi Beograd
Tel. +381/(0)11 225 0000, Fax +381/(0)11 225 0001
reservations.belgrade@falkensteiner.com, belgrade.falkensteiner.com



MONS ZLATIBOR
HOTEL & APARTMENTS
★★★★

Hotel za odmor i - biznis

MONS Hotel & Apartments nalazi se u samom centru Zlatibora, u blizini jezera. Sa svojim modernim enterijerom, raznovrsnim sadržajem i najvišim nivoom usluge, MONS predstavlja pravo mesto za odmor i uživanje svih generacija. Pored 21 smeštajne jedinice, hotel sadrži i café restoran, SPA centar, teretanu, dečiju igraonicu i FUN zonu.

Novo u ponudi hotela je moderna kongresna sala opremljena najsavremenijom tehnologijom. Klimatizovan prostor, elegantnog enterijera pruža razne pogodnosti za održavanje svih poslovnih događaja. Kapacitet sale je do 40 mesta i fleksibilna je za najrazličitije postavke. Gostima je na raspolaganju računar, ozvučenje, flip chart, kao i najsavremenija interaktivna smart tabla sa projektorom, zahvaljujući kojoj će svaki kongres ili seminar biti vrlo efikasan i produktivan. Sala je pokrivena brzim internetom, a po potrebi mogu se potpuno besplatno koristiti i usluge štampanja, kopiranja i faksa. Svim učesnicima sastanka nudimo i raznovrstan izbor kvalitetne, zdrave hrane i pića, koja će upotpuniti dobar utisak o hotelu, a boravak učiniti vrhunskim zadovoljstvom.



Prenesite svoje sastanke u MONS Hotel & Apartments i - spojite posao i odmor!

Čaldov put bb | 31315 Zlatibor | Srbija

Tel: +381 31 848-005 | Fax: +381 31 848-008

www.mons-zlatibor.com | hotel@mons-zlatibor.com

KONGRESNI CENTAR A HOTELA

2.500 m² u tri hotela za sve vrste događaja

Hotel IZVOR Arandelovac



Hotel SLOBODA Šabac



Garni hotel MASTER Novi Sad



MIELE je vaš idealan profesionalni partner.

Naša oprema za profesionalne vešeraje i profesionalne mašine za pranje sudova testirani su za dvadesetogodišnji rad i, kao i ostali **MIELE** aparati, postavljaju standarde izdržljivosti, učinka, jednostavnosti primene, energetske efikasnosti, dizajna i vrhunske usluge.

MIELE uređaji obezbediće savršen sjaj za posuđe i kvalitet pranja veša na najvišem nivou u vašem hotelu ili restoranu.





Raskoš pod sjajem 5 zvezdica!

Mnogo dobrih hotela je u Novom Sadu, ali samo se jedan izdvaja! Ne samo zbog maksimalnih pet zvezdica koje u Srbiji ima samo nekoliko hotela, već i zbog modernog eksterijera i jedinstvenog enterijera, u skladu sa najprefinjenim estetskim merilima i najvišim svetskim standardima.

Reč je o otmenom i luksuznom hotelu „Prezident“, smeštenom na izuzetnoj lokaciji: centar „Srpske Atine“ je gostima na dohvat ruke, a od „Novosadskog sajma“ deli ga samo 100 m! Hotel raspolaže sa 50 vrlo modernih, komfornih soba i apartmana, u kojima može da se smesti više od 100 gostiju.

Gostima je sve podređeno, pa je svaki trenutak u ovom hotelu nešto posebno, izuzetno, drugačije... Novosadski hotelski biser ima i wellness i spa centar (sauna, tursko kupatilo, jacuzzi, tapidarijum, teretana) čije usluge su, kao i korišćenje otvorenog i zatvorenog bazena, besplatne za goste. A ono što ih u njima čeka - pozitivno utiče i na zdravlje i na raspoloženje. Zato je Prezident Hotel pravi izbor za ljude od stila, odgovorne prema zdravlju i ljudi i planete.

NOMINACIJA ZA SVETSKU KLASU

Sa ponosom obaveštavamo da je Prezident Hotel**** nominovan za prestižnu nagradu – **2017 World Luxury Hotel Awards!**



Prezident Hotel**** - po meri onih kojima pripada najbolje!



Futoška 109, Novi Sad
Tel: +381 21 487 7444
www.prezidenthotel.com



Originalni DIZNI na kineski način

Sve više ljudi se uključuje u kineski dizni, koji je postao najpopularniji sport na svijetu. Ova aktivnost kombinira elemente joge, Tai Chi i tradicionalnih kineskih vještina. Dizni se izvodi na specijalno dizajniranim platformama koje omogućuju različite položaje i vježbe. Ova disciplina je posebno popularna među mladima zbog svoje dinamičnosti i mogućnosti izvođenja spektakularnih trikova.



Wellness kao stil života

Wellness je više od samo kupanja u toplom kupaoniku. Postaje način života koji uključuje zdravu prehranu, redovno vježbanje i opuštanje. Cilj je poboljšati fizičko i mentalno zdravlje. Ova praksa uključuje različite terapije poput masaže, aromaterapije i joge. Sve više ljudi se uključuje u wellness programe kako bi se osjećali bolje i živili duže i zdravije.



Lekovita MOĆ dodira

Ovaj novotvoreni trend u terapijama koristi snagu dodira za liječenje različitih bolesti. Terapeuti koriste različite tehnike poput masaže, refleksologije i terapije kamenjem. Ovo omogućuje smanjenje stresa, poboljšanje cirkulacije krvi i jačanje imunog sustava. Dodir je prirodan način na koji se ljudi povezuju, a ova terapija to koristi na zdrav i učinkovit način.



Kuvar, buntovnik i „superstar“



Dobar kuvar može biti i buntovnik i „superstar“. Ovi ljudi imaju sposobnost da svojim jelicima osvoje srca ljudi. Oni ne samo da kuhaju, već i stvaraju atmosferu i priču oko svake jelo. Njihova kreativnost i ljubav prema kuhinji su ključni za njihov uspjeh. Mnogi od njih su postali poznati i slavni zbog svojih jela i nastupa u medijima.



Biseri ostrva

U svijetu turizma su se pojavila nova ostrva koja su postala pravi biseri. Ova ostrva su prekrivena bijelim pijeskom, kristalno čistom vodom i egzotičnom faunom. Postaju idealna odmarališta za one koji traže mir i opuštanje. Mnoga od ovih ostrva su dio nacionalnih parkova i imaju strogo kontroliran pristup kako bi se očuvala njihova prirodna ljepota.



PUTOPISI

Dizni hoteli holivudskim svjetskim zvijezdama

U svijetu dizni su se pojavili novi hoteli koji su postali pravi holivudski svjetski centri. Ovi hoteli su dizajnirani posebno za diznere i njihove goste. Oni nude luksuzne sobe, specijalne usluge i spektakularne pogledove. Mnogi od ovih hoteli su postali domom mnogim poznatim diznerima i njihovim obiteljima.

ROMANTIČNO odmaralište U SRCU DŽUNGLE



SVJETSKI TURISTIČKI SVJET 15 GODINA

Luksuz u duhu drevne tradicije



Novotvoreni luksuzni hoteli u duhu drevne tradicije privlače sve više gostiju. Ovi hoteli kombiniraju najmoderniju tehnologiju s tradicionalnim arhitektonskim elementima. Oni nude ne samo luksuzne sobe, već i bogate kulture i tradicije. Gostima se pružaju nezaboravna iskustva koja ih vraćaju u prošlost.

Ritz-Carlton ubedljivo prvi

Ritz-Carlton je ostao ubedljivo prvi u svijetu luksuznih hotela. Ova kompanija je postavila visoke standarde kvalitete i usluge. Njihovi gosti mogu očekivati besprijekornu uslugu i najvišu razinu udobnosti. Ritz-Carlton je postao sinonim za luksuz i prestiž u hotelijarskoj industriji.

KRALJ hotelijera i hotelijer KRALJEVA



U svijetu hotelijarske industrije pojavio se novi kralj. Ovaj hotelijer je uspio osvojiti srca kraljeva i drugih vrhunskih gostiju. Njegova sposobnost da pruži nezaboravna iskustva i vrhunsku uslugu je ključna za njegov uspjeh. On je postao ikona u hotelijarskoj industriji.

Putovanje JE PUT DO SAMOSPOZNA



Putovanje je put do samospoznaje. Otkrivanje novih mjesta i kultura omogućuje nam da se bolje upoznamo sami i svijetom. Putovanja su nezaboravna iskustva koja oblikuju naš život. Oni nam pružaju širinu pogleda i otvaraju nam nove mogućnosti.

TURISTIČKI SVET

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

Turistički Svet je prvi "lifestyle" magazin u Srbiji fokusiran na hotelsko-turističku industriju, sa tradicijom od 15 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 sponzorisanju 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 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



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, Milica BIKIĆ,
Peđa FILIPOVIĆ, Radmila TAMINDŽIĆ,
Jelena ĐAKOVIĆ, Dušan VESELINOVIĆ,
Marko JELIĆ, Jelena KALIČANIN,
Lelica TODOROVIĆ, Dragica TOMKA

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

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



Lekcija o luksuzu i elitizmu



„RITZ“ – hotel prinčeva



Kongresni sadržaji, motor razvoja destinacije



Oktobar / Novembar 2017.
Godina XV, Broj 83

Na naslovnoj strani:
CRKVA Sv. JOVAN KANEO - OHRID



Blic intervju: Ružica Dedijer



Luksuz i zdravlje pod istim krovom



Sabai Travel

Tajland



Trendi "Utočište kod mame"



Život inspirisan prirodom, obeležen putovanjem



Tradicija venčavanja sira i vina



Jedinstvena oaza zdravlja



Putem svile kroz severozapadnu Kinu



Najveći viteški spektakl u regionu

POLA VEKA VISOKE TURISTIČKE ŠKOLE - BEOGRAD

Od kada je 1967. godine osnovana, pa sve do danas, kroz Visoku turističku školu (VTŠ) prošle su brojne generacije studenata koje su gradile i razvijale turizam na ovim prostorima.

Tome su doprineli moderni nastavni planovi i programi prilagođeni savremenim potrebama turističke privrede, dobra tehnička opremljenost za izvođenje nastave i kvalitetan nastavni kadar.

Sa ciljem da njeni studenti dobiju što kvalitetnije znanje i da se nakon svršetka

studija brzo i neposredno uključe u tokove turističke privrede, Visoka turistička škola organizuje: stručnu praksu u zemlji i inostranstvu, stručne ekurzije širom Evrope, dolaske gostujućih predavača, eminentnih stručnjaka iz čitavog sveta, dolaske ambasadora najznačajnijih turističkih zemalja, međunarodnu konferenciju iz oblasti turizma (BITCO)... Škola izdaje i naučno-stručni časopis „Turističko poslovanje“, suorganizator je Međunarodnog festivala turističkog i



ekološkog filma-Silafest, koji je pod patronatom Svetske turističke organizacije (UNWTO) i učesnik je na međunarodnom projektu FUSE, kojim obezbeđuje internacionalnu mobilnost svojim studentima.

METROPOL: 60 GODINA OD OTVARANJA



Ove godine navršava se šest decenija od prvobitnog otvaranja čuvenog beogradskog hotela „Metropol“. „Metropol“ je u vreme socijalizma bio istočni prozor u zapadni svet, hotel u kom su odsedali slavni gosti o kojima su Beograđani do tada mogli samo da čitaju u novinama.

Najznačajnije svetske ličnosti šezdesetih i sedamdesetih godina, poput glumaca Antonija Kvina, Brižit Bardo, reditelja Vitorija de Sike, cara Etiopije Hajla Selasija, šahiste Bobija Fišera i nebrojenih političara, bili su redovni i viđeni gosti hotela. U vreme održavanja Konferencije šefova država i vlada nesvrstanih zemalja 1961. godine, na prijemu u „Metropolu“ prisustvovalo je 30 šefova država i vlada i tri hiljade zvanica. Nekoliko godina kasnije, mnoštvo Beograđana satima je čekalo Luja Armstronga ispred ulaza u hotel. Slavni džez muzičar je ulazio i izlazio kroz garažu, dok su se njegovi obožavaoci pitali zašto stalno sedi u sobi.

Elizabet Tejlor i Če Gevara nisu istovremeno bili u „Metropolu“, ali su oboje boravili u njegovim apartmanima kao gosti istog domaćina – Josipa Broza Tita.

Kao objektu koji je pod zaštitom Zavoda za zaštitu spomenika kulture, hotelu „Metropol Palace“ nije suštinski promenjena forma tokom brojnih renoviranja, a važni detalji eksterijera i enterijera čuvaju se kroz sve faze postojanja hotela. Širok izbor različitih apartmana i soba i pogled na jedan od najlepših beogradskih parkova, čine „Metropol Palace“ draguljem Beograda.

„THELOCAL“ – NOVI HOTELSKI BREND

Na svetskoj hotelskoj sceni rađa se novi hotelski brend „TheLocal“, sa sedištem u Abu Dabiju. Prvi hotel ovog lanca biće otvoren početkom novembra u meksičkom gradu Mazatlan na obali Pacifika. Hotel će imati 282 sobe, sa ukupno 309 ležaja, a u njemu će raditi 145 ljudi.

Kako „Turistički Svet“ saznaje, već je za sledeću godinu u planu otvaranje i nekoliko hotela pod ovim brendom širom sveta – na Sardiniji, u Kazahstanu i prestonici Čečenske Republike.



Za pre-opening prvog „TheLocal“ hotela angažovani su stručnjaci iz celog sveta, a kuriozitet je što operativni tim čine eksperti srpske firme „Consili“, čiji je zadatak da postave korporativne standarde, uspostave menadžment i prate rad hotela.

Firma „Consili“ se već nekoliko godina u zemlji i inostranstvu bavi poslovima u hotelijerstvu, a njen tim čine stručnjaci iz raznih oblasti: Danijela Čujić, Rade Samčević, Dejan Živkoski, Zdravko Brkić i drugi.

U HOTELU "IZVOR: KADROVI NA PRVOM MESTU

Da iza svakog uspešnog hotela, stoje, pre svega, dobro obučeni stručni kadrovi na svim pozicijama, spremni da stalno unapređuju svoje znanje i usavršavaju veštine, pokazuje primer hotela „Izvor“, koji upravo zahvaljujući ljudima, od 2011. iz godine u godinu beleži sve veći rast broja gostiju, kao i sve više osvojenih domaćih i međunarodnih priznanja za kvalitet usluge. Vlasnika, menadžment i zaposlene, ipak, najviše obavezuju visoke ocene gostiju, pa upravo zato, da bi sačuvali postignuti rejting i unapredili nivo usluge, u hotelu „Izvor“ veliku pažnju posvećuju školovanju kadrova.



- Imamo izuzetnu saradnju sa Visokom tehnološkom školom, koja već 57 godina obrazuje kadrove po meri privrede, kao i sa Ekonomsko-ugostiteljskom školom "Slobodan Minić" u Aranđelovcu – otkriva **Jelena Šuleić**, generalna menadžerka "A Hotela", prvog korporativnog hotelskog lanca u Srbiji u sklopu kojeg posluje i hotel "Izvor".

- Od ove školske godine u hotelu "Izvor", koji predstavlja osnovnu stručnu bazu studijskog programa "Menadžment u turizmu i ugostiteljstvu", profesionalnu praksu obavljaće i studenti koji će izučavati "Tehnologiju hrane i gastronomiju". Ali ono što je za nas kao društveno odgovornu kompaniju izuzetno važno i na šta smo zaista ponosni je činjenica da je jedanaestoro naših ljudi, zaposlenih u hotelu "Izvor", uz podršku kompanije ove godine upisalo studije na Visokoj tehnološkoj školi u Aranđelovcu – ističe Šuleić.

Osim menadžera koji, zahvaljujući sveobuhvatno osmišljenoj stručnoj praksi, posle završenog školovanja dobijaju odgovarajuće kompetencije, u hotelu "Izvor" i tokom leta u Aqua parku, stručnu praksu obavlja i konobari, kuvari, poslastičari i turistički tehničari aranđelovačke Ekonomsko-ugostiteljske škole "Slobodan Minić".

Tako hotel "Izvor" i dve obrazovne ustanove, kao preteče koncepta dualnog obrazovanja na delu pokazuju da je stvaranje kadrova prioritet i zajednički interes.

D.T.

PEĐA FILIPOVIĆ, generalni sekretar Balkanskog klastera

USofiji je krajem oktobra na Nacionalnoj Sportskoj Akademiji „Vasil Levski“ održana balkanska wellness konferencija, posvećena desetogodišnjem jubileju Evropske Wellness & SPA& Thalasso Edukacije u Bugarskoj i na Balkanu. Na svečanoj ceremoniji rođen je novi - Balkanski klaster i Samit zdravstvenog, wellness i spa turizma. Ključne aktivnosti ovog projekta su saradnja u inovativnosti i razmeni dobrih iskustava i rezultata u naučnoj i poslovnoj oblasti – zdravstvena, wellness i spa industrija i turizam, kao i strateška partnerstva u toj oblasti. Za generalnog sekretara novog klastera postavljen je **Predrag Peđa Filipović** (Srbija), dok je predsednik prof. Vlatko Stjepović (Crna Gora), a potpredsednik prof. dr Bistra Dimitrova (Bugarska) - lideri i potvrđeni inovatori wellness i spa programa, edukacija, kako u svojim zemljama tako i regionu. Prema postavljenim strateškim ciljevima prvi Samit balkanskog zdravstvenog, wellness i spa turizma održaće se 2018. godine u Bugarskoj, naredni 2019. planiran je u Crnoj Gori, a 2020. u Albaniji.



Pored učesnika iz zemlje domaćina Bugarske, ceremoniji i konferenciji prisustvovali su i wellness eksperti i predstavnici ministarstava iz Srbije, Crne Gore, Makedonije, Albanije kao i ugledni stručnjaci, partneri iz Rusije, Elena Bogačeva i Velike Britanije prof. Terry Stevens.

U toku svečanosti uručeni su sertifikati i priznanja, a Wellness ambasadoru Srbije Peđi Filipoviću, za inkorporiranje Ai Chi metode japanskog autora Jun Konna u wellness koncepte Specijalnih bolnica za rehabilitaciju i hotele, u zemlji i regionu, za promociju Healing dance tretmana u termalnoj vodi, kao i autorskom delu Anđeoski dodir vode – uručeno je priznanje BLUE CLUSTER CAVALIER.

Peđa Filipović je u toku konferencije u oficijelnom programu održao i master class u kome je studentima i postdiplomcima Nacionalne sportske akademije „Vasil Levski“ i učesnicima konferencije približio autorske inovativne holističke pristupe u wellness ritualima.

NA ZLATIBORU POČELA IZGRADNJA GONDOLE

Predsednik opštine Čajetina Milan Stamatović, nalivanjem prvog betona na najvišem zlatiborskom vrhu Tornik, simbolično je 21. septembra, obeležio početak izgradnje najduže panoramske gondole na svetu - Gold gondole Zlatibor, 9 km duge vazdušne trase koja će spojiti centar Zlatibora sa vrhom Tornika.

- Istražaćemo u nameri da Zlatibor stane u red svetskih turističkih centara i ostvari svoj dugoročni cilj – milion turista na Zlatiboru i deset miliona noćenja godišnje – rekao je Milan Stamatović obraćajući se prisutnim građanima.



Direktorka JP Gold gondola Zlatibor Bojana Božanić najavila je da bi, ukoliko država bude na vreme izdala neophodne dozvole, radovi na gondoli mogli da budu završeni sredinom 2018. godine. Božanić je precizirala da bi panoramska žičara sa svojih 55 kabina sa polazne stanice u centru Zlatibora, preko međustanice na Ribničkom jezeru, do krajnje stanice na vrhu Tornika, mogla da poveže prve turiste put najvišeg zlatiborskog vrha već u junu iduće godine.

Gold gondola Zlatibor je investicija od nacionalnog značaja, vredna 13 miliona evra. Ceo projekat finansira se isključivo iz budžeta Opštine Čajetina.

Na investicionom planu, izgradnja panoramske žičare najznačajniji je turistički projekat opštine Čajetina u poslednjih 100 godina!



"PUTNIK" U NOVOM RUHU

Hotel "Putnik" na Kopaoniku, sa tradicijom dugom šest decenija, kompletno je rekonstruisan, te će gosti u novom ambijentu moći da uživaju već od decembra.

"Putnik" ima 102 smeštajne jedinice, od kojih su gostima na raspolaganju 83 moderne standard sobe, 13 family i 6 lux apartmana.

U sklopu hotela nalazi se i moderno opremljen wellness & spa centar sa bazenom, saunom, slanom sobom, turskim kupatilom... Gostima je na raspolaganju i višenamenski otvoreni teren, na kom mogu da igraju tenis, košarku, rukomet ili mali fudbal, dok su najmlađim gostima dostupni igraonica i bioskop.

U letnjoj sezoni mogu se iznajmiti bicikli za vožnju po planinskim predelima Kopaonika, ali i drugi sportski rekviziti. Hotel ima i skijašnicu i direktan izlazak na stazu Sunčana dolina.

Hrana u hotelu spremaće se od domaćih namirnica, proizvedenih na Kopaoniku i okolini, što će svakako doprineti autentičnosti ovog planinskog hotela.





HOTEL U JUG BOGDANOVOJ

Centar srpske prestonice uskoro će postati bogatiji za još jedan hotel sa 4 zvezdice i to u Jug Bogdanovoj 20, u blizini Zelenog venca.

Hotel će imati prizemlje, šest spratova i povučeni sprat, kao i šest podzemnih etaža. Projektovano je 38 soba – jednokrevetnih i dvokrevetnih.

U prizemlju hotela predviđen je foaje sa restoranom, barom i recepcijom. Na prvih pet spratova biće sobe, dok će se na šestom smestiti kraljevski apartman. Terasa i vidikovac planirani su na povučenom spratu. Podzemni nivoi predviđeni su za prateće sadržaje hotela: klub, kongresnu salu, kuhinju sa magacinima, fitness & spa centar, bazen i parking.

Urbanistički projekat za ovaj hotel uradio je beogradski biro MVArch.

Izvor: eKapija



WELLNESS BAJKA U SOLARISU

Početkom avgusta ove godine hotel Solaris Resorts u Vrnjačkoj Banji otvorio je renovirani wellness centar, koji se prostire na čak 1.000 kv m i sadrži hladnu sobu, bazen sa slanom vodom, finski i rusku saunu, slanu sobu, tople klupe, parno kupatilo, aroma tuševe, fitness salu, 5 soba za masažu, voćni bar i igraonicu za decu. S obzirom na veliki broj raznovrsnih sadržaja, wellness centar može u svakom trenutku da primi do 120 osoba.

Hladna soba sa snegom, temperature -5°C, predstavlja inovaciju u renoviranom wellness centru i kao takva jedinstvena je na našim prostorima.

Aroma tuševi i tropska kiša su još jedna od inovacija ovog wellness centra, i nude različite varijacije vodenih efekata koji stimulišu i osvežavaju telo i um.



**Biram novo, biram drugačije,
biram Belexpocentar**

**NAJMODERNIJI KONGRESNI CENTAR U GRADU
SAVREMENA, MULTIFUNKCIONALNA I JEDINSTVENA
HALA BELEXPOCENTAR**

HOTEL INTERCONTINENTAL LJUBLJANA

LEKCIJA O LUKSUZU I ELITIZMU

Svoje strateško širenje u regionu Evropske unije, Delta Real Estate započeo je u partnerstvu sa IHG-om, a njihov pionirski projekat je InterContinental Ljubljana, prvi hotel sa 5 zvezdica u prestonici Slovenije koji je otvorio svoja vrata gostima u septembru, posle samo 18 meseci od početka gradnje. Investicija vredna 50 miliona eura, primer je kako treba da izgleda elitni hotel vrhunskih performansi i usluge po svetskim standardima kvaliteta.

Ovaj ekskluzivni objekat na 20 spratova, u strogom centru Ljubljane, građen prema najsavremenijim standardima, na drugom nivou Green Leaf programa kompanije IHG (koji inače ima 4 nivoa), što podrazumeva snažan fokus na održivosti u čitavom hotelu - predstavlja uistinu mesto nenametljivog luksuza, moderne elegancije i kvaliteta koji se prepoznaje i oseća u svakom detalju dizajna, opreme, atmosfere, mirisa koji neodoljivo podseća na med sa cvetnih kranjskih livada...

TAJNA PRAVOG PRESTIŽA

Hotel ima 165 moderno opremljenih, komfornih soba, od toga su 14 apartmani. U njima – sve na senzore, prostrano i mirisno, bogati tepisi sa apstraktnim linijama koje asociraju na Ljubljanicu, na zidovima grafike gradskih znamenitosti, najudobniji kreveti koje možete zamisliti, kvalitetna posteljina, jastuci baš toliko meki ili tvrdi koliko treba, zavese koje ne propuštaju ni zrak svetlosti – baš onako kako određuje IHG-ov Sleep Advantage program. Najluksuznije mesto u hotelu je, ipak, predsednički apartman na 19. spratu, ne samo zato što ima čitavih 160 kvm i što je opremljen najboljim nameštajem, najmekšom posteljinom, najkvalitetnijom svetskom kozmetikom..., već zato što je čitav apartman veliki privatni vidikovac koji gostima pruža čudesan panoramski pogled na sve četiri strane Ljubljane! Najudobniji krevet na svetu i pogled s vrha hotela od kojeg zastaje dah, vredi, iskreno, svaki od 1.800 eura za noć.

Smišljeno da bude što atraktivnije, sve najbolje u ovom hotelu nalazi se na vrhu zgrade. Tako je i ceo 18. sprat posvećen uživanju i opuštanju. Tu je smešten Wellness centar Saruna, koji osim fantastičnog pogleda na Tivoli park i Alpe, nudi kontraprotčni bazen sa protokom, tri vrste saune, masažne sobe za parove, sobe za kozmetičke tretmane, kutak za opuštanje, smuti bar i fitnes centar, a gosti mogu da koriste i usluge ličnog trenera.

U prizemlju hotela je cafe Bloom lounge, a na minus drugom spratu je kongresna sala Emona, kapaciteta do 300 ljudi, tehnički najmodernije opremljena i primerena najvažnijim poslovnim i društvenim događajima. Još dve dvorane su na 19. spratu i imaju predivan pogled na Alpe i Ljubljanski zamak. Na istom spratu se nalazi i Club InterContinental, koji gostima nudi koncept "hotel u hotelu".

NI NA NEBU, NI NA ZEMLJI...

Ali pravi ili bolje neobičan gastroenološki užitak ili sofisticirana priča o hrani i vinu - pripoveda se "ni na nebu ni na zemlji", na 20. spratu ovog atraktivnog hotela, u B – Restoranu & Baru, sa otvorenom kuhinjom, čiji je koncept inspirisan domaćom kranjskom pčelicom, koja simbolise ne samo slast koju treba da pruže gostima delicije, osmišljene u gastronomskoj laboratoriji italijanskog šefa Alfreda Rusoa, nosioca Mišelinove zvezdice, već i poštovanje prema lokalnoj kuhinji i hrani proizvedenoj u Sloveniji. Jer, u ovom hotelu, u skladu sa standardima InterContinental-a, poštovanje prema domaćinima u svakom smislu: i kad su u pitanju namirnice, vino, razni drugi proizvodi ali i ljudi – predstavlja osnovni etički kod menadžmenta, koji obezbeđuje uspešan ulazak na tržište i blagoslov domaćeg stanovništva.



Its strategic expansion in the European Union, Delta Real Estate started in partnership with IHG, and their pioneer project is InterContinental Ljubljana, the first 5 star hotel in the capital of Slovenia, which opened its doors to guests in September, only 18 months after construction started. An investment worth 50 million Euros is an example how it should look like an elite hotel of the top performances and service according to the global quality standards. Because this exclusive building on 20 floors, in the center of Ljubljana, was built according to the most up-to-date standards, at the second level of the Green Leaf program of the IHG (which has 4 levels), implying a strong focus on sustainability throughout the hotel which represents the place of unobtrusive luxury, modern elegance and quality that is recognized in every detail of design, equipment, atmosphere, smell, which resembles an unusually honey from Kranj flower meadows...

HOTEL INTERCONTINENTAL LJUBLJANA

Uz asistenciju mladog izvršnog šefa Komnena Bakića, koga pamtim kao kreatora koncepta poznatog restorana "Prime" u Hotelu "Crowne Plaza" u Beogradu, Ruso će svakih nekoliko meseci menjati i prilagođavati meni sezonskoj ponudi i ukusima. U međuvremenu, da bi gosti u svakom trenutku dobili najviše, on svoje bogato međunarodno iskustvo prenosi na uigranu ekipu šefova saradnika, zaduženih za vrhunski gurmanski užitak. Kuhinjska brigada, kao i svi ostali timovi u ovom elitnom hotelu rukovode se jednom od važnih deviza InterContinental-a: *What guest wants – guest gets*, a to znači da bukvalno nema toga što ovi mladi, talentovani kuhinjski stručnjaci neće moći ili znati da naprave. Naravno, uvek uz onaj obavezni „master touch“, koji sasvim običan obrok pretvara u vrhunsku deliciju. Uz čašu kvalitetnog vina iz slovenačkog gorja ili ponekog tek iz Srbije, ili uz bogat izbor sezonskih koktela, više od 30 vrsta džina sa svih meridijana, uz božanstveni pogled na Ljubljanu, bezmalo kao "iz aviona", u restoranu B će se, cenimo, gosti, kako i valja, najduže zadržavati.

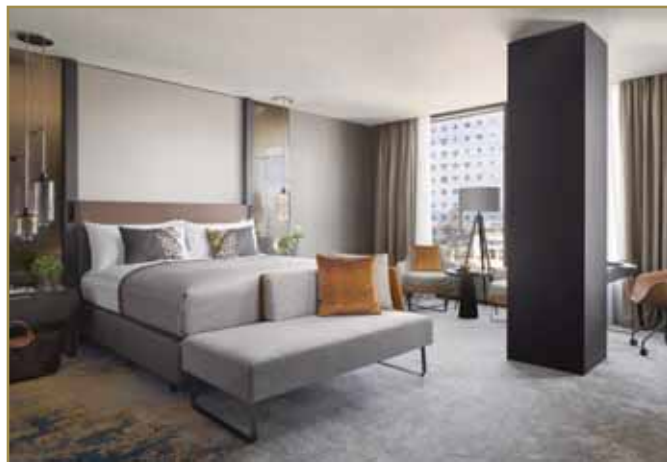
KORPORATIVNI "MASTER TOUCH"

U hotelu radi 110 zaposlenih, 85% mladih, obrazovanih ljudi iz Slovenije, ali i drugih zemalja, jer IHG je međunarodna kompanija

VELIKA, EMOTIVNA POBEDA

- Ovo je 18. hotel u čijem sam podizanju učestvovao, ali prvi u kojem sam bio od početka i to kao prvi u timu, što je za mene jako bitno. Iskreno, to je jedna velika, emotivna pobjeda, jer za 18 meseci podići ovako lep hotel od 20 spratova bukvalno iz zemlje – ne može biti ništa drugo! Duboko verujem da će ova investicija podstići druge hotele u gradu da se renoviraju i da nas susignu. To je za Ljubljanu, koja ima veliki turistički potencijal, izuzetno važno.

Moram da istaknem da sam veoma zahvalan Zoranu Jankoviću, gradonačelniku Ljubljane, kao i svim firmama i ljudima koji su nam pomogli da ispoštujemo rokove i poklonimo Ljubljani hotel kojim može da se ponosi. Rad na ovom projektu vrednom 50 miliona eura, uverio nas je da u Sloveniju vredi investirati i mi već imamo u vidu novi projekat. Jer ova prva investicija u Evropskoj uniji, pomogla nam je, na sreću, da otkrijemo s kakvom se lakoćom radi u pravno uređenoj državi. Kako IHG ima nameru da se širi regionalno, posle Slovenije u Hrvatskoj, za nas je to izuzetno važno – istakao je **Živorad Vasić**, regionalni generalni menadžer IHG.





Menadžerski tandem (slevo nadesno): **Miloš Cerović**, GM hotela InterContinental Ljubljana i **Živorad Vasić**, regionalni IGH GM



THINK GLOBAL, ACT LOCAL!

Miloš Cerović, generalni menadžer hotela InterContinental Ljubljana, čovek sa velikim internacionalnim iskustvom, svoju karijeru je gradio u IHG-u.

- Poslovna koncepcija InterContinental-a je, kao i moja lična: „Think global, act local“. Mi uvek imamo na umu da smo internacionalna kompanija sa hotelima u 190 zemalja i da je naš prevashodni zadatak da sve internacionalne standarde implementiramo uz pomoć ljudi iz lokalne sredine koji su odrasli ovde i koji poznaju ovo tržište. U svakom slučaju, ovo je za mene jedno novo iskustvo. Otvaranje hotela je uvek izuzetno zahtevno, ali otvoriti hotel za 18 meseci na jednom tržištu gde nije postojao luksuzni hotel i oformiti tim koji još nije upoznat sa standardima koji se očekuju od njih – bio je zaista veliki izazov, ali i zadovoljstvo kada se cilj ostvari. Mnogo veće nego otvoriti hotel u Londonu ili Parizu, gde takvih hotela već ima – naglasio je Miloš Cerović.

i to je normalno. Svi zaposleni su podvrgnuti kontinuiranoj obuci, jer unikatni hotel s 5 zvezdica, kakav je InterContinental Ljubljana, zahteva vrhunski obučeni personal za vrhunsku, standardizovanu uslugu na koju su gosti IHG korporacije širom sveta navikli. Upravo internacionalni standardi hotelskog proizvoda, za stepen

iznad svih ostalih u Ljubljani, kao i standardi usluge, bezbednosni standardi, protokoli - od ulaska gosta, odnosno rezervacije, do poslednjeg dodira s gostom prilikom odjavljivanja iz hotela – čine onaj prepoznatljiv korporativni “master touch”, po kojem se kao u bajci “labud” razlikuje od “pačeta”.

Kao deo ogromne društveno odgovorne korporacije i Hotel InterContinental Ljubljana vodi ozbiljnu brigu o gostima sa posebnim potrebama. Gde god je to neophodno, počev od ulaza, napravljene su rampe za invalide, na svakih 100 soba je jedna za ljude s posebnim potrebama, u javnom prostoru su toaleti za invalide, a operativni tim hotela obučeni su da u svakom trenutku reaguje upravo onako kako je potrebno da bi se ti gosti, kao i svi drugi, osećali prijatno i bezbedno.

Konačno, Ljubljana je dobila jedan reprezentativan hotel po svojoj meri, hotel za poslovne goste i turiste koji su navikli na IHG standarde. Lekciju o luksuzu, koji je za ove goste životni stil, imaće priliku da u hotelu InterContinental Ljubljana nauče i stanovnici Slovenije. Kao žiteljima Evropske unije, njima to i pripada.

Ljiljana Rebronja



Prvi MEĐUNARODNI, I TO u Beogradu!



Najveći događaj u Turskoj posvećen turizmu, ove godine dolazi na Balkan! Prvi međunarodni Uzakrota Balkan Travel Summit održaće se 27. oktobra u beogradskom hotelu Metropol Palace. Evo šta o ovom događaju kaže lično osnivač Uzakrota Travel Samita.

- Moje ime je Gökhan Erdoğan i osnivač sam Uzakrota Travel Samita. Rođen sam u Berlinu 1985. godine. Još tokom studija, upoznao sam se sa turističkim sektorom preko agencije koja je bila predstavnik jednog od najboljih turoperatera u Turskoj. Ljubav prema putovanjima preneo sam i na blog, pišući o mestima koja sam posećivao. Ali, ubrzo nakon osnivanja, blog je prerastao u Uzakrota platformu o turističkim tehnologijama i marketingu, koju godišnje poseti više od 300 hiljada ljudi.

Pored toga, poslujemo i kao agencija za poslovni razvoj i turistički marketing. Mi usmeravamo firme koje žele da se bave uslužnim delatnostima širom Turske, a takođe i firme koje žele da posluju u inostranstvu. Od 2013. godine organizujemo i

Uzakrota Travel Samite, na kojima učestvuje celokupan turistički sektor u Turskoj. Šta više, imamo i edukativnu stranu – u našoj turističkoj akademiji obučavamo osoblje za sektor turizma i pružamo im mogućnost obavljanja stručnih praksi u firmama.

Naša želja je da povežemo sve ljude iz turističkog sektora. Da bismo to ostvarili, organizovali smo prvi Uzakrota događaj na Bahcesehir Univerzitetu 2013. godine, kome je prisustvovalo 50 ljudi. Bili smo uporni i broj učesnika se stalno povećavao. Danas se naši događaji održavaju u četiri različite sale za 1.500 ljudi!

Naš prvi međunarodni događaj, Uzakrota Balkan Travel Summit, biće organizovan 27. oktobra 2017. u beogradskom hotelu "Metropol Palace". Razlog zašto sam izabrao

Beograd za Prvi međunarodni Uzakrota Travel Summit je istorijska povezanost Turske i Balkana, ali i činjenica što Beograd posećuje mnogo turista iz moje zemlje, zahvaljujući viznoj liberalizaciji. Osim toga, Beograd je jedini grad u kom se osećam kao kod kuće kad nisam u Istanbulu, tako da u šali govorim da mi je samo trebao razlog da ponovo dođem u vaš grad.

Ovom događaju prisustvovaće oko 600 predstavnika turističkih agencija, hotela, kompanija koje se bave turističkim tehnologijama, avio-kompanija, medija i blogera iz Turske i svih balkanskih zemalja, uz podršku glavnog sponzora – avio-kompanije Atlas-Global i ambasadora Turske u Srbiji Tanju Bilgiç-a.

Naša zamisao je da u narednom periodu organizujemo Uzakrota Travel Samite i u Kijevu (istočnoevropski samit), Bakuu (kavkaski samit), Berlinu (evropski samit) i Severnom Kipru (mediteranski samit), a ove godine, naša misija je da budemo most koji će povezati Tursku i Balkan.

Pozivam sve turističke kompanije da podrže ovu misiju na Uzakrota Balkan Travel Samitu!

Gökhan Erdoğan,
osnivač Uzakrota Travel Summit-a



The biggest event in Turkey dedicated to tourism industry, this year is coming to the Balkans. The first international Uzakrota Balkan Travel Summit will be held on October 27th in the Metropol Palace Hotel in Belgrade.

BEST STAY 2017

Luxury in every aspect of guest experience

OCTOBER 19-20
HOTEL PARK SPLIT

VIŠE OD 50 GOVORNIKA I PANELISTA DAJU SVOJU PERSPEKTIVU NA
POSTIZANJE LUKSUZA I KVALITETE U TURIZMU

ANA BRANT

Direktor globalnog
iskustva gostiju i inovacije
Dorchester Collection

MARIO OVESJAK

Generalni menadžer
Hotel Gotham

ANA FIRST

Voditelj prodaje za SEE/UK & Skandinaviju
Falkensteiner Punta Skala Resort

YURI PONOMAREV

IT direktor
Belmond Grand Hotel Europe

NEVIUS GLUSSI

Viši direktor razvoja za Europu
Rosewood Hotel Group

KSENIJA LUBARDA

Direktor prodaje i marketinga
Radisson Blu Old Mill Hotel

SANJA GAGULIĆ

Član uprave
Bluesun Hotels & Resorts

AYHAN BASCI

Generalni menadžer
Rixos Libertas Dubrovnik

ŠTO JE
NOVO NA
BEST STAY
2017?

DODJELA
NAGRADA "BEST
STAY AWARDS
2017" & PARTY

LUKSUZ KAO
PRIORITET

TECH TIME
PREZENTACIJE
& OKRUGLI
STOLOVI

NOVA
LOKACIJA - HOTEL
PARK SPLIT

Registrirajte se već danas jer
je preostalo još samo nekoliko
ulaznica. Pridružite se onima koji
razumiju važnost luksuza i kvalitete
- više od dvjesto kolega u turizmu
već dolaze na Best Stay event.

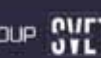
3 NAČINA REGISTRACIJE
ZA KONFERENCIJU

1. Telefonom: +385 51 580 730
2. E-mail-om: info@proper.com.hr
3. Online:
www.beststayoutevent.com/registration

www.beststayoutevent.com

SPONZORI I PARTNERI DOGAĐAJA:

PRODUCED BY:
PROPER
Events & Research



PEĆI NA PELET

najsavršenije rešenje grejanja



Biomasa je jedan od obnovljivih izvora energije, jer potiče od živih organizama. Njena najveća prednost je u tome što se može proizvoditi gotovo svuda na planeti. Održivost biomase kao izvora energije postiže se adekvatnim upravljanjem tim resursom.

ŠTA JE PELET?

Pelet je gorivo izrađeno od drvene mase, bez hemijskih dodataka, zbog čega apsolutno nije štetno po čovekovo zdravlje i okolinu. Vrlo je visoke kalorične vrednosti - do 5,4 kWh/kg, čime se postiže najbolji odnos cene i efekta u odnosu na ostale vrste goriva.

Drveni pelet je čisto i prirodno gorivo, spada u obnovljive izvore energije, pa je samim tim ekološki vrlo prihvatljivo. Izrađuje se sabijanjem ostataka drveta i neobrađenog otpadnog drveta (drvene biomase), cilindričnog je oblika, nema hemijskih dodataka, pa nije štetno ni za ljude, ni za okolinu. Zbog niskog procenta vlažnosti, drveni pelet ima visoku energetska vrednost, a prilikom njegovog sagorevanja nastaje vrlo mala količina pepela. Posebna prednost peleta je što prilikom skladištenja zauzima manje prostora u odnosu na rezano drvo.

U cilju zaštite životne sredine i postizanja što veće efikasnosti peleta kao goriva, EU je propisala posebne standarde koji se tiču i proizvodnje peleta i njegovih karakteristika. Ovi standardi se odnose na maksimalne količine pojedinih hemijskih elemenata u finalnom proizvodu. Sadržaj vlage utiče na fizičko-hemijske karakteristike finalnog

proizvoda, zato je i maksimalna vrednost sadržaja vlage standardizovana da bi se osigurala termoenergetska efikasnost goriva i standardizovao način proizvodnje peleta. Preporuka je koristiti pelet proizveden prema normi EN plus.

ZAŠTO SE GREJATI NA PELET?

Proizvodi na pelet predstavljaju u ekološkom i tehničkom pogledu najprihvatljivije, najefikasnije i najsavršenije rešenje grejanja. Svi procesi rada su automatski (paljenje, sagorevanje, gašenje) i regulišu se pomoću savremene elektronike ugrađene u proizvod. Na ovaj način omogućen je visok stepen iskorišćenja, sagorevanje je potpuno, održava se konstantna temperatura, pa su i gubici energije minimalni.

Na samom grejnom telu nalazi se display preko kojeg se unose željeni parametri i prati ceo proces funkcionisanja grejnog tela. Programiranje njegovog rada vrši se na nedeljnom nivou (vreme paljenja, gašenja, temperatura prostorije).

Novina u domenu upotrebe peleta za zagrevanje stambenih i poslovnih jedinica jeste i mogućnost ugradnje uređaja za daljinsko upravljanje pomoću *smartphone aplikacije*.

Proizvodi kompanije Alfa Plam koji koriste pelet kao gorivo ističu se po funkcionalnosti, vrhunskom dizajnu i kvalitetu. U ponudi je i premium linija peći na pelet Calux, koje pored ekskluzivnog izgleda, poseduju elektroniku najnovije generacije i obezbeđuju maksimalan komfor prilikom upotrebe.





opciona ugradnja
uređaja za daljinsko
upravljanje



peć na pelet za etažno grejanje

Prodajni saloni:

Beograd, Požeška 65b, 011/30-50-799
Šabac, Trg Šabačkih žrtava bb, 015/314-440

COMMO 21

ALFA PLAM

www.alfaplam.rs



POLA VEKA NA STRANI UGOSTITELJA

Poslovno udruženje hotelijera i restoratera Srbije HORES obeležava dva jubileja: 50 godina kontinuiranog rada i 85 godina od osnivanja prvog udruženja beogradskih ugostitelja. Tokom postojanja, ovo udruženje delilo je sudbinu svoje zemlje, suočavajući se sa brojnim izazovima i turbulencijama. Danas je to reprezentativna asocijacija koja okuplja oko 150 hotela širom Srbije i oko 300 restorana, organizuje stručne skupove i programe obuke kadrova, objavljuje analize i stručne publikacije, i istovremeno se bori za bolji poslovni ambijent za ugostitelje.



Srbija ima dugogodišnju tradiciju kada je u pitanju hotelsko-restoraterska industrija: još su se 28. decembra 1932. godine prestonički ugostitelji okupili i osnovali prvo Udruženje hotelijera, restoratera, gostioničara, kafedžija, vlasnika pansiona i svratišta za grad Beograd, kako bi se lakše izborili za svoja prava i bolji poslovni ambijent. Tokom svih ovih godina, srpski ugostitelji su se suočavali sa brojnim izazovima i turbulencijama. Dovoljno je navesti da je u bombardovanju Beograda 1941. godine srušeno čak 27 hotela! Tek šezdesetih godina XX veka dolazi do naglog razvoja hotelske industrije u Srbiji, i samim tim, javlja se potreba za stručnim kadrovima, dobrom uslugom i kvalitetnim namirnicama, kako bi se odgovorilo svim zahtevima turista. S tim ciljem se 1967. godine osniva udruženje „Ugoturist“, koje 1968. menja naziv u „Ugoprogres“, a od sredine 2002. godine počinje da posluje pod nazivom Poslovno udruženje hotelijera i restoratera Srbije - HORES – otkriva za

BROJNI PORESKI NAMETI, NELOJALNA KONKURENCIJA I POSLOVANJE U SIVOJ ZONI, NISKA PRIMANJA I VELIKA FLUKTUACIJA RADNE SNAGE – PROBLEMI SU SA KOJIM SE SVAKODNEVNO SUOČAVAJU SRPSKI UGOSTITELJI.

„Turistički Svet“ direktor ovog udruženja **Georgi Genov**, i nastavlja:

- Od samog početka, osnovni cilj udruženja bio je stvaranje što pogodnije klime za poslovanje hotela i restorana, bilo da je u pitanju poreska politika, zakonska regulativa, odnosi sa dobavljačima, itd. HORES danas okuplja oko 150 hotela širom Srbije i oko 300 restorana, i član je Balkanske asocijacije hotelijera i restoratera – BAHA i Svetske asocijacije hotelijera i restoratera IH&RA. Vremenom nam se pridruživao i sve veći broj istraživača i naučnih radnika, i tako smo počeli da organizujemo naučni skup „Hotelska kuća“, koji ima dugogodišnju tradiciju i na kom se razmatra o suštinskim pitanjima za ukupno poslovanje hotelske industrije – kazuje Genov.

BORBA ZA BOLJI POSLOVNI AMBIJENT

Direktor HORES-a konstatuje da su se od njegovog osnivanja, sva dešavanja u zemlji odražavala na ovo udruženje. On podseća da su u socijalističkom, samoupravnom ambijentu hoteli bili u državnom vlasništvu i da su se gradili po političkom zahtevu, a ne po tržišnom. Poslovalo se uglavnom sa pozitivnom nulom i nije se razmišljalo o profitu. Tad je problem sezonalnosti bio stalan, tako da su hoteli u planinskim centrima uglavnom radili sezonski, a ne kao sada tokom cele godine, navodi Genov i dodaje da su danas upravo hoteli u državnom vlasništvu i najproblematičniji.

- Trenutno su van funkcije 42 hotela, uglavnom u banjama, i ti hoteli su ili u državnom vlasništvu, ili je njihova privatizacija bila

*U SRBIJI TRENUTNO POSLUJE 350 HOTELOVA,
DOK SU VAN FUNKCIJE 42 SMEŠTAJNA
OBJEKTA, UGLAVNOM U BANJAMA,
ŠTO ZNAČI DA JE OKO
2.200 SOBA NEISKORIŠĆENO.*



Business association of hotel and restaurant industry of Serbia HORES celebrates two anniversaries: 50 years of continuous work and 85 years since the establishment of the first association of Belgrade caterers. During its existence, this association shared the fate of its country, facing numerous challenges and turbulences. Today it is a representative association that gathers around 150 hotels across Serbia and around 300 restaurants, organizes professional meetings and training programs, publishes analysis and professional publications, and at the same time fights for a better business environment for its members.

neuspešna. To znači da je blizu 4.500 kreveta van upotrebe i da je oko 2.200 soba neiskorišćeno, što stvara značajnu prazninu u hotelskoj ponudi Srbije – kazuje Genov, navodeći i ostale probleme sa kojima se suočava ugostiteljska branša Srbije:

- Hotelska industrija je opterećena sa ukupno 42 nameta, fiskalna i parafiskalna, od kojih su mnogi nepotrebni i mogli bi da se ukinu, čime bi se olakšalo poslovanje, a pri tom bi se ostvario daleko veći profit. Problem je i neloyalna konkurencija u vidu privatnog smeštaja koji posluje u sivoj zoni. Takođe, mi u HORES-u smatramo da bi PDV na hranu u restoranima trebalo da se sa 20% smanji na 10 odsto, jer je hrana potreba, a ne luksuz. To dovodi do toga da preduzetnici često izbegavaju plaćanje poreza, ali ne zbog bogaćenja, nego da bi mogli da prežive. Naime, svega 10 odsto restorana dobro radi,

dok ostali preživljavaju – iznosi direktor HORES-a, dodajući i da je propust što se ne zna koliki je ukupni broj ugostiteljskih objekata u Srbiji.

- Pretpostavlja se da u našoj zemlji posluje oko 13.000 ugostiteljskih objekata. Hotelska slika je tu znatno jasnija. Od 2008. godine, pa do danas, otvoreno je 90 hotela – što rekonstruisanih, što novoizgrađenih. Ukupno imamo 350 kategorisanih hotela, odnosno, 29.000 kreveta i 17.800 soba, što je sasvim zadovoljavajući broj s obzirom na veličinu naše zemlje. Međutim, kada su u pitanju restorani i kafići, ne postoje precizne brojke – ističe Genov i dodaje da je HORES preuzeo inicijativu za izradu Pravilnika o standardima za kategorizaciju restorana, te da je dobrovoljna kategorizacija restorana koji su članovi ovog udruženja uveliko u toku.

*TURISTI KOJI SU PROŠLE GODINE POSETILI
BEOGRAD ODUŠEVljeni SU GOSTOPRIMSTVOM
NAŠIH LJUDI I GASTRONOMIJOM,
DOK SE NJIHOVE NAJVEĆE ZAMERKE ODNOSU
NA TURISTIČKU SIGNALIZACIJU, ČISTOČU,
TAKSISTE I DOSTUPNOST
TURISTIČKIH INFORMACIJA.*

OBUKE I ISTRAŽIVANJA

Ovo poslovno udruženje objavilo je i Vodič hotelske privrede Srbije, a putem akreditovane Akademije HORES, organizuje i programe obuke kako za početnike, tako i za profesionalce u hotelijerstvu i restoraterstvu.

- Mi obučavamo kadrove za zanimanja: konobar, barmen, kuvar, poslastičar, recepcioner i hotelske domaćice. Obuku, koja se odvija u realnim uslovima, za sada je prošlo 600 kandidata, od čega je 450 dobilo posao. U narednom periodu planiramo i da proširimo obuke na srednji i top menadžment – otkriva Genov i nastavlja:

- Prošle godine smo uradili i istraživanje o stepenu zadovoljstva domaćih i stranih turista Beogradom, koje je pokazalo da su najviše oduševljeni gostoprimstvom naših ljudi i gastronomijom, dok se njihove najveće zamerke odnose na turističku signalizaciju, čistoću, taksiste i dostupnost turističkih informacija. Istraživanje je sprovedeno na 2.333 ispitanika iz 72 zemlje, dok smo u ovogodišnjem istraživanju do sada anketirali turiste iz 74 države. U nekim segmentima su ocene pale, u drugima je vidljivo poboljšanje, a rezultate najnovijeg istraživanja objavićemo krajem godine, kako bismo znali na čemu treba da radimo da bismo popravili celokupnu turističku ponudu – zaključuje direktor HORES-a, udruženja koje će u decembru ove godine, uz svečanu skupštinu i prijem sa dodelom nagrada, proslaviti pola veka postojanja.

Biljana Bosnić Ognjenović

Foto: Siniša Živković



KADROVI – GORUĆI PROBLEM

Na pitanje koji je trenutno najveći problem sa kojim se hotelijeri u Srbiji suočavaju, predsednik Upravnog odbora HORES **Aleksandar Vasilijević** odgovara:

- Generalno, nedostatak stručnih kadrova je goruće pitanje – prvenstveno middle i top menadžmenta, ali i zaposlenih na nižim pozicijama. Mi bukvalno moramo da počnemo da promovišemo hotelijerstvo i u isto vreme da radimo na edukaciji zaposlenih, kako bismo podigli nivo usluge i stvorili nove lidere, a sve s ciljem rasta i razvoja hotelijerstva u Srbiji – kazuje Vasilijević, dodajući da su faktori koji trenutno remete ostvarenje ovog cilja plate zaposlenih u ugostiteljskom sektoru, koje su najniže u regionu, te rad na crno, što uzrokuje veliku fluktuaciju radne snage i odlazak srpskih ugostitelja na rad u inostranstvo.

- Nastavi li se odliv radne snage u ovolikoj meri, do 2020. godine bismo mogli da ostanemo bez kvalitetnih kadrova u ugostiteljstvu – napominje Vasilijević.

VITEZ srpske DIJASPORE



Bilo da stoji za govornicom različitih poslovno-turističkih konferencija i manifestacija, bilo da u televizijskom studiju razgovara sa gostima, ili u ulozi viteza vina, odeven u bordo odoru reda „Monah Dorotej“, Miša Čirić ne propušta priliku da promoviše našu zemlju i domaće proizvode širom sveta, povezujući na taj način Srbiju i njenu dijasporu – pune dve decenije.

Pre tačno 20 godina, dok je živeo i studirao u SAD, **Milorad-Miša Čirić** je sa trojicom prijatelja došao na ideju da našu zemlju – koja je tad bila izolovana i sa lošom reputacijom, prezentuje svetu u lepšem svetlu i istovremeno srpsku dijasporu poveže sa maticom. I tako je, uz blagoslov sveštenika njujorške crkve Sveti Sava, na relaciji Čikago-Njujork-Sent Luis-Vašington, oformljen Međunarodni poslovni klub „Diaspora Group“.

UPAKOVANA NOSTALGIJA

- Prvi zadatak naše asocijacije, u godinama ekonomske blokade prema ondašnjoj Jugoslaviji, bio je reafirmacija imidža, a ukidanjem sankcija, krenula je opšta akcija i inicijativa za povratak proizvoda našeg porekla, tada „Made in Yugoslavia“, a zatim „Made in Serbia“, na zapadna tržišta. Taj projekat i ideju da ljude našeg porekla ohrabrimo da mesečno izdvoje 100 dolara za kupovinu proizvoda iz svoje zemlje, nazvali smo „Upakovana

nostalgija“. Želeli smo da sve ono što se proizvodi u našoj zemlji: mineralne vode, konditore, vina, rakije, usluge, nameštaj, tekstil, znanje, knjige, novine... prenesemo na prostore SAD i Kanade, gde otprilike živi 1,3 miliona ljudi čije je poreklo sa ex Yu prostora – otkriva generalni menadžer „Diaspora Group“.

Po povratku u Srbiju 2005. godine, Miša nastavlja sa projektom „Upakovana nostalgija“, tako što na tadašnjoj BK Televiziji počinje da vodi emisiju istog naziva namenjenu srpskoj dijaspori, a potom rad nastavlja na TV „Pink“. Iako su vremenom njegove emisije dobile drugi naziv - „Lice i naličje Srbije“, „Privrednik“, a danas „Serbia Expo“ koja se emituje na „Srpskoj Naučnoj Televiziji“, misija Miše Ćirića ostala je nepromenjena: promovisati Srbiju u svetu i ojačati vezu sa dijasporom.

- Mnogi me pitaju zašto nismo zadržali naziv emisije „Upakovana nostalgija“. Mislim da nostalgija polako izlazi iz mode, jer je Internet i razvoj komunikacionih kanala sve promenio i pretvorio svet u globalno selo. Danas više nema toliko emocija kao nekada, kada se čekalo mesecima da pismo ili paket stigne roditeljima u Srbiju iz daleke Amerike ili Australije. Danas je sve to mnogo brže i dostupnije – kazuje Miša, koji svakodnevno vodi nove ekonomsko-diplomatske bitke.

EKONOMSKA DIPLOMATIJA

- Ljudi su često u nedoumici kako da me oslove – da li kao viteza vina Srbije, da li kao voditelja mnogih turističkih, privrednih, kulturnih i naučnih manifestacija, ili kao nekog ko u privrednoj delegaciji pregovara o afirmaciji izvoza proizvoda iz Srbije, što i jeste posao na koji dnevno trošim najviše vre-

mena, dok onaj drugi deo – voditeljski, predstavlja zadovoljstvo koje služi tome da upoznam nove ljude i učinim neko dobro delo – kazuje naš sagovornik, sumirajući rezultate nakon 20 godina rada:

- Često sam bio na ivici da dignem ruke od svega. Govorili su mi – koga to interesuje, to nema veze sa ekonomijom, bavi se pametnijim stvarima, sve se to dešava i bez tebe. Međutim, naši ljudi iz sveta me ohrabruju tražeći sve veću komunikaciju sa Srbijom i regionom, ali i Srbija sve više zahteva komunikaciju sa dijasporom. Trebalo bi da se ugleđamo na Kinu, Indiju, Poljsku, Tursku, Nemačku i ostale zemlje koje veoma uspešno saraduju sa ljudima svog porekla, koristeći njihove veze po svetu. Srbija bi mogla da se brendira kao „zemlja znanja“, jer ako

SRBIJA BI MOGLA DA SE BRENDIRA KAO „ZEMLJA ZNANJA“, JER SVAKE GODINE U SVET „IZVEZEMO“ OKO 15.000 LJUDI SA UPAKOVANIM ZNANJEM, KOJE U INOSTRANSTVU BUDE VRLO CENJENO I RADO KORIŠĆENO.

svake godine oko 15.000 ljudi odavde ode u svet sa upakovanim znanjem, koje u inostranstvu bude vrlo cenjeno i rado korišćeno, nema razloga da se prekine veza sa tim znanjem. Ono samo treba da bude umreženo, tako što će u svim oblastima rada naša zemlja komunicirati sa svojim ljudima u svetu.

DIJASPORA – KONTINUIRANI IZVOR PRIHODA

Da Srbija ima višestruke koristi od svoje dijaspore, potvrđuju brojni primeri direktnih ili indirektnih ulaganja u našu zemlju.

- Dijaspora nam godišnje donese više od 4 milijarde evra samo putem regularnih doznaka koje ljudi našeg porekla iz sveta šalju kući u otadžbinu – svojoj majci, ocu, bratu, sestri... A da ne računamo koliko potroše privatno prilikom boravka u Srbiji za vreme odmora i praznika. Naši hotelijeri, banje, planine i sela to najbolje osećaju. S druge strane, sve više ljudi našeg porekla želi da uloži svoj novac u obnovu škola u rodnom mestu, u iz-



gradnju manjih hotela, sportskih hala, ili u proizvodne pogone. Takođe, kada neka velika kompanija odluči da investira u Srbiju, neretko iza tog poteza stoje naši stručnjaci, zaposleni u toj kompaniji, koji su godinama lobirali za to. Dakle, naša dijaspora je kontinuirani izvor prihoda i investicija – zaključuje ovaj vitez vina i srpske dijaspore, kom je za nesebično zalaganje za promociju Srbije i komunikaciju sa dijasporom, redakcija časopisa „Turistički Svet“ dodelila priznanje „Ambasador dobre usluge“ povodom dve decenije postojanja Međunarodnog poslovnog kluba „Diaspora Group“.

Biljana Bosnić Ognjenović



When he stands behind speaker platform of various business-tourism conferences and events, or when he in a television studio talks to guests, or when he is a wine knight dressed in the dark red robe of the Order "Monah Dorotej", Miša Ćirić never misses the opportunity to promote our country and domestic products all over the world, connecting in this way Serbia and its Diaspora – for two full decades.

TURIZAM GLAVNI POKRETAČ EKONOMSKOG RAZVOJA INDIJE



Kada je 15. avgusta 1947, Indija stekla nezavisnost posle čitavih 200 godina vladavine Britanaca, po prvi put se u Nju Delhiju zavijorila trobojka sa okruglom ašok čakrom u sredini, obeležavajući konačnu pobjedu ideje i učenja velikog Mahatma Gandhi-a da je moguće izvojevati nezavisnost na miran način, bez nasilja.

Danas, posle samo 70 godina, Indija je izrasla u svetsku velesilu po mnogim parametrima, a njen ekonomski i svaki drugi prosperitet ima svoje uporište i u ideji kojom se rukovodio Gandhi: "da čovek sam mora da bude promena koju želi da vidi u svetu"! Zato je, strateški investirajući u obrazovanje, ova drevna civilizacija sa uskoro 1,25 milijardi stanovnika (od kojih čak 65% ispod 35 godina) - za samo sedam decenija postala jedna od najmoćnijih na planeti.

Ova država – potkontinent, prema kojoj su i bogovi i priroda bili veoma izdašni, danas je i jedna od turistički najatraktivnijih zemalja sveta, a procenjuje se da će turistički sektor Indije rasti godišnje po stopi od 6.8% i dostići 440 milijardi dolara do 2027. ili 10% nacionalnog BDP-a. Kako ističe **NJ.E. Narinder Chauhan**, ambasadorica Indije u Srbiji, glavni cilj državne politike u oblasti turizma je da pozicionira ovu granu privrede kao glavni pokretač ekonomskog razvoja. Do 2030, očekuje se da će Indija, između ostalog, biti rangirana među TOP pet poslovnih turističkih tržišta sveta.

• *Šta Dan nezavisnosti znači danas za Indijce?*

- Mi 15. avgusta obeležavamo Dan nezavisnosti u Indiji, dan kada je naša zemlja konačno oslobođena od duge kolonijalne vladavine Britanaca, kraj izvanredne nenasilne borbe, koju je predvodio Mahatma Gandhi, a koja je trajala godinama. Mesto proslave je istorijski Red Fort u Nju Delhiju. Indijsku nacionalnu zastavu trobojku podiže premijer, nakon čega sledi njegovo obraćanje narodu.

Mahatma Gandhi bio je sila vodilja u indijskoj nenasilnoj borbi za Swaraj ili samovladu tokom efektivne nesaradnje. Njegove ideje i dela inspirisale su generacije političkih kampanja širom sveta.

• *Koliko se za poslednjih 70 godina Indija promenila? Kako ona danas izgleda?*

- Tokom poslednjih 70 godina, prevaziđenjem raznih prepreka, Indija je dobila svetsko priznanje u raznim oblastima. Pre svega, Indija je najveća demokratska zemlja sa populacijom od oko 1.25 milijardi ljudi (što je oko 18% svetske populacije). Tokom kolonijalne vladavine, Indijci su izdržali nezamislive ekonomske i socijalne oskudice koje je trebalo prevazići. Poslednjih sedam decenija, Indija je ojačala u političkom, ekonomskom i socijalnom smislu. Indija je bila svedok 16 mirnih izbora koji su pokazali snagu demokratskih vrednosti ljudi u Indiji.

Kroz proaktivnu i politiku okrenutu ka ljudima, Vlada je postala otvorena, lakša i transparentnija. Odlučni premijer Modi doneo je nekoliko inicijativnih šema, kao što su *Čista Indija, Pravite u Indiji, Digitalna Indija, Vešta Indija, Start Up Indija* itd. Državne inicijative u oblasti spoljne politike dovele su Indiju na svetsku scenu. Održavamo dobre odnose sa skoro svim zemljama sveta i na Indiju se gleda kao na veoma važnu rastuću silu. Zahvaljujući *Mars Orbiter Misiji* (koju zovu i Mangalyaan), Indija je postala četvrta zemlja koja je došla do Marsa i prva azijska zemlja koja je to uspela. Indija je jedan od najvećih potrošača na svetu i mnoge strane kompanije započele su trgovinu sa Indijom, što nije bio slučaj 1947. Danas Indija raste neverovatnom brzinom, sa fokusom na boljoj



When on August 15th, 1947, India gained independence after the 200 years of the British rule, for the first time in New Delhi, raised a tricolour flag with a round Indian Achok Chakra in the middle was raised, marking the ultimate victory of the great Mahatma Gandhi's idea and learning that it is possible to gain independence in a peaceful manner, without violence.

Today, after only 70 years, India has grown into a world superpower according to many parameters, and its economic and every other prosperity has its foothold in the idea of Gandhi: "that man must be the change he wants to see in the world!" That's why, strategically investing in education, this ancient civilization with 1.25 billion inhabitants (65% under 35 years of age) - has become one of the most powerful in the world in just seven decades. This continent, to which the gods and nature were very generous, is today one of the most attractive tourism countries in the world, and it is estimated that India's tourism sector will grow annually at a rate of 6.8% and reach \$ 440 billion by 2027 or 10% of national GDP. According to H.E. Narinder Chauhan, India's ambassador in Serbia, the main goal of state policy in the field of tourism is to position this branch of economy as the main driver of economic development. By 2030, India is expected to rank among the top five business tourism markets in the world, among other things.

edukaciji, zdravlju, infrastrukturi i socijalnoj zaštiti. Važan progres zabeležen je u važnim oblastima, kao što su obnovljiva energija, železnica, putevi i druga infrastruktura.

Poverenje investitora veoma se povećalo zbog povećanja transparentnosti državnog upravljanja, administracije bez prevara i pametne fiskalne politike. Danas je Indija svedok sveukupne transformacije i stvaranja različitih sektora ekonomije.

OBRAZOVANJE – KLJUČ ZA UNAPREĐENJE KONKURENTNOSTI

• *Vaša zemlja je danas globalna velesila po mnogim parametrima. Obrazovanje je, kako ističe i premijer Modi, jedan od najvažnijih ciljeva i najvećih obaveza. Kakva je strategija zemlje u toj oblasti?*

- Edukacija je ključ za unapređenje konkurentnosti Indije u globalnoj ekonomiji. Stoga je obezbeđivanje dostupnosti kvalitetne



se izvrši obuka 400 miliona građana do 2022, što će im omogućiti da pronađu posao. Očekuje se da Vlada pokrene novi zakon o obrazovanju kako bi se odgovorilo na dinamične promene u istoriji obrazovanja u zemlji po zahtevima stanovništva.

edukacije za sve, najvažnija za ekonomski i društveni razvoj Indije. Prema indijskom Ustavu, slobodno obavezno obrazovanje pruža se kroz fundamentalno pravo dece između 6-14 godina. Stepen pismenosti u Indiji je u stalnom rastu i sada je 74%.

Indijski sistem edukacije je viđen kao jedan od razloga zašto je Indija zabeležila toliki ekonomski razvoj tokom poslednjih nekoliko godina. Tržište edukacije u Indiji se trenutno procenjuje na 100 milijardi dolara, a očekuje se da se skoro udvostruči na 180 milijardi dolara do 2020. U zemlji postoji više od 1.5 miliona škola, sa više od 260 miliona upisanih studenata, i oko 750 univerziteta i 36 hiljada koledža. Indija je postala drugo najveće tržište za e-learning i sistem visokog obrazovanja je najveći na svetu, sa više od 70 miliona upisanih studenata. Inicijativa premijera Modija *Vešta Indija*, postavila je cilj da

TURISTIČKI I HOTELSKI SEKTOR MEĐU TOP 10 SDI SEKTORA

• Ogromna zemlja koja je sama gotovo čitav kontinent, Indija je svakako jedna od turistički najatraktivnijih zemalja, istovremeno i najmoćnijih, sa velikim razvojnim potencijalom. Gde se i kako obrazuju budući ugostiteljski i turistički radnici? Koliko se hotelska industrija promenila za ovih 70 godina? Imate li informaciju koliko ima hotela u Indiji, a naročito hotela sa 4 i 5 zvezdica?

- Indijska turistička i hotelska industrija postala je jedan od ključnih pokretača među sektorima usluge u Indiji. Turizam je takođe potencijalno veliki generator zapošljavanja, pored toga što je značajan izvor strane razmene zemalja. Postoje mnogi koledži, univerziteta i privatne institucije koje nude Bachelor ili Master diplome, sertifikate ili distance learning kurseve u raznim sektorima

turizma, kao što je menadžment u turizmu, turistički, hotelski, turoperatorski ili avionski menadžment, menadžmet destinacije, prodaja avio karata i travel administracija.

Indija obiluje hotelima koji se uklapaju u svaki budžet. Smešteni na najvažnijim turističkim i komercijalnim destinacijama, poznati su po svom gostoprimstvu i udobnom smeštaju.

Od aprila 2000. do marta 2017, turistički i hotelski sektor privukao je više od 10 milijardi dolara SDI (Strane Direktno Investicije), stvrstavajući ga među top 10 SDI sektora. Postoji više od 1.000 registrovanih hotela u Indiji - 353 sa pet zvezdica, 307 sa četiri zvezdice i 63 Heritage hotela. Sa porastom stranog i domaćeg turizma, hotelski sektor će i dalje rasti.

• Pod sloganom 'Incredible India' ('Neverovatna Indija'), vaša zemlja se promovise kao zemlja jedinstva mnoštva različitosti. Po čemu je Indija jedinstvena turistička destinacija? Koliko je turista, po podacima vaše nacionalne turističke organizacije, ove godine posetilo Indiju? Zna li se već koliki su prihodi od turizma?

- 'Incredible India' kampanju uvela je Vlada Indije 2002. godine da bi promovisala Indiju kao ultimativnu turističku destinaciju na svetskoj turističkoj mapi i da privlači turiste iz sveta u Indiju, pokazujuću različite aspekte indijske kulture i istorije, kao što su spiritualnost i joga. Zahvaljujući kampanji, Indija je razvila impresivnih 25 mesta u poslednje 3 godine skokom na 40. mesto liste Svetskog ekonomskog foruma - Global Travel and Tourism Competitiveness.

Različiti pejzaži i nebrojeni stilovi arhitekture širom zemlje čine Indiju jedinstvenom i atraktivnom. Odlični hoteli, shopping, kuhinja i sl. doprinose njenoj jedinstvenosti. Troškovi putovanja, kao i troškovi života u Indiji su prilično pristupačni. Šta više, železnica, avio i putni transport su dobro povezani i razvijeni.

Turizam u Indiji je ekonomski važan i brzo raste. Dolasci stranih turista u periodu januar-avgust 2017. bili su 6.4 miliona. Čak 949.000 došlo ih je sa e-vizom. Oko 8.89 miliona turista došlo je 2016. u poređenju sa 8.027 miliona u 2015. India's Travel & Tourism sektor rangira se kao 7. na svetu u smislu

A Thrilling Joyride



Goa, in western India, has coastlines stretching along the Arabian Sea. Its long history as a Portuguese colony prior to 1961 is evident in its well preserved 17th-century churches and tropical spice plantations. Goa is popular for its many beaches that cater to every tropical whim: from backpacker Arambol to bolder, brasher Baga; or the palm-fringed sands of Palolem to bohemian Anjuna; or the lovely Mandrem to the laid-back fishing villages such as Agonda or the adventurous Mobor Beach.

Explore Goa and Discover More of India.

For more information, contact Embassy of India, Belgrade - www.eoibelgrade.gov.in
Follow us on Facebook: [IndiaInSerbia](https://www.facebook.com/IndiaInSerbia) - Twitter: [@IndiaInSerbia](https://twitter.com/IndiaInSerbia)



VISIT
India

njegovog ukupnog doprinosa nacionalnom BDP-u, prema izveštaju World Travel & Tourism Council (WTTC) koji je izračunao da je turizam realizovao oko 209 milijardi dolara ili 9.6% nacionalnog BDP-a u 2016. i podržao 40.3 miliona poslova, 9.3% ukupne zaposlenosti. U oktobru 2015. vrednost indijskog sektora medicinskog turizma je procenjena na 3 milijarde dolara.

PREMIJER MODI - NOVI AMBASADOR 'INCREDIBLE INDIA'!

• Šta je osnova indijske strategije turizma? Kakve su prognoze i očekivanja od te privredne grane?

- Glavni cilj državne turističke politike je da pozicionira turizam kao glavni pokretač ekonomskog razvoja. Država pokušava da ostvari cilj promovisanjem domaćeg i međunarodnog dolazećeg turizma, razvijajući turističku infrastrukturu, razvijajući nove destinacije, promovisanjem novih turističkih krugova i javno - privatnog partnerstva. Procenjuje se da će turistički sektor Indije rasti godišnje po stopi od 6.8% i dostići 440 milijardi dolara do 2027. ili 10% BDP-a! Pritom, procene su da će medicinski turizam rasti između 7-8 milijardi dolara do 2020. Očekuje se da će Indija biti rangirana među top pet poslovnih turističkih tržišta sveta do 2030. obzirom da se očekuje da će se potrošnja na poslovna putovanja povećati do 2030 sa 30 milijardi dolara u 2015. Očekuje se da će Indija zabeležiti rast od 18% dolazaka stranih turista (FTAs) u 2017. podstaknuto poboljšanjem okruženja u zemlji za strane investitore. Pokretanje nekoliko branding i marketing inicijativa kao što je *Incredible India*, *Athiti Devo Bha-va* (Gost je kao Bog) i *Swachh Bharat* (Čista Indija) pružilo je fokusirani podstrek rastu. Indijska vlada uvela je i e-vizu da bi podstakla turizam i poslovna putovanja. Pojava digitalnih transakcija potpomoći će rast turističke industrije u Indiji. Sada sa premijerom Narendrom Modijem

kao novim ambasadorom Incredible India 2.0, podrška države će daleko stići u stvaranju svesti o turističkim kapacitetima zemlje.

• Kada predstavljate svoju zemlju, šta najčešće preporučujete? Koja je vaša omiljena destinacija u Indiji?

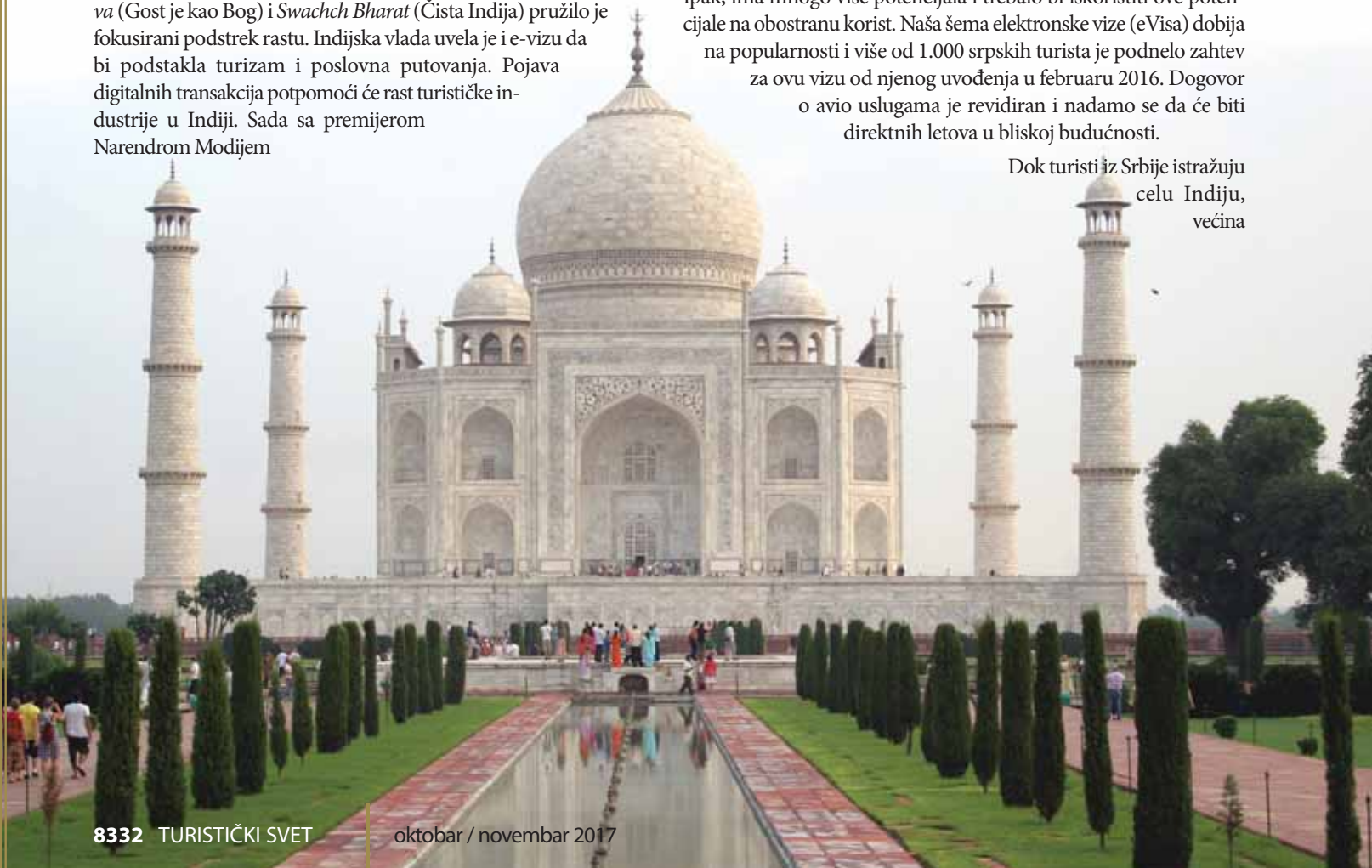
- Indija ima jednu od najegzotičnijih i drevnih kultura u ljudskoj istoriji. Ona je više od zemlje, to je podkontinent sa mnogo različitih jezika, religija, kultura itd. To daje Indiji mnogo različitih mesta za turističke posete. Šaroliki kontrast je zaštitni znak Indije, zemlje sa kaleidoskopskim pejzažem. Od snegom pokrivenih vrhova moćnih Himalaja do sunčanih plaža Goe i Kerale, od velike Thar pustinje do zelenih šuma, Indija ima sve u sebi.

I teško je izabrati omiljenu destinaciju u Indiji. Iako su neka mesta u Indiji očigledno popularnija od drugih, putovanje u Indiju može imati različite ukuse: duhovno putovanje ili planinarske avanture, rizični za duhovnu potragu ili zabavni odmor, pasoš u drevnu prošlost ili susret sa moćnim Himalajima. Donekle to zavisi od ličnih interesovanja.

• Sve je više turista i poslovnih ljudi iz Srbije koji posećuju Indiju. Ove godine beleži se povećanje od čak 26%, zahvaljujući i uvođenju elektronske turističke vize! Na koji način turisti najčešće odlaze u Indiju i gde se, prema vašim saznanjima, najduže zadržavaju?

- Postoji postepen rast u broju Srba koji posećuju Indiju. Srećna sam kad vidim ovo povećanje turističkih poseta između Srbije i Indije. Ipak, ima mnogo više potencijala i trebalo bi iskoristiti ove potencijale na obostranu korist. Naša šema elektronske vize (eVisa) dobija na popularnosti i više od 1.000 srpskih turista je podnelo zahtev za ovu vizu od njenog uvođenja u februaru 2016. Dogovor o avio uslugama je revidiran i nadamo se da će biti direktnih letova u bliskoj budućnosti.

Dok turisti iz Srbije istražuju celu Indiju, većina





njih posećuje poznati Zlatni trougao, najpopularniju rutu u Indiji. Ona čini Delhi, Džajpur i Agru - tri grada koja zaokupljaju maštu i vode vas u fantastični svet mogulskih vladara i maharadža. Tu se mogu videti neki od najboljih svetskih arhitektura, od Qutab Minar u Delhiju do Amber Fort u Džajpuru i naravno Taj Mahal u Agri. Ljudi, takođe, posećuju mistične destinacije širom prelepe države Kerala. Goa je još jedna popularna destinacija za srpske turiste. Goina prirodna lepota i prelepe avenije za odmor su veliki magnet za turiste tokom cele godine.

UKINUTE VIZE ZA SRBIJU PUTNICIMA IZ INDIJE

• *Da li je Srbija zanimljiva za indijske turiste i poslovne ljude? Šta je to što ih dovodi u Srbiju? Pošto ste nas već dobro upoznali, šta im vi preporučujete da obavezno vide, probaju, osete...? Imate li utisak da postoji uzlazni trend u razmeni turista?*

- Mi smo stvarno zahvalni za odluku srpske Vlade da ukine vize za indijske državljane koji mogu da dobiju besplatnu vizu za boravak do 30 dana u godini. To će promovisati i turizam i biznis. Srbija je možda jedna od najmirnijih i najbezbednijih mesta na planeti, što je čini prirodnom turističkom destinacijom. Srbija se nalazi u srcu CEE i pojava low cost avio-kompanija na srpskom tržištu otvorila je nove mogućnosti u turističkom sektoru. Snimanje indijskih filmova započelo je u Beogradu i kada se ovaj trend omasovi, turistički dolasci u Srbiju će se povećati.

Komercijalno mi vidimo Srbiju kao lukrativno tržište sa više od milijarde potrošača zbog srpskog FTA sa Rusijom, EU, SAD, CEF-TA, EFTA, Turskom, Azerbejdžanom, Kazahstanom i Belorusijom. Vlada Srbije stalno ulaže napore da unapredi poslovno okruženje. Organizujemo info ture srpskim turoperatorima u Indiju, u saradnji sa Turkish airlines, što će im omogućiti da iz prve ruke dožive turizam u Indiji i da je adekvatno prezentuju svojim klijentima. Videćemo svakako više turista koji posećuju Indiju.

• *Vaša poruka ljudima u Srbiji?*

- Srpski narod je veoma prijateljski i gostoljubiv, veoma ponosan na svoju istoriju, kulturu i kuhinju. Srbi poštuju strance, posebno Indijce. Veoma mi je lako da živim ovde lično i društveno. Postoji mnogo sličnosti između nas. Indija i Srbija su demokratske države sa multikulturalnim društvima koja neguju tradiciju, vrednosti i verovanja. Istorija Indije i Srbije je isprepletana uprkos geografskoj razdaljini. Naši bliski i prijateljski odnosi datiraju iz vremena NAM i obe naše nacije su advokati međunarodnog mira i stabilnosti. Imamo veliku



ekonomsku sinergiju i tu leži mnogo mogućnosti za partnerstvo u nekoliko oblasti – poljoprivreda, obrada hrane, agro mašine, IT, S&T, infrastruktura itd.

Srbija je uvek bila na strani Indije. Vi ne samo da vrednujete indijsku kulturu, jogu i tradicionalnu medicinu ajurvedu, već i naše filmove, TV serije i kuhinju.

Nadam se da će rezultati nedavne posete predsednika Aleksandra Vučića dati jak podstrek razvoju naših odnosa. Premijerka Ana Brnabić je posvećena "novim odnosima" sa Indijom. Sigurna sam da će u narednoj godini Indija i Srbija raditi zajedno na redefinisanoj političkih, kulturnih, kao i trgovinskih ekonomskih veza.

Ljiljna Rebronja

S AGENCIJOM STAY SABAI TRAVEL:

Nezaboravno putovanje u “Zemlju osmeha”

Stay Sabai Travel - Beograd je novootvorena poslovna turistička agencija Maja Tours - Thailand, koja već čitavih šest godina uspešno organizuje putovanja na Tajland.

Ova specijalizovana turistička agencija nudi paket aranžmane za putovanja na Tajland tokom cele godine. S njom ćete putovati potpuno bezbedno, boravićete u najboljim hotelima u Bangkoku, Krabiju i Puketu, otkriti magičnu lepotu Tajlanda, upoznati njegovu tradiciju, gastronomiju, uživati u neobičnim atrakcijama i zabavi... živeti svoj san uživo!

DESTINACIJA ZA ODMOR

Inače, Kraljevina Tajland, pretežno budistička zemlja, poznata je kao destinacija za opuštanje, idealna za godišnje odmore. Okupana morem, obiluje prelepim pešćanim plažama, a ono što je čini izuzetno atraktivnom su brojni hramovi, živopisna ploveća pijaca, ali i ljubav prema slonovima i festivalima koji se odvijaju tokom čitave godine...

U ovoj svetski poznatoj destinaciji osmišljene su sve vrste zabave: od mnoštva neobično zanimljivih noćnih klubova, barova, bioskopa i restorana, do salona za masažu i uživanje u koktelima pored bazena...



Tajland je atraktivan tokom čitave godine i, zahvaljujući globalnim promenama vremena, sezona gotovo da ne prestaje! Ali, ako me pitate kada je na Tajlandu najlepše, moj odgovor je definitivno: oktobar – maj!

Maja Smiljanić, vlasnica
Stay Sabai Travel Beograd



PUTOVANJE ZA PAMĆENJE

Upravo s agencijom Stay Sabai Travel otkrićete novu dimenziju odmora i doživeti mnogo toga potpuno neverovatnog! Jašući slonove otkrivaćete džunglu, ronićete u kristalno čistom moru, obilaziti ostrva ali i najpoznatije tajlandske hramove, saznaćete kako izgleda njihov nacionalni park, gledati uživo predstavu beba slonova i krokodila i još mnogo toga...

A putujući s njima otkrićete i ono najvažnije: zašto je sinonim za Tajland baš - "Zemlja osmeha"!

SABAI TRAVEL INFO:

Prva grupa kreće na Tajland već **15. oktobra** sa aerodroma Nikola Tesla.

Požurite da rezervišete svoju kartu za putovanje iz snova!

Više o programu putovanja: www.sabaitravel.com



1086/5 Charoenkrung road,
Bangrak, Bangkok 10500, Thailand
www.sabaitravel.com
info@sabaitravel.com



„RITZ“ – HOTEL PRINČEVA



Al Fayed

U pariski hotel „Ritz“ ulazi se bojažljivo. Toliko događaja, misterija, istorijskih trenutaka, izuzetnih gostiju... postavilo je ovaj hotel na najprestižnije mesto u svetskoj hotelskoj industriji. U njega ne može svako da uđe, čak ni stalni gosti ukoliko nisu rezervisali bar kafu. Hotel „Ritz“ postao je snažan bedem kroz koji prolaze samo dobro provereni gosti.

- Želim da „Ritz“ ostane najbolji hotel na svetu! - rekao je vlasnik hotela Egipćanin Mohame Al Fayed enterijeristi Tjeriju Deponu koji je dobio zadatak da obnovi sjaj i luksuz hotela otvorenog davne 1898. godine. - Ako zabrljaš - upozorio ga je Al Fayed - ubiću te! Isto su reagovali i prijatelji i gosti. Zato se arhitekta šalio govoreći da je, za svaki slučaj, kupio imanje u Patagoniji gde bi eventualno mogao da se sakrije ukoliko gazda ne bude zadovoljan.

Hotel „Ritz“ je od 1898. godine do danas prešao slatko-gorki put hotelijerskog života, od trenutka kada su ga Švajcarac Cezar Ric i tadašnji gastronomski geniji Ogist Eskofije otvorili, do 2016. kada je Al Fayed otvorio vrata skupocene reorganizacije hotela vredne 450 miliona evra.

- Za mene je bilo važno da sačuvam smisao mesta - rekao je Depon. I jeste, vodeći se Al Fajedovom naredbom: „Upotrebi sve postojeće što možeš“. Prvo je napravljen tunel za uvažene i slavne goste kako bi izbegli uvek prisutne paparace i ostale posmatračke koji imaju običaj da se skupljaju ispred hotel-

skog ulaza. „Ritz“, kao i mnogi hoteli - palate u Francuskoj, obično imaju četiri ulaza.

Slavni gosti, plemstvo, sportisti,



HOTEL TREBA DA IMA RAFINMANU
KAKAV SAMO JEDAN PRINC ŽELI DA
IMA U SVOM DOMU.

Cezar Ric



*“KADA SANJAM O ŽIVOTU NA NEBU, UVEK SE
SVE DEŠAVA U PARISKOM HOTELU “RIC”.*

Ernest Hemingvej



Glavni ulaz



Kristijan Bojen



In the Paris Hotel Ritz people enter feeling timid. So many events, mysteries, historical moments, exceptional guests ... put this hotel in the most prestigious place in the world hotel industry. Not everyone can enter there, even permanent guests if they didn't make reservation for at least a cup of coffee. Hotel Ritz has become a strong bastion through which only well-tested guests can pass.

državnici... izlaze ili ulaze kroz garaže, servisne prostorije, izlaz u druge ulice, kroz koji su 1997. godine prošli princeza Dajana i Al Fajedov sin Dodi i otišli u smrt.

KANDIDAT ZA OZBIJAN FEJSLIFTING

- Hotel „Ritz“ se bio umorio, ostario - kaže direktor hotela **Kristijan Bojen** koji je, posle dugih telefonskih pregovora, našao malo vremena da me primi. - Bio mu je potreban ozbiljan fejslifting. Nije bilo govora da

se radi u fazama dok gosti u njemu borave. Zato je 2012. godine hotel zatvoren i započeta je potpuna rekonstrukcija od krova do podruma – naglasio je. Možda je zato, umesto da košta oko 200, na kraju potrošena suma iznosila 450 miliona! - Ali, vredelo je. Obično krpež mnogo više košta. Ovako smo goste pošteđeli buke i prašine, a mi smo slobodno radili u svakom kutku hotela. Nismo imali rok jer smo kao hotel nezavisni. Želeli smo da stvorimo jedinstvenu celinu, nešto kao privatnu rezidenciju. Isto tako, trebalo je ukloniti slabosti starog hotela. Sve vreme smo se pitali šta moderan putnik od nas očekuje? Gospodin Bojen tvrdi da hotel ima najbrži internet sa optičkim vlaknima, da za svaki TV u hotelu postoji prevod na jezik koji odgovara gostu; od dve nekadašnje sobe napravljena je jedna sa walk-in kupatilom, dva lavaboa, dve kade... Zato je broj soba smanjen sa 159 na 142 i sada su mnoge od njih apartmani. Svi prozori na prvom spratu, gde se nalaze “Carski”, “Šopenov” i “Vindzor” apartmani, imaju stakla otporna na metke. Prvo što je arhitekta uradio bilo je da sruši mezanin u kome se nalazio Al Fajedov apartman da bi recepcija dobila visinu tavanice od 6 metara. Vrlo imponantno!

Depon, poznat po projektima vila za Bila Gejtsa, Ralfa Lorena, Kelvina Klajna... otkrio je tokom rekonstrukcije prostor za posluđu sa okruglim prozorčedom koje gleda na trg Vandom na kome se hotel nalazi, sa terasom sa koje gost ima pogled na Pariz od 360 stepeni i Napoleonov stub podignut u slavu dobijene bitke kod Austerlica. Tako je nastao apartman “Mansar”, koji nosi ime poznatog francuskog arhitekta koji je mansardi dao svoje ime.

POD ZAŠTITOM FRANCUSKE DRŽAVE

Hotelu je dušu dao švajcarski hotelijer Cezar Ric. Kada je kupio zgradu, tada hotel Lazin u vlasništvu istoimene plemićke porodice, rekao je: - Hotel treba da ima rafinman kakav samo jedan princ želi da ima u svom domu.

On je prvi u hotel uveo kupatilo povezano sa sobom, zabranio da se na prozore okače zavese kako bi sobe dobile što više svetla. Do tada su uvaženi gosti morali da se prošetaju do zajedničkog kupatila na spratu. Mogu da zamislim pisca Ernesta Hemingveja, jednog od najvažnijih gostiju hotela, kako se susreće s modnom kreatorkom Koko Šanel, koja je od 1937. do 1971. godine živela u ovom hotelu i za koju se pričalo da je veliki mrgud! Tokom 120 godina postojanja hotel je imao prilike da ugosti mnoge krunisane glave, državnike, slavne glumce, sportiste i pevače. Tako je engleski pevač Elton Džon imao svoj apartman, sav roze i u boji slonovače; za svoj 42. rođendan zakupio je ceo sprat hotela i dekorisao ga u roze boji. U današnjem apartmanu “Vindzor”, živeli su mnogo godina vojvoda od Vindzora i njegova supruga Volis Simpson; apartman je u boji perle koja se danas naziva “Volis plava”. Slavni pisac Marsel Prust, koji je 1. juna 1898. godine bio gost na otvaranju hotela, kasnije i stalni stanaar, obožavao je da svoje kapitalno delo “U potrazi za izgubljenim vremenom” piše u krevetu u sobi danas nazvanoj apartman “Prust”. “Carski apartman” nalazi se na listi Nacionalnih spomenika Francuske. U njemu su zaista boravile krunisane glave, pa i srpska kraljica Marija, supruga kralja Aleksandra I Karađorđevića, još dok je bila devojkica.

BAR HEMINGVEJ

Bar Hemingvej, dizajniran u art deko stilu nazvan po proslavljenom piscu, ima auru kulta. Radoznao, beskompromisan, hedonista,



Apartman Vandom



Bar Hemingvej



Salon Prust



Apartman Koko Šanel

Fasada zgrade datira iz 1705.godine. Glavni arhitekta kralja Luja IV, Žil Harduen Mansar, skicirao je njen prvi (barokni) izgled.

Iako je hotel već jednom bio preuređen, između 1980. i 1989.godine očigledno mu je bilo potrebno novo lice koje je koštalo 450 miliona evra.

Tokom preuređenja u hotelu je došlo da požara. Čak 66 vatrogasaca borilo se s vatrom. Zaposleni su bili evakuisani, ali je rad na hotelu nastavljen već sutradan.

Oko osam stotina kamenorezaca, pozlatara, molera, drvodelja... svakodnevno je radilo na doterivanju hotela.

U hotelu radi 600 recepcionera, somelijera, šefova kuhinja i restorana, nadzornica, sobarica, domaćica, sobne posluge, radnika u vešeraju, portira... Drugim rečima, o vama se dobro brinu u "Ricu".

SPA Šanel prvi je SPA ove vrste u Francuskoj. Tu su svi proizvodi za negu kože koji se koriste u tretmanima lica i tela - Šanel. Klub zdravlja preimenovan u Ritz Club Paris, takođe je imao fejslifting. Bazen je poseban dragulj neoklasičnog art deko stila.

Princeza Dajana je u hotelu "Ritz"pojela svoj poslednji obrok. Nekoliko trenutaka po izlasku, poginula je u automobilskoj nesreći zajedno sa Dodijem, Al Fajedovim sinom.

Hotel je "igrao" u filmovima sa glumicom Odri Hepbern: *Ljubav popodne, Smešno lice i Kako ukrasti million.*

slavni pisac je, u trenutku kada su nacisti napuštali hotel, tvrdio da ga je, s puškom u ruci, lično on oslobodio! U ovom baru napisao je svoje najbolje rečenice o hotelu u romanu "Sunce se ponovo rađa". Tu se rodilo njegovo tadašnje piće "Bloody Mary" koje mu je služilo kao pomoć čestom mamurluku. Na zidovima njegove slike. Nisam odolela, sela sam ispod jedne od njih i barmen Kolin Fild me je slikao.

- Za otvaranje hotela juna 2016. godine napravio sam koktel "Clean Dirty Martini" - kaže barmen. - Veoma jaka solucija soli u kockicama leda daje izgled prljave vode iz kade!

Probala sam: uf!!! On tvrdi da se koktel pije tri puta: prvi put očima, drugi put nosom a treći na dvorski način. U ovom prostoru Kol

Porter je komponovao slavnu melodiju "Begin the Beguine", Skot Fildžerald, koji je opisao hotel u knjizi "Blaga je noć", imao je svoje omiljeno mesto...

Zna se da bogataši imaju svoje "bubice" a hotel se trudi da im na svaki način ugodi. O tome se nerado priča, štiti se privatnost gostiju. Na moja uporna pitanja da kaže "bar nešto", gospodin Bojen je ispričao kako mnogi od gostiju slave rođendan u hotelu (Pavaroti, Domingo...), da se nekada Oskar Vajld žalio na slabo osvetljenje, da je jedan od gostiju želeo crne ruže za rođendan svoje žene... - Trebalo nam je dosta vremena da ruže prekrijemo crnim sprejom i to u zadnjem trenutku da cveće ne bi presahnulo - seća se barmen Kolin Fild i dodaje: - U svakom slučaju, činimo sve dokle god je po zakonu.

Klub zdravlja u koji spadaju teretana, frizerski salon čuvenog Daida Majea i prvi spa grupacije Šanel, odražava vreme iz 1920.godine, stil art deko, danas toliko cenjen. Ali, o njima i slavnom restoranu "Espadon" i njegovom glavnom kuvaru Nikoli Salu - drugom prilikom.

Jelena Kaličanin

Foto: Vensan Leru





SAINT TEN

HOTEL BELGRADE

SUBOTNJE PODNE KOD VRAČARSKOG DASE

SAINT TEN hotel najavljuje nove subotnje rituale

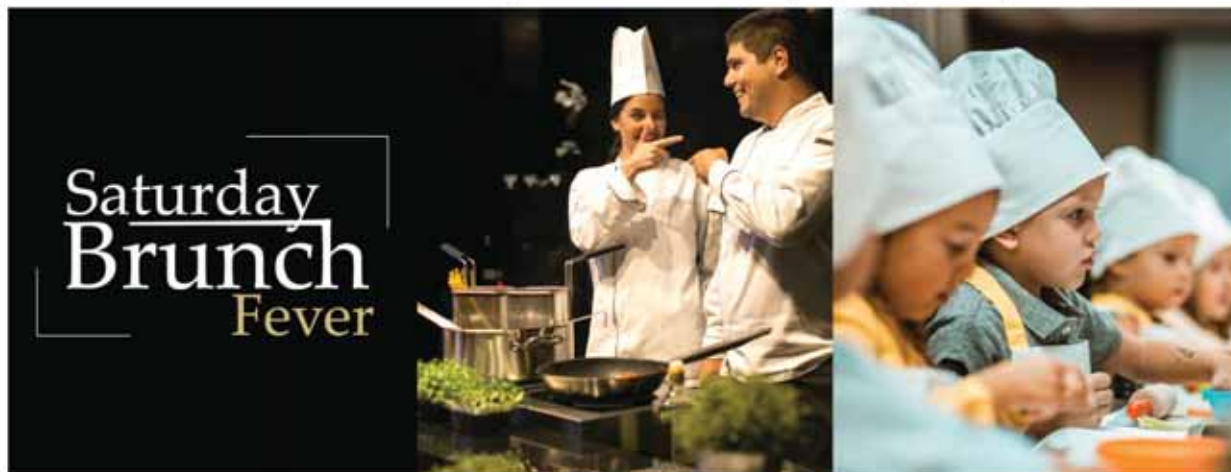
Od 23. septembra svaka naredna subota je reorganizovana, jer SAINT TEN hotel započinje novu tradiciju – **Subotnji Branč**. Sada prvi dan vikenda, od 12 – 16h možete da provedete u zanosnom i elegantnom hotelskom restoranu Santus sladeći se najukusnijim zalogajima talentovanog kulinarskog tima.

Dualni koncept ovog branča ga svakako izdvaja po posebnosti, jer nudi buffet paletu slasnih đakonija i stanicu za

live cooking za kojom glavni kuvar svake subote sprema nove specijalitete po svačijem ukusu.

SAINT TEN hotel poziva i najmlađe članove porodica da se pridruže i zabave u školici za kuvanje. Kuvar će klince da povede na ukusno i magično putovanje ručno pravljenih testenina, hleba, salata, burgera i naravno omiljenih slatkiša. Deci će kroz zabavu i igranje biti približena važnost zdrave hrane.

Rezervišite sto na vreme i započnite vikend na najbolji i najukusniji način.



Za više informacija kontaktirajte +381 11 411 66 33 i sanctusrestaurant@saintten.com

SAINT TEN Hotel, Svetog Save 10, Beograd
www.saintten.com

SRBIJA – sve popularnija KONGRESNA DESTINACIJA

Srbija se već šestu godinu zaredom pozicionirala među prvih 50 kongresnih destinacija u svetu. Tome je u mnogome doprinelo unapređenje hotelske ponude i samih kongresnih kapaciteta u zemlji, kao i jačanje nacionalne avio-kompanije, razvoj opcija za "pre" i "post" ture, ali i aktivnosti Kongresnog biroa Turističke organizacije Srbije. O kongresnom turizmu u Srbiji, mogućnostima za unapređenja ove delatnosti, prognozama za sledeću deceniju i drugim zanimljivim aspektima ove teme, za Turistički Svet govori Igor Kovačević iz Kongresnog biroa Turističke organizacije Srbije.

• *Koji razvojni put je u proteklih 10 godina, koliko postoji Kongresni biro Srbije, naša zemlja prešla kao kongresna destinacija? Šta je sve postignuto u tom periodu?*

- Godine 2007, na osnovu tadašnje preporuke Strategije razvoja turizma, u okviru Turističke organizacije Srbije (TOS) osniva se posebno odeljenje – Kongresni biro Srbije. Do danas, sve aktivnosti Kongresnog biroa Srbije (KBS) usklađene su sa aktivnostima i planovima TOS, čime se kreiraju značajni sinergijski efekti. U proteklih nekoliko godina, turizam Srbije, posmatrano kroz dolaske turista i ostvareni devizni priliv, beleži rekordne rezultate, a kongresni i poslovni gosti svakako daju svoj doprinos tome.

U toku prethodne decenije, KBS je uspeo da kvalitet svojih aktivnosti podigne na nivo ozbiljne destinacijske menadžment kompanije, slično najvećim destinacijama u svetu u oblasti kongresnog turizma, poput Amerike i Nemačke. Kako se razvijao nivo ponude u Srbiji, i Kongresni biro je rastao, kreirajući jednu snažnu platformu proaktivne prodaje. U prethodnom periodu, KBS je zajedno sa partnerima iz kongresne industrije i akademskog sektora rukovodio sa više od 100 kandidatura. Samo u prethodne dve godine, biro je uspeo da potvrdi više od 30 događaja za Srbiju koji podrazumevaju dolazak velikog broja delegata. Pored aktivnosti u polju asocijacija, od prošle godine KBS je zajedno sa partnerima iz industrije počeo aktivno da se bavi i tržištem korporativnih događaja, čime je postao jedan od retkih kongresnih biroa u svetu koji se bavi time.

Pored dobre saradnje sa kongresnom industrijom (u koju spadaju hoteli, kongresne agencije, kongresni centri,





Recite zbogom dosadnim sastancima

Iskoristite posebnu ponudu i neka Vaš sastanak bude dragoceno iskustvo upotpunjeno udobnim ambijentom i besprekornom uslugom.

Svi paketi uključuju kafe pauzu, ručak, iznajmljivanje sale i standardnu tehničku opremu.

Za rezervacije i dodatne informacije, pozovite +381 11 301 1177 ili pošaljite upit na maja.dulovic@hyatt.com, ili belgrade.regency@hyatt.com.

 **HYATT REGENCY**
BELGRADE



audio-vizuelna oprema, i dr), KBS ima i čvrstu saradnju sa akademskim sektorom i velikim brojem udruženja, jer je bez njih gotovo nemoguće ući u proces kandidovanja za međunarodne događaje. S tim u vezi, KBS je pre tri godine započeo program „Kongresnih amabadora“, koji okuplja najpriznatije stručnjake u određenim oblastima, koji su za KBS prošli čitavu proceduru kandidovanja za neki događaj i branili boje Srbije prilikom odlučivanja o budućim organizatorima kongresa. Na taj način, Kongresni biro pokazuje da su događaji platforma razmene znanja i veština, platforma predstavljanja i prodaje domaćeg znanja i ekspertize svetu, odnosno, kongresni turizam je osnova „društva baziranog na znanju“. Jer, pored značajnih finansijskih prihoda za destinaciju, dolazak jednog međunarodnog događaja pokazuje da je Srbija centar sveta u toj oblasti, i u dugom roku, kroz efekte marketinga i brendiranja, naši stručnjaci i udruženja mogu da kreiraju značajne koristi od podizanja nivoa delatnosti i prepoznatljivosti u svetu.

SRBIJA U TOP 50

• *Šta je doprinelo rastu kongresnog turizma u Srbiji?*

- Rast kongresnog turizma je rezultat nekoliko grupa aktivnosti. S jedne strane imamo snažne investicije privatnog sektora u hotelijerstvo. Otvaraju se novi, odnosno, renoviraju postojeći hoteli i to ne samo u Beogradu, već i u Novom Sadu, Subotici i Paliću, Zlatiboru, Kopaoniku i velikom broju drugih destinacija, koji sa sobom donose i odlične kongresne sale, sa odličnim nivoom ponude. Danas je kvalitet koji naši hoteli nude kongresnim gostima isti, a često i veći u odnosu na konkurentske destinacije. Izuzetno je dobro što je razvoj kongresne infrastrukture

u hotelima bio vođen podjednako i od strane međunarodnih lanaca, ali i od strane domaćih brendova. Hoteli značajne performanse upravo ostvaruju zahvaljujući kongresnom gostu, i u narednom periodu se očekuje nastavak povećanja kvaliteta usluga. Naravno, imamo i razvoj novih kongresnih centara, koji je jako bitan. Drugi aspekt odnosi se na razvoj nacionalnog avio-prevoznika i aerodroma. Srbija je dostupnija nego ikada, i u regionu smo sigurno vodeći. Treći aspekt je destinacijsko iskustvo i doživljaji koji su u Srbiji zaista interesantni i jedinstveni. I konačno, četvrti aspekt se odnosi na poboljšanje aktivnosti destinacijskog menadžmenta, upravo kroz aktivnosti Kongresnog biroa Turističke organizacije Srbije. Sve ovo zajedno je učinilo da kongresni turizam ostvari bitan razvoj.

KONGRESNI TURIZAM JE OSNOVA

„DRUŠTVA BAZIRANOG NA ZNANJU“.

JER, PORED ZNAČAJNIH FINANSIJSKIH

PRIHODA ZA DESTINACIJU,

DOLAZAK JEDNOG MEĐUNARODNOG

DOGAĐAJA POKAZUJE DA JE

SRBIJA CENTAR SVETA U TOJ OBLASTI.

• *Na kojoj poziciji se Srbija trenutno nalazi na mapi kongresnih destinacija sveta? Koje su najtraženije kongresne destinacije u našoj zemlji?*

- Pre deset godina Srbija gotovo da i nije bila prisutna na međunarodnom tržištu. Sa svega 21 događajem, bila je na 72. mestu u svetu i

među poslednjim u Evropi. Poslednjih nekoliko godina zaredom, Srbija je stabilno u top 50 destinacija u svetu. U 2017. ugostili smo 66 međunarodnih događaja. To je jedan od najbržih i najvećih napredaka u svetu, ali isto tako predstavlja i dobru polaznu osnovu za poboljšanje rezultata. Neophodno je istaći da je ovo samo delimičan presek tržišta, jer ova cifra, zbog specifičnosti rada u kongresnom turizmu, obuhvata podatke samo za međunarodne kongrese asocijacija, dok domaći i korporativni segment nisu uključeni. Realan broj poslovnih kongresa i događaja u Srbiji je teško proceniti, broj sigurno prelazi 10.000, ali to je zadatak kojim će se Biro baviti u narednom periodu.

Što se tiče destinacija, veoma je jednostavno: destinacija koja stranom klijentu uspe da obezbedi više nego odličan kvalitet, realno kvalitetnu kongresnu infrastrukturu i podršku u organizaciji, i sve to uklopi u ambijent jedinstvenih doživljaja i iskustava, može da se takmiči na međunarodnom tržištu. Ali to je samo početak. Ono što uspešne destinacije razlikuje od neuspešnih je pitanje proaktivnosti i da li smo spremni da klijentima u potpunosti, kroz dvostranu komunikaciju, prilagodimo proizvod našeg hotela i destinacije, ili da pasivno čekamo u kancelariji.

KONGRESNI GOSTI TROŠE VIŠE

• *Koje branše najčešće organizuju skupove u našoj zemlji i koliki je broj učesnika tih događaja?*

- IT sektor polako preuzima primat, a nakon toga sledi oblast medicine. Naravno, teme iz sfere ekonomije, bankarstva i osiguranja su veoma aktuelne, kao i sektor kreativnih industrija. Veličina događaja kreće se u rasponu od nekoliko desetina do nekoliko hiljada učesnika, ali najveći broj događaja je u segmentu do 500 delegata.



JESENJI KONFERENCIJSKI I TEAM BUILDING ALL INCLUSIVE PAKETI

SKROJENI PO MERI ORGANIZATORA I POTREBAMA UČESNIKA!

- Tri smeštajna objekta u srcu Nacionalnog parka Kopaonik
- Svi sadržaji na jednom mestu
- Svi učesnici na jednom mestu - smeštajni kapacitet više od 1.200 ležajeva
- Najsavremeniji kongresni prostor na 3.000 kvm
- Vrhunska audio i video oprema
- 10 konferencijskih sala kapaciteta od 50 do 1.200 mesta
- Izuzetan izbor indoor i outdoor team building aktivnosti
- Spa & wellness sadržaji na 1800 kvm - zatvoreni i otvoreni bazen, jacuzzi, svet sauna i masaža
- Poseban gastronomski doživljaj - banket paketi po ukusu klijenta
- Profesionalna podrška organizaciji događaja od pripreme do realizacije



MK MOUNTAIN RESORT KOPAONIK
Prodaja & marketing: +381 11 655 75 90, +381 64 871 40 79
congress@mkresort.com | www.mkresort.com

Velikih događaja je manje, ali njihovi efekti su svakako mnogo veći. Pored događaja, segment podsticajnih putovanja je nešto gde Srbija sve više pronalazi svoj prostor, gde je broj delegata najmanji, ali se po učesniku ostvaruje mnogo veći prihod.

• *Kako izgleda profil prosečnog kongresnog turista – koliko dana boravi na destinaciji, da li putuje sam ili u pratnji, koliko dnevno troši?*

- Događaj u proseku traje oko 3,5 dana, što znači da se kongresni gosti u destinaciji prosečno zadržavaju 3 noći. Dnevna potrošnja je oko 350 dolara, što uključuje troškove hotela, ali i svega onoga što delegat potroši u samoj destinaciji. Za događaj na kom imamo oko 1.000 međunarodnih učesnika, prihod destinacije je oko 1.000.000 evra! U proseku, 10-20% delegata ima i pratioce, a ono što je tipično za Srbiju je da međunarodni događaji imaju 20-30% veći broj učesnika nego što je ranije bio slučaj, što sa jedne strane ima veze sa tim što su delegati zainteresovani da vide nove destinacije. Prema istraživanjima, kongresni gost troši 5-6 puta više od običnog turista.



For the sixth consecutive year, Serbia is ranked among the top 50 congress destinations in the world. To this has greatly contributed the improvement of the hotel's offer and the congress capacities in the country, as well as the strengthening of the national airline company, the development of pre and post tour options, as well as the activities of the Serbia Convention Bureau which is a separate department of the National Tourism Organisation of Serbia.



HORES:

HOTELI ODLIČNI, REŠITI PITANJE SAVA CENTRA

Hoteli u Beogradu imaju odlične kongresne kapacitete, sa sigurno najboljom ponudom u regionu. Primera radi, Ljubljana je tek nedavno dobila novi „InterContinental“, a u Zagrebu osim hotela „DoubleTree by Hilton“, koji se otvorio pre 4-5 godina, nema novih hotela, dok se u Beogradu svake godine otvori neki veliki hotel. Međutim, ono što nama nedostaje je kongresni centar, koji bi mogao da ugosti velike događaje sa nekoliko hiljada učesnika. Na žalost, u poslednje vreme je utihnula priča o rekonstrukciji Sava Centra i mi generalno ne znamo šta će se dalje s njim dešavati. Ali, ako želimo da privučemo veći broj kongresnih gostiju, onda bi što pre trebalo rešiti to pitanje – poručuje Aleksandar Vasiljević, predsednik UO Hores.



VELIKA OČEKIVANJA

• *Kako se pridobija neki događaj i koje uslove je neophodno ispuniti?*

- Kandidovanje (bidovanje) za dobijanje događaja je proces koji podrazumeva prilagođavanje tehničkih i iskustvenih aspekata destinacije zahtevima klijenta. U prak-

si, proces kandidovanja traje i po nekoliko godina, u zavisnosti od slučaja do slučaja. Kongresni biro Srbije je do sada prepoznat od strane naših stručnjaka iz oblasti medicine, ekonomije i kreativnih industrija kao entitet koji preuzima sve logističke aspekte kandidature, a koje rešava zajedno sa partnerima iz industrije. Naravno, ovde nije samo dovoljno tehnički napisati ponudu destinacije i poslati je, već o svakom elementu koji je napisan i koji se nudi mora da se razradi benefit koji njime klijent dobija. KBS je u prethodnih 18 meseci ukupno započeo 68 kandidatura, od kojih je dobijeno 24, a 44 su i dalje u procesu. Dobijeni kongresi će generisati 20.000 delegata, 66.000 noćenja i direktan prihod od 24 miliona evra za destinaciju. Kongresi koji su u procesu potencijalno će generisati 65.000 delegata, 210.000 noćenja i više od 65 miliona evra za destinaciju. Procenat uspešnosti je 85-90%.

*ONO ŠTO USPEŠNE DESTINACIJE RAZLIKUJE
OD NEUSPEŠNIH JE PITANJE PROAKTIVNOSTI I
DA LI SMO SPREMI DA KLIJENTIMA U
POTPUNOSTI, KROZ DVOSTRANU
KOMUNIKACIJU, PRILAGODIMO
PROIZVOD NAŠEG HOTELA I DESTINACIJE.*

STIŽE PRVI SHERATON

Uspostavljanjem saradnje domaće kompanije MK Group sa jednom od najpoznatijih hotelskih korporacija u svetu, Novi Sad će praktično dobiti prvi Sheraton hotel u okruženju, sa potpisom najviših standarda kvaliteta i sa ogromnim potencijalom kada je reč o razvoju kongresnog turizma.

Smešten u samom centru Novog Sada, hotel Sheraton prostiraće se na 11.000 kvadratnih metara.

Sa ukupno sedam konferencijskih sala, kapacitetom od skoro 800 mesta i mogućnošću organizacije više događaja istovremeno, ovaj hotel ima potencijal za organizaciju najvećih skupova u okruženju.

Time će, nesumnjivo, umnogome doprineti razvoju Novog Sada kao kongresne destinacije.



Najsavremenija tehnička opremljenost, lokacija i kapacitet kongresnog prostora omogućavaju organizaciju konferencija, seminara, tim bildinga i svih događaja koji će okupljati poslovnu zajednicu – ističu iz MK Group, i dodaju da su u ovom hotelu već rezervisani neki od najvećih skupova planiranih za narednu godinu.

- Saradnja sa hotelskim brendom Sheraton dodatno će učvrstiti našu poziciju na tržištu i značajan je korak ka ostvarenju naših ciljeva u pravcu prve snažne regionalne hotelske kompanije. To će nam takođe dati dodatnu snagu i otvoriti prostor za mlade i kvalitetne kadrove, motivisane da budu deo tima vodeće hotelske kompanije – izjavio je **Nikola Avram**, direktor grupacije hotela koji posluju u okviru MK sistema.

Pored luksuznog smeštaja, gostima će na poslednjem spratu biti na raspolaganju spa i wellness centar, a u okviru hotela nalaziće se i klub sobe sa posebnim benefitima za članove *loyalty* kluba Sheraton, za koje će funkcionisati i poseban *concierge* program.

Otvaranje hotela predviđeno je do kraja godine.

OD DOGAĐAJA KOJI OKUPI 1.000 MEĐUNARODNIH UČESNIKA,
DESTINACIJA PRIHODUJE OKO MILION EVRA!



Naravno, bez saradnje sa našom kongresnom industrijom, ovakvi rezultati ne bi bili mogući.

• *Kako unaprediti kongresnu industriju Srbije? Vaše prognoze za sledećih 10 godina?*

- Rezultati za nama su odlični, ali su isto tako očekivanja od narednog perioda još veća. Otvaranje novih hotela u Srbiji kreiraće nove kvalitetne kapacitete, i zajedničkim naporom verujem da ćemo doći do novih klijenata. U narednom periodu nadamo se da će se rešiti i pitanje rekonstrukcije Sava Centra, čime bismo dobili jedan potpuno nov i u ovom delu Evrope jedinstven kongresni centar. U narednom periodu očekujemo i inoviranje načina predstavljanja Srbije kao kongresne destinacije.

Biljana Bosnić Ognjenović



KONGRESNI TURIZAM

Zašto je za Srbiju bitan MICE turizam?

Nove investicije u Srbiju u poslednjih sedam godina dovele su do otvaranja novih aerodromskih terminala, konferencijskih sadržaja, hotela i puteva, što je rezultiralo značajnim poboljšanjem ponude za MICE turizam. Međutim, još uvek postoji mnogo prostora za rast i unapređenje ponude.



MICE tourism is one of the fastest growing branches of tourism in the last 20 years around the world, and in Serbia, as well. New investments in Serbia in the last 7 years led to the opening of new airport terminals, conference facilities, hotels and roads, which resulted in a significant improvement in the offer for MICE tourism. However, there is still plenty of room for growth and improvement of the offer.

Poslovni, odnosno, MICE turizam, jedna je od najbrže rastućih grana turizma u poslednjih 20 godina širom sveta, a i u Srbiji. Termin MICE turizam se odnosi na pojedince ili grupe ljudi koji putuju na određene destinacije iz profesionalnih razloga, odnosno, u poslovne svrhe, ali se ne odnosi i na radnike na privremenom radu na određenoj destinaciji. MICE je akronim od reči *Meetings, Incentives, Conferences* i *Events*, i odnosi se na sve ove podsegmente turizma. Individualna poslovna putovanja i korporativni sastanci zauzimaju najveći deo MICE turizma u Srbiji, slede konferencije i korporativni sastanci, zatim motivaciona (*incentive*) putovanja, koja podrazumevaju seminare, programe obrazovanja i treninge, i na kraju dolaze sajmovi svih vrsta. U različitim zemljama važnost i udeo ovih podsegmenta varira, u zavisnosti od razvijenosti područja i zastupljenosti određenih grana industrije.

NEOPHODNA ADEKVATNA INFRASTRUKTURA

Konferencije i kongresi bi u Beogradu, ali i u celoj Srbiji, trebalo da budu daleko važniji i veći izvor prihoda u okviru turizma. Međutim, kako bi ovi događaji mogli da se organizuju u većem

broju, neophodno je imati adekvatnu infrastrukturu, koja se najpre ogleda u prostorima za sastanke i predavanja, zatim u hotelskom smeštaju, ali u podjednakoj meri i u lakoći organizacije avionskog prevoza za dolazak na destinaciju, kvalitetu puteva kroz zemlju i ponudi dodatnih aktivnosti i sadržaja tokom boravka pojedinaca ili grupa u Srbiji. Nove investicije u Srbiju u poslednjih 7 godina dovele su do otvaranja novih aerodromskih terminala, konferencijskih sadržaja, hotela i puteva, što je rezultiralo značajnim poboljšanjem ponude za MICE turizam. Međutim, još uvek postoji mnogo prostora za rast i unapređenje ponude.

Ovaj segment turizma je posebno značajan i važan za razvijanje u zemljama kao što je Srbija, koje imaju izraženu sezonalnost turističkih poseta, zato što MICE segment, za razliku od klasičnog turizma, ima vrlo blagu sezonalnost. Iako određeni meseci poput maja, juna, septembra i oktobra globalno imaju primat za organizaciju različitih MICE aktivnosti u Evropi, ostali meseci tokom godine takođe mogu biti zanimljivi različitim privrednim granama, u zavisnosti od sezonalnosti njihovih poslovnih aktivnosti.

Najveći broj poslovnih putovanja u Srbiji traje između 1,8 i 3 dana i dešavaju se prevashodno tokom radne nedelje. Ovde takođe postoji prostor za razvoj, jer bi stvaranje motiva ovim putnicima da produže svoj boravak u zemlji imalo veliki pozitivan uticaj na profitabilnost celog sektora.

PLANSKI RAZVOJ NA DRŽAVNOM NIVOU

Iz svega navedenog jasno je da je ovo segment turizma koji se mora razvijati planski i sistemski na državnom nivou. Pojedinačno unapređenje ponude od strane hotela, prostora za organizaciju događaja, kompanija koje se bave prevozom, organizatora skupova, foruma, kongresa i slično, odlično je i značajno, ali nedovoljno samo po sebi za pravljenje nekih osetnih pomaka.

Srbija u svojoj Strategiji razvoja turizma ima jasne planove za unapređenje ponude za ovaj segment i očekuje se da do 2025. godine priliv turista i prihoda u ovom segmentu poraste za 100% u odnosu na 2016. godinu, ukoliko se predviđeni projekti realizuju.

Jelena Đaković,

osnivač i konsultant za razvoj poslovanja
Libra Consulting





CROWNE PLAZA
BELGRADE



YOUR PLACE TO STAY IN BELGRADE



FOR PEOPLE WHO ARE TRAVELLING FOR SUCCESS

ACCELERATE YOUR JOURNEY TO SUCCESS

WE HAVE COMBINED FOR YOU
BEST FACILITIES WITH GREAT SERVICE

IHG Rewards
Club

SCAN FOR VIDEO



T. + 381 11 2204 004 F. + 381 11 2204 104
E. begcp.reservations@ihg.com
A. Vladimira Popovica 10. 11070 Belgrade, Serbia
WWW.CROWNEPLAZA.COM



KONGRESNI HOTEL "GALLERIA"

OBELEŽAVA 10 GODINA POSTOJANJA I RADA

Internacionalni hotelsko-kongresni i poslovni centar "Galleria" u Subotici, obeležice deseto-godišnjicu rada i postojanja nizom aktivnosti i događaja. Ovaj poslovni kompleks deo je nemačke kompanije "Phiwa" d.o.o. i predstavlja jednu od najvećih investicija ove firme u Srbiji.

Kompanija "Phiwa" d.o.o. osnovana je u avgustu 2002. godine u Subotici. Osnovna delatnost kompanije je investiranje i izgradnja, a bavi se još i nekretninama, trgovinom, logistikom i ugostiteljskim delatnostima, te se u sklopu firme nalaze logistički centri u Subotici, Senti i Zrenjaninu. Kompaniju odlikuje korektno i pošteno poslovanje, kao i negovanje dobrih odnosa sa opštinama i klijentima, što je čini pouzdanim i omiljenim partnerom već deset godina.

Najveća investicija ove firme u Srbiji, upravo je Kongresni hotel "Galerija" sa četiri zvezdice, koji se nalazi u samom srcu Subotice. Ovaj hotelsko-kongresni i poslovni centar prostire se na površini od oko 30.000 m², sa pet spratova i dve podzemne etaže, u kojima su garaže sa mestima za parkiranje. Hotel je otvoren u junu 2007, a sa radom je počeo 31. avgusta iste godine. Od tada je bio nagrađivan nebrojeno puta, a najznačajnija priznanja su potvrda na hotelskom pretraživaču "Trivago" za najbolje ocenjeni hotel u Srbiji 2014. godine, u kategoriji do četiri zvezdice, od strane gostiju na booking sajtovima, kao i preporuka prestižnog Njujork Tajmsa, prema kojem su hotel i njegov wellness centar uvršteni u top 50 destinacija na svetu koje treba obići. Osim toga, gotovo svake godine, hotel je dobitnik nagrade od lokalne samouprave, kako za najbolju popunjenost i tako i za broj noćenja.

U svojim smeštajnim kapacitetima, "Galleria" poseduje ukupno 90 smeštajnih jedinica, od čega 78 prostranih dvokrevetnih soba i 10 apartmana, od kojih su tri deluxe apartmani, odnosno Predsednički, Kraljevski i Mladenčki. Poštujući najzahtevnije standarde hotelske industrije, hotel sadrži još dve dvokrevetne sobe za osobe sa posebnim potrebama, u kojima su potpuno prilagođeni kupatilo i ulaz u sobe, uz veći prostor oko kreveta. Ono što ga izdvaja od drugih hotela, jesu dva jedinstvena restorana "Panorama" i "Paviljon", koja su, osim po vrhunskoj kuhinji i vinima, poznata po prelepom pogledu na panoramu grada.

Hotel "Galleria" je jedini kongresni hotel u regionu, te je Subotica 2012. godine proglašena za šestu kongresnu destinaciju u Srbiji, pri čemu je hotel dobio vodeću ulogu kao idealan

izbor za održavanje poslovnih skupova. Tome doprinosi šest kongresnih sala, nazvanih po evropskim gradovima, od čega su četiri najmanje dvorane "Berlin", "Budimpešta", "London" i "Moskva", idealne za sastanke na kojima učestvuju do 40 osoba. Kongresna sala, koja nosi naziv grada u kojem je hotel smešten, površine je 130 m² i kapaciteta za 90 osoba, dok se najveća sala "Rim" prostire na površini od 540 m², te je odlična za velike kongrese, jer može da ugosti i do 400 osoba.

Ovime je "Galleria" najpogodniji hotel u regionu za takozvani MICE (Meetings, Initiatives, Conferences, Events) turizam, što potvrđuju brojne domaće, ali i strane kompanije, koje su u ovom poslovnom centru održale forume, konferencije i kongrese. Među njima su Ministarstvo finansija Republike Srbije, Farmaceutska komora Republike Srbije, Savez farmaceutskih udruženja Srbije, Institut za nuklearne nauke Vinča, NIS, Imlek, Continental, Simens, Swarovski, Galenika, ABS Holding, ProCredit banka, Erste banka, Nestle, Coca Cola, Victoria group, Audi, Bosch, Calsberg group, British American Tobacco i mnogi drugi.

Takođe, organizatori i učesnici su brojnih sajmova, poput sajmova venčanja, zdravlja i alternativne medicine, poljoprivrede, socijalne zaštite, te im je poslovanje na tržištu u Srbiji i regionu, dovelo goste sa svih strana, ali i nosio ce najvećih državnih funkcija naše i okolnih zemalja.

Osim MICE turizma, na izuzetno visokom nivou razvijen je i dentalni turizam, a sve zahvaljujući stomatološkom centru "Nordent" iz Subotice, koji u prostorijama hotela ima polikliniku sa najsavremenijom tehničkom i tehnološkom opremom, i medicinskim osobljem koje sa pacijentima razgovara na maternjem jeziku, iz kojeg god dela sveta da su došli.

Pored poslovnih, hotel "Galleria" neguje i kulturno-zabavne manifestacije, te su tako u njenoj Balsoj Sali za svečanosti, koja se prostire na impresivnih 570 m², ili prelepom Atriumu nastupali brojni estradni umetnici poput Sergeja Cetkovića, Hari Mata Harija, Vlade Georgijeva, Goce Tržan i Romane. Takođe, hotel svake godine obeležava Dan zaljubljenih, Dan žena i doček Nove godine, te je uvek omiljena destinacija za ovakav tip proslava.





★★★★ SUPERIOR
GALLERIA
CONGRESS HOTEL

phiwa d.o.o.

10

godina

★ Sa Vama ★

Povodom sportskih dešavanja u Subotici, nekoliko puta je bio domaćin i sportskim ekipama, koje su održavale formu u teretani i fitness centru hotela, a potom se veoma rado opuštale u wellness-u, koji je od nedavno i renoviran.

Desetogodišnjicu postojanja i rada, Kongresni hotel „Galleria“ je obeležio nizom aktivnosti i događaja. Kako bi simbolično obeležili ovaj veliki datum u kalendaru, na dan otvaranja, 31. avgusta, sve goste koji su noćili u hotelu očekivala su iznenađenje. 5. septembra bio je organizovan koktel za sve dobavljače, u zahvalnost na dugogodišnjem radu i poverenju.

Centralna proslava jubileja održana je 8. septembra u Balskoj dvorani za sve kupce i VIP goste, gde je bilo oko 150 zvanica.

- Proslavu je obeležio tradicionalni duh, za svečanu večeru služili su se tradicionalni specijaliteti. Za muziku i dobro raspoloženje bio je zadužen Zvonko Bogdan sa tamburaškim ansamblom Ravnica, a tokom svečane večere gosti su imali priliku da uživaju u glumačkoj izvedbi operse pevačice Alenke, i muzici benda Gabora Bunforda.

Na samom kraju, ali ne i manje važno, hotel je 10. septembra organizovao „Family day“ za svoje zaposlene i njihove porodice, tako što je jubilej proslavio brojnim aktivnostima i takmičenjem u prirodi, uz predaju nagrada najzaslužnijim.

Srbija, 24000 SUBOTICA

Matije Korvina 17.

(+381) 024/647-111 • (+381) 024/647-110

hotel@hotel-galleria.com

www.hotel-galleria.com



KONGRESNI SADRŽAJI, motor razvoja destinacije

Za arhitekta i dizajnera uvek je poseban izazov osmisliti, dizajnirati, opremiti ili rekonstruisati kongresne prostore. Još veći izazov pred struku urbanista i arhitekata se postavlja kada gradske vlasti, ili privatni sektor, prepoznaju mogućnost da izgrade i ponude infrastrukturu, tj. prostor za potrebe kongresa, sajмова, seminara.

Brojni su svetski primeri građevinskih mega-struktura, kompleksa u okviru kojih preovlađuju sadržaji kongresnog centra i hotela. Na taj način moguće je oživeti devastirane delove grada, kao što su zapuštena priobalja, napušteni industrijski kompleksi, i slično. Osim toga, investiranjem i izgradnjom ovakvih sadržaja u manjim, ekonomski nedovoljno razvijenim područjima i gradovima, može se značajno uticati na razvoj i podizanje kvaliteta sredine. Ovakva praksa datira na našim prostorima od ranije, gde se u hotelima u banjama i na planinama održavaju kongresi i forumi van osnovne turističke sezone, tako da su brojni objekti sa potrebnim prostornim sadržajima u čiju bi se obnovu ili renoviranje trebalo upustiti.

ČUVENA MULTIFUNKCIONALNA SVETSKA ZDANJA

U svetu postoji konstantna praksa ulaganja u ovu vrstu turizma i izgradnje velikih kompleksa i multifunkcionalnih zdanja. Jedno od njih je urbanistički i arhitektonski reprezentativno zdanje – **New Rome-Eur Convention Centre and Hotel**, koji se prostire na ukupno 55.000 kvm! Nalazi se u samom centru

Rima i predstavlja najveću građevinu koja je u ovom gradu izgrađena u poslednjih 50 godina. Njegova upečatljiva pojava sadrži deo sa karakterističnom arhitektonsko-oblikovnom strukturom CLOUD (oblak) unutar staklene kocke. Tehnološki inovativan, ovaj deo je napravljen u skladu sa naprednim ekološkim principima. Deo koji podseća na oblak je u stvari kongresna dvorana sa oko 1.800 mesta, dok ostatak staklene „prizme“ sadrži manje kongresne dvorane i sale za sastanke, kao i prostore za koktele za još ukupno 6.000 posetilaca. Hotelski deo ima kapacitet od 439 smeštajnih jedinica.

Sledeća, ne manje atraktivna struktura je **Malmö Live** u Švedskoj – multifunkcionalni arhitektonski kompleks, koji sarži i hotel i kongresni centar, kao i koncertne dvorane. Dizajniran je i izgrađen tako da predstavlja novi urbani reper grada. Veoma značajan i oblikovno, ekonomski i funkcionalno, nudi velike kapacitete za različita dešavanja, uz odličnu lokaciju uz samu obalu.

OSNOVNI FUNKCIONALNI PRINCIPI

Ukoliko govorimo o dizajnu samih kongresnih prostora u okviru objekata

hotela, bilo da se radi o velikim kongresnim dvoranama kapaciteta za više od 1.000 osoba ili jednostavnijim salama za sastanke sa svega desetak stolica, treba da budemo svesni da postoje osnovni funkcionalni principi koji se moraju ispoštovati. Ovi principi odnose se na nesmetanu vizuelnu i audio komunikaciju. Učesnici moraju jasno sagledavati, čuti i razumeti prezentere ili predavače. To se postiže, pre svega, pravilnom organizacijom prostora i rasporedom mesta posmatrača, poštovanjem propisa i zakona fizike, koji se odnose na prostiranje zvuka, a onda i primenom video i audio tehnologija. Pažnju treba obratiti na svetlo i dati mogućnost promene nivoa osvetljenja u skladu sa potrebama potencijalnih korisnika. U slučaju postojanja izvora prirodnog dnevnog svetla, obavezna je instalacija sistema za zamračivanje, u vidu spoljnih ili unutrašnjih *black-out* zastora. Sistemi ventilacije i klimatizacije moraju besprekorno funkcionisati, a naročito sistemi zaštite u slučaju požara.





Regardless of whether they are large congressional hotels or smaller buildings that offer additional space for meetings and seminars, these facilities significantly influence the quality of the environment, or the entire area in which they are located. With rational planning of capacities and sustainability, hotels need to offer to potential users a quality designed and pleasant space.



VEMEX PROJEKT DOO BEOGRAD

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

Đure Daničića br.4, Stari Grad, Beograd

Tel: 011 322 49 51

www.vemexproject.com



DIZAJN ENTERIJERA

Sam dizajn enterijera je takođe važan. Prostor dvorana sa fiksnim stolicama je u organizacionom smislu nepromenljiv – auditorijum nasuprot bine ili platforme. Prostor auditorijuma je nefleksibilan i ostaje isti, dok prostor bine treba osmisliti tako da se što jednostavnije može prilagoditi različitim potrebama i zahtevima. Ovakve dvorane najčešće se dizajniraju i izvode kao veoma moderne, uz upotrebu najsavremenijih materijala i tehnologija.

Kod nešto manjih, jednostavnijih sala i dvorana, koriste se pomične stolice, ili stolice i stolovi. Ovakav prostor je prilagodljiviji, često se može koristiti u druge svrhe, na primer, kao sala za venčanja ili proslave. U ovakvim ambijentima, akcent se stavlja na dizajn plafona i rasvetu, i može se dizajnirati kao moderan ili sa elementima klasike. U okviru objekta treba planirati ostavu za odlaganje da bi se, ukoliko je potrebno, sala mogla isprazniti od nameštaja.

KONFERENCIJSKE SALE U HOTELIMA

Najmanje jedinice – sale za sastanke, mogu se nalaziti u hotelima kao prateći sadržaji kongresnih centara ili samostalno, kao jedini sadržaj poslovnog tipa. Svi organizaciono-prostorni principi koji važe za veće prostore, mogu se primeniti i ovde. S obzirom na manji prostor, ovde je važno da se uređaji za video prezentaciju (video-bim platna ili monitori) postave tako da ih svi učesnici mogu sagledati. Ovakve sale opremaju se stolom za sastanke za najmanje 10 osoba. Dizajn enterijera je





najčešće moderan, od minimalističkog do luksuznog, a poseban VIP efekat može im dati pogled na gradsku panoramu ili prirodno okruženje, ukoliko se smeste na vrh objekta hotela.

Položaj konferencijskih sala ili čitavog konferencijskog dela hotela, projektuje se kao odvojen i nezavisan od smeštajnog dela. Ova funkcionalna celina bi trebalo da ima odvojen ulaz ili nezavisan i kontrolisan prilaz spolja. Međutim, treba voditi računa da se obezbedi nesmetana „suva“ komunikacija za korisnike koji su smešteni u okviru objekta. Posebno je značajno obezbediti nesmetanu dostavu hrane i pića, najčešće preko ofisa hotelske kuhinje, ostvarivanjem vertikalne ili horizontalne veze. U okviru poslovno-kongresnog dela hotela, planiranje i dizajniranje osnovnih pratećih sadržaja – 'snack pointa', lounge delova i VIP salona, jednako je važno. Kapacitet i izgled ovih prostora zavisi od kapaciteta i tipa hotela.

Na posletku, da rezimiramo: bilo da se radi o velikim kongresno-hotelskim objektima, ili manjim zgradama koje kao prateći prostor nude sale za sastanke i seminare, ovi sadržaji značajno utiču na povećanje kvaliteta sredine ili čitavog područja u kom se nalaze. Uz racionalno planiranje kapaciteta i održivosti, potencijalnim korisnicima treba ponuditi kvalitetno osmišljen i prijatan dizajniran prostor.

Ivana Banović Đorđević, d.i.a.



Idealni za „BUSINESS & PLEASURE“

Predstavljamo vam velike svetske hotele koji zahvaljujući ogromnim, raskošnim salama nude odlične uslove za održavanje kongresa, konferencija i drugih velikih događaja. Osim kongresnih kapaciteta, oni svojim poslovnim gostima pružaju mogućnost da se opuste i uživaju u vrhunskim wellness sadržajima i prelepom prirodnom okruženju, što ih stavlja u red najboljih u svetu kada je reč o kongresnim hotelima.

„ASPEN MEADOWS RESORT“, ASPEN - SAD

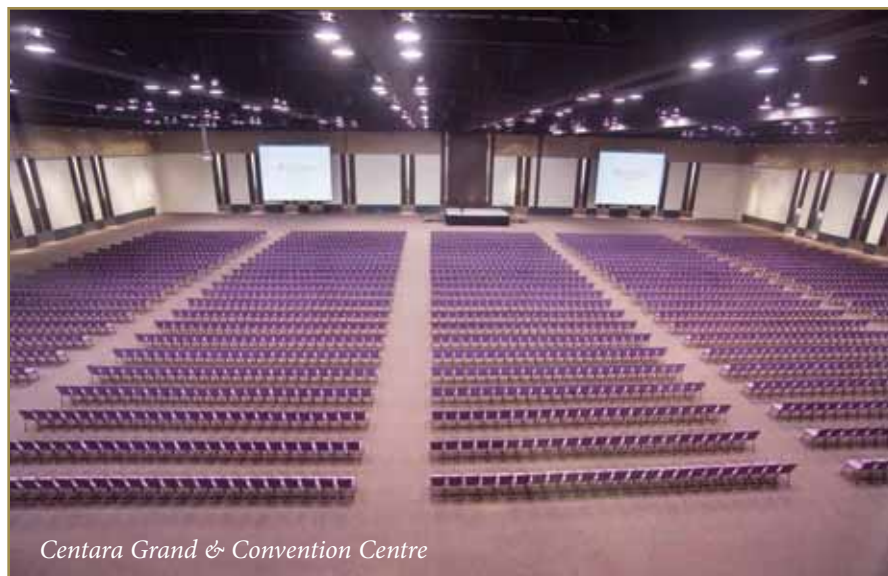
Smešten u prelepoj dolini, okružen prirodom, ovaj moderni rizort, u kome se nalazi i priznati Aspen naučni institut, građen je u stilu bauhausa sa posebnim fokusom na događaje koji će se tu održavati. Svih 98 *executive-friendly* apartmana imaju odvojeni radni deo opremljen brzim bežičnim internetom i telefonom sa više linija, kao i prozorima od poda do plafona sa pogledom na obližnju reku i planine u daljini. Pored smeštajnog dela, rizort poseduje i šest odvojenih kongresnih objekata sa 14 sala za sastanke, opremljenih najsavremenijom opremom i IT tehničarima na usluzi, a tu su i prostori za događaje na otvorenom usred očuvanog prirodnog okruženja. Za opuštanje nakon završetka poslovnih obaveza, u ponudi su fitness centar, spoljašnji bazen sa toplom vodom i spa centar. Ovo je jedna od elitnih destinacija koja privlači predsednike država, diplomate, biznis lidere iz celog sveta na razne konferencije i seminare, a na listi VIP gostiju našli su se i bivši američki predsednik Bil Klinton i Dalaj Lama.

„CENTARA GRAND & CONVENTION CENTRE“, BANKOK - TAJLAND

„Centara Grand“ hotel smešten je u „CentralWorld“ shopping i zabavnom kompleksu, u kome se nalazi i kongresni centar, gde samo jedna sala bez stubova može da primi do 7.000 ljudi. Dodatni prostor za sastanke uključuje 17 „Lotus“ apartmana i ekskluzivnu sobu sa sopstvenim golf terenom. Smešten u centru poslovnog dela grada, hotel ima širok



Aspen Meadows Resort



Centara Grand & Convention Centre



Emirates Palace Abu Dhabi



We present you hotels that with lavish halls of great capacities offer excellent conditions for conferences and other events. Apart from the congress capacities, they also provide to their guests moments of superb relaxation and enjoyment in wellness facilities and natural environments, thus earning to be among the best in the world when it comes to congress hotels.

spektar ekskluzivnih smeštajnih jedinica i na 51. spratu „World Executive Lounge“ sa privatnim salama za sastanke i dodatnom F&B uslugom. Spa centar „Cenvaree“ sadrži fitness centar sa dva spoljašnja teniska terena i bazenom na krovu, a tu je i sedam restorana i barova među kojima se ističe „Red Sky“ restoran na krovu sa pogledom na grad od 360 stepeni.

„EMIRATES PALACE ABU DHABI“ - UAE

U Ujedinjenim arapskim emiratima važi sveprihvaćeno pravilo: „veće je bolje“. Da je to tako dokazuje, između ostalog, i velelepni „Emirates Palace Abu Dhabi“ - hotel sa 300 soba i 60 apartmana. Ovaj raskošni objekat sadrži dvoranu sa 1.100 mesta nalik onima u Las Vegasu i svečanu dvoranu sa 2.400 mesta, a hotel može da obezbedi i održavanje koncerata na otvorenom za 20.000 gledalaca. Terasa, bašte, travnjaci mogu biti pretvoreni u prostore za događaje na imanju velikom 210 ari. Kada gosti nisu prikazani na internet u nekoj od 42 sale za sastanke, mogu da se opuste u dekadentnim spa tretmanima i dva spoljašnja bazena, da odmaraju u sobama ukrašenim zlatom i mermerom ili da večeraju u nekom od 11 izvrsnih restorana. Pored svega, hotel svojim gostima može da ponudi i privatnu plažu sa belim peskom i luksuznu marinu za jahte.

„HOTEL GROVE“, LONDON - VELIKA BRITANIJA

Samo pola sata vožnje udaljen od centra Londona, ovo klasično englesko imanje izgrađeno početkom 18. veka, prostire se na 300 ari i nekada je bilo dom grofova Klarendona. Danas je to jedna od najboljih lokacija za jedinstvene poslovne događaje u Engleskoj. Pored šampionskog terena za golf, raskošnog spa centra i tri restorana, hotel sadrži i 23 sale za sastanke. U palati iz 18. veka nalazi se 26 soba i apartmana i može se iznajmiti u celini kao ekskluzivna *executive* destinacija, a samo u salu zvanu „Amber“ može da stane 450 ljudi, dok postoji mogućnost da se stakleni zidovi otvore i prostor spoji sa



Hotel Grove



Sheraton Ankara Hotel

prelepom baštom. Drugi nesvakidašnji prostor za događaje je „Potting Shed“, restauriran viktorijanski staklenik idelan za večernje koktele. Gosti mogu da uživaju u ovom romantičnom, mirnom rizortu sa uređenim baštama punim raskošnih ruža i 500 godina starim drvećem masline, privatnim terasama i šumom – savšenim za odmor u miru nakon užurbanog poslovnog dana. Na imanju se nalazi i veliki broj umetničkih dela, od modernih skulptura do francuskih antikviteta, koja mu daju svojevrstu eklektičnu sofisticiranost.

„SHERATON ANKARA HOTEL“ - TURSKA

Suptilan i sofisticiran hotel „Sheraton“ u Ankari ima prigodnu poslovnu atmosferu bez klasične uštogljenosti poslovnih gradskih hotela. Njegovi moka tonovi i metalik detalji pružaju odmor za oči od poslovnih događaja i sastanaka u kongresnom centru sa 20 sala. Raskošna „Grand Ballroom“ sala ukrašena je lusterima sa ornamentima i u nju može da stane do 1.650 ljudi, dok „Tulipia Ballroom“ nudi modernije okruženje sa foajeom u kome se nalaze umetnička dela priznatog turskog slikara Mehmeta Guleriuza. U konferencijskom delu nalazi se i izložbena hala veličine 14.000 kvm za sajmove i slične manifestacije. Pored znamenitog kružnog oblika zgrade, hotelske atrakcije uključuju *health club* sa bazenom i terenom za skvoš, hotelske sobe sa pogledom na antičke spomenike i fine restorane koji nude specijalitete turske kuhinje.

Privredila

Marija Obradović

SMEŠTAJ i više od toga

Poslovni putnici se sve češće odlučuju na boravak u apartmanima sa pratećim uslugama, umesto u hotelima. Takođe, sve više njih kombinuje posao i odmor prilikom putovanja, jer žele da provedu neko vreme na novoj destinaciji. S druge strane, i hoteli se trude da se prilagode poslovnim gostima, tako što pojednostavljaju svoje programe lojalnosti ili im nude popuste za direktne rezervacije.

Usvetu u kojem je sve povezano, korporativno putovanje postaje sve značajnije ne samo za firme, već i za ugostiteljsku industriju. Ovom prilikom razmotrićemo tri aktuelna trenda u ovoj industriji.

PRIVATNI SMEŠTAJ UMEMO HOTELSKOG

Trend koji sve češće vidamo među poslovnim putnicima jeste korišćenje apartmana sa pratećim uslugama. Reč je o kompletno nameštenim apartmanima u privatnom vlasništvu, koji se mogu iznajmiti za duži ili kraći boravak i u kojima su dostupne usluge poput onih koje inače postoje u hotelima – room service, fitness centar, perionica i slično. Mnogi imaju i kompletno opremljenu kuhinju i bežični internet, ali i veš mašinu u samom apartmanu. Iako ovaj tip smeštaja nije nova pojava, svakako je u razvoju. Često se koristi za odmor u inostranstvu, ali je pitanje – zašto postaje sve popularniji i među poslovnim putnicima?

Kako poslovna putovanja mogu biti prilično veliki izdatak za firme, značajan je pritisak na

menadžere da smanje svoje troškove. Razume se, u većini slučajeva kod poslovnih putovanja prevoz predstavlja najveći trošak. Kako bi uštedeli, menadžeri koji organizuju putovanja spremni su da izdvoje manje novca za izdatak koji je drugi po veličini – smeštaj.

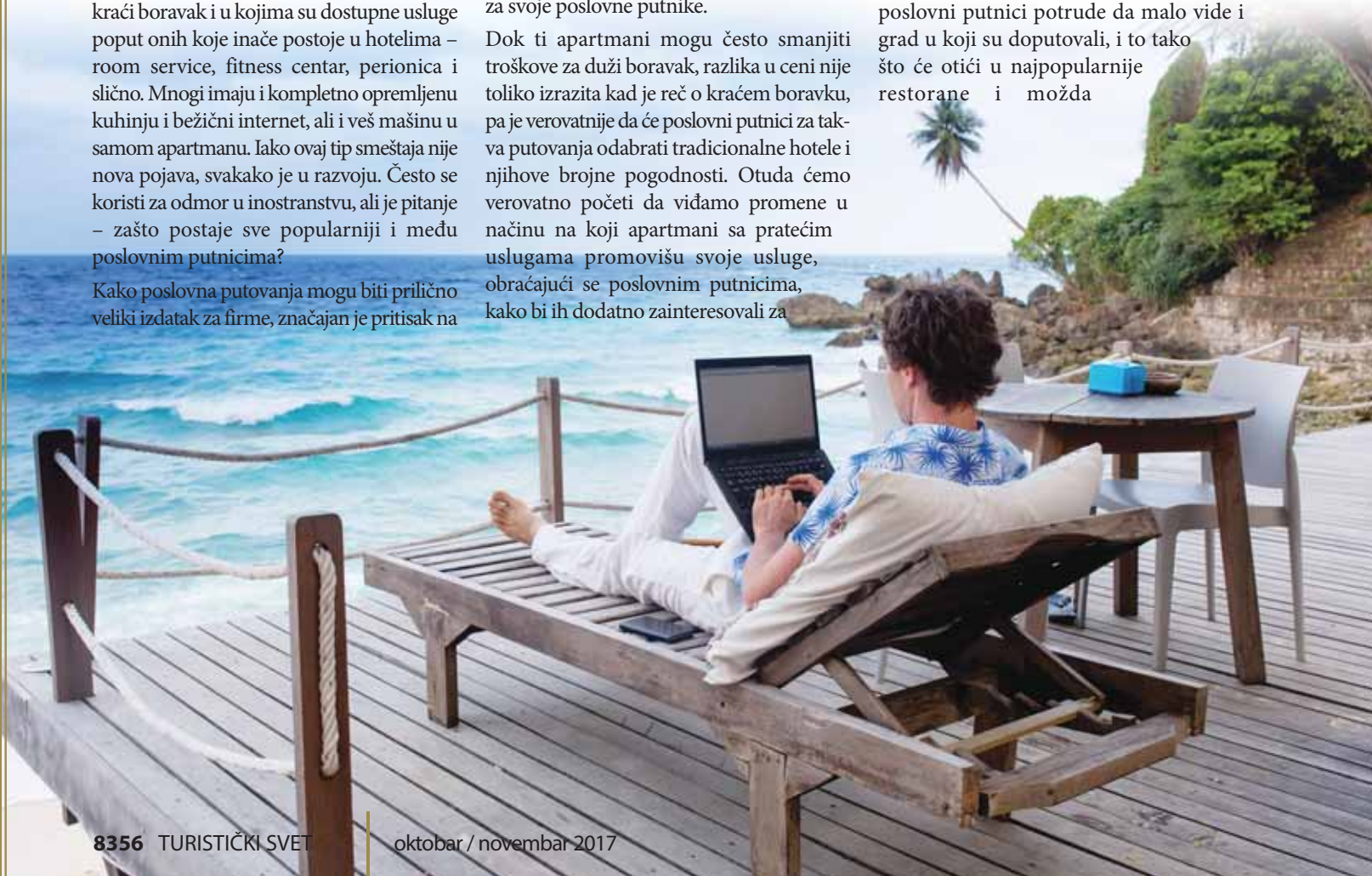
Troškovi se razlikuju od grada do grada (i od zemlje do zemlje) – na popularnim destinacijama smeštaj je uglavnom skup, pogotovo kad je reč o dužem boravku. Zbog toga mnoge firme insistiraju na apartmanima sa pratećim uslugama kao željeni vid smeštaja za svoje poslovne putnike.

Dok ti apartmani mogu često smanjiti troškove za duži boravak, razlika u ceni nije toliko izrazita kad je reč o kraćem boravku, pa je verovatnije da će poslovni putnici za takva putovanja odabrati tradicionalne hotele i njihove brojne pogodnosti. Otuda ćemo verovatno početi da vidamo promene u načinu na koji apartmani sa pratećim uslugama promovišu svoje usluge, obraćajući se poslovnim putnicima, kako bi ih dodatno zainteresovali za

ovaj specifični tip smeštaja, bez obzira na dužinu boravka.

BLEISURE

Izveštaji pokazuju da je „bleisure“ turizam (spoj poslovnog putovanja i odmora) i dalje izražen trend i popularan kod milenijalaca, iako ne raste onom brzinom kojom se očekivalo. Vrlo je moguće da to proizilazi iz činjenice da se u mnogim slučajevima „bleisure“ sada smatra normom kad je o poslovnim putovanjima reč. Iako nikada nije bilo neuobičajeno da se poslovni putnici potrudu da malo vide i grad u koji su doputovali, i to tako što će otići u najpopularnije restorane i možda





The trend that is increasingly seen among business travelers is to stay in apartments with accompanying services, instead of hotels. Also, more and more people while traveling combine work and vacation, because they want to spend more time in a new destination. On the other hand, hotels also try to adapt to business guests by simplifying their loyalty programs or offering them discounts for direct bookings.

posetiti neku od glavnih atrakcija, „bleisure“ pokret je sve to odveo korak dalje.

U izveštaju Globalne asocijacije za poslovna putovanja (*The Global Business Travel Association*), rezultati su pokazali da se 37 odsto ispitanika prošle godine odlučilo za „bleisure“ opciju. Izveštaj takođe pokazuje da je verovatnije da će mlađi poslovni putnici nadovezati odmor na svoj poslovni put, a 40 odsto milenijalaca je navelo da je to već uradilo. Nasuprot tome, samo je 23 odsto pripadnika bejbi-bum generacije reklo da je išlo na „bleisure“ putovanje. Tek nešto više od trećine učesnika navelo je da smatra da je „bleisure“ isplativ način da se ode na odmor.

PROGRAMI LOJALNOSTI

U ugostiteljskoj industriji, koja se konstantno razvija i u kojoj vlada oštra konkurencija, mnogi brendovi prave promene u svojim programima lojalnosti. Kad je reč o čestim poslovnim putovanjima, programi lojalnosti mogu da imaju veliki uticaj na donošenje odluka od strane poslovnih putnika i menadžera koji organizuju njihova putovanja.

Čini se da među poslovnim putnicima, kao i u nekim hotelima, prevlađuje osećaj da su programi lojalnosti postali komplikovani i zbunjujući, pa putnici nisu sigurni koliko poena će zaraditi i šta će na taj način zapravo dobiti. Da bi održali korak s konkurencijom, hoteli rade na tome da pojednostave ove programe i da ih prilagode korisnicima, pa u tu svrhu razvijaju i aplikacije kojima se lako pristupa.

Hoteli takođe nude popuste za direktne rezervacije, kako bi bili konkurentni sajtovima onlajn turističkih agencija, koje su sad već postale tradicionalan način za moderne rezervacije. Godinama su putnici, bilo da putuju na odmor ili poslovno, pravili rezervacije na sajtovima onlajn turističkih agencija, jer su one nudile cene sa značajnim popustima.

Ranije ove godine, glavni hotelski lanci počeli su da se takmiče sa sajtovima poput *Booking.com*, tako što mogućnost direktne rezervacije čine privlačnijom za putnike. Reklo bi se da su pogodnosti direktne rezervacije u početku namenjene članovima programa lojalnosti, za koje postoji i najveća verovatnoća da će imati koristi od toga. Izgleda da su hoteli na dobrom putu, jer se fokusiraju na procenu toga šta moderni gost zaista traži, i rade na tome da to implementiraju u svoje planove i ponude.

Izvor: CT Business Travel
www.ctbusinesstravel.co.uk
Prevod: Vesna Milojević

HOTEL zira

BEOGRAD
★★★★

www.zirahotels.com

Zira Hotel Beograd,
Adresa: Ruzveltova 35,
11000 Beograd, Srbija,
Tel: + 381 (0) 11 331 48 00,
Fax: + 381 (0) 11 331 48 01,
Email: conference@zirahotels.com



AKROPOLIS 700m²
• up to 550 people



ZIRA ROOM 500m²
• up to 500 people



BOARDROOM 70m²
• up to 30 people



SANTORINI 65m²
• up to 30 people



MYKONOS 250m²
• up to 200 people



RHODES 200m²
• up to 150 people

STATISTICS	AKROPOLIS	ZIRA ROOM TOTAL	MYKONOS	RHODES	SANTORINI	BOARD-ROOM
U-SHAPE	90	70	55	40	15	N/A
T-SHAPE	100	70	40	30	15	N/A
CLASSROOM	200	160	80	60	20	N/A
CONFERENCE	100	60	40	30	20	25
SQUARE	100	65	55	40	10	N/A
THEATRE	450	400	200	150	50	N/A
BANQUET	400	280	130	100	25	N/A
COCKTAIL	700	500	250	200	50	N/A
TOTAL	700m ²	500m ²	250m ²	200m ²	65m ²	70m ²



2016 - 2015 - 2014 - 2013
2012 - 2011
TripAdvisor
Certificate of excellence



2016 - 2015
World Luxury
Hotel Awards
(Silver)



2016 - 2015 - 2014
World travel awards
Service & Laundry
Business Hotel



2017 - 2016 - 2015
Travel guide



2015 - 2014
TripAdvisor
Travelers' Choice



2014
SEEBtm Award
Best City Hotel
with Conference Center

Kako povećati broj noćenja u hotelu?



Povećati popunjenost hotelskih kapaciteta i broj noćenja – zadak je i misija svakog hotelijera. Da bi se to ostvarilo, pored besprekorne usluge i bogate ponude u hotelu, neophodno je gostima obezbediti i zanimljiv sadržaj na samoj destinaciji.

Ukoliko se vaš hotel nalazi u Beogradu, Novom Sadu, Nišu, Vrnjačkoj Banji ili na Zlatiboru, u pomoć vam može priteći online servis „Serbian Adventures“, koji nudi najveći broj izleta po Srbiji i čije partnerske agencije organizuju različite turističke ture sa navedenih destinacija, za veće ili manje grupe. Neke od najpopularnijih su: podzemna tura, krstarenje Savom i Dunavom ili panoramsko razgledanje Beograda otvorenim autobusom; izleti na Taru, Mokru goru ili Višegrad sa Zlatibora; pešačke ture po Novom Sadu, izleti na Frušku goru ili vinske ture iz srpske Atine; obilazak Đavolje varoši ili Felix Romuliane iz Niša; posete Goču ili obližnjim manastirima iz Vrnjačke Banje...

Pre dolaska u hotel, gosti se na sajtu www.serbianadventures.com mogu unapred informisati o ovim i mnogim drugim zanimljivim izletima i odmah ih rezervirati. S druge strane, ovaj servis omogućava hotelima da ostvare zaradu od rezervacija ovih izleta, tako što će posetioci, direktno preko sajta hotela, moći da bukiraju određene izlete i ture koje hotel želi da promovise.

- Ukoliko hotelijeri žele da postanu naši *affiliate* partneri, potrebno je samo da na svoj sajt postavite baner *Serbia Adventures*, koji će direktno biti povezan sa našim sajtom specijalnim kodom, a čiji će softver pratiti odakle dolaze

rezervacije. Hotelijeri dobijaju korisničko ime i šifru kojom mogu da pristupe našem sistemu i tako provere koje su sve rezervacije došle sa njihovog sajta, na osnovu čega dobijaju određenu proviziju – objašnjava **Biljana Marčeta**, osnivač „Serbian Adventures“-a.

Kako bi efekat ove saradnje bio još veći, naša sagovornica hotelijerima preporučuje da na društvenim mrežama promovišu ove izlete, ali i da svojim gostima, prilikom potvrđivanja rezervacije hotela, proslede link sa preporučenim izletima na koje mogu otići tokom boravka u hotelu.



- Na taj način, osim što će im boravak u hotelu biti potpuniji i sadržajniji, gosti će imati i razlog da tu duže ostanu, a pritom će se kući vratiti puni pozitivnih utisaka – ističe Marčeta, podsećajući da preko sajta „Serbian Adventures“ i kompanije imaju mogućnost da šalju upute za organizaciju raznovrsnih *incentive* (motivacionih) i *team building* programa – po sopstvenoj želji.



Specijalne ponude hotela MujEn Lux Kopaonik za Vaše seminare i korporativne događaje

Vaš najbolji domaćin na Kopaoniku!

Ovog proleća nešto novo za naše poslovne partnere!

Prepustite nam sve detalje oko organizacije poslovnih događaja i neka Vaš skup ostane u ugodnom sećanju svim učesnicima. Raspoložemo sa kapacitetima za prijem 80 gostiju, polivalentnom konferencijskom salom za 100 učesnika i mogućnosti potpunog zamračenja, kompletnom AV opremom, kvalitetnom i ukusnom ishranom u hotelskom restoranu, kompletno opremljenim spa centrom i bazenom. Teambuilding aktivnosti tokom cele godine.

MujEn Lux Kopaonik – Novi kongresni centar!



MUJEN LUX
KOPAONIK
www. mujenlux.com

**Pun
pansion
od 25 €**

Informacije i rezervacije:

 info@mujenlux.com



+381 64 8697 815

MOST IZMEĐU KORPORATIVNOG I „START UP“ OKRUŽENJA

Kada je u junu ove godine proglašen najbolji inovativni centar („innovation lab“) u Nemačkoj, Lufthansa Innovation Hub je bio taj koji je osvojio ovo vredno priznanje. Biznis magazine Capital i kompanija Infront Consulting iz Hamburga poredili su 34 „inovativne laboratorije“ kako bi najboljoj dodelili nagradu „Best Innovation Lab in Germany“. LH je u ovoj trci iza sebe ostavila brojne druge vodeće kompanije u zemlji, kao što su Daimler, Porsche, Thyssen Krupp i Deutsche Bank.

Šta je cilj Lufthansinog inovativnog centra? Na zvaničnom sajtu stoji: *Let's design the happy journey of tomorrow*. A priča o tome istovremeno je i priča o značaju inovativnosti u današnjem svetu koji se neprestano menja i u jednoj tako dinamičnoj industrijskoj grani kao što je avio-industrija.

ZAJEDNIČKIM SNAGAMA DO INOVATIVNIH REŠENJA

Lufthansa Innovation Hub pronalazi i saraduje sa „start up“ kompanijama koje su u prilici da ponude kvalitetne proizvode koji se mogu primeniti ili koristiti u avio-industriji i turizmu. Zamisao je da se povežu dva sveta – korporativni (u ovom slučaju Lufthansa grupa) i preduzetnički, a cilj je da se zajedničkim snagama kreiraju inovativna rešenja koja će biti ponuđena putnicima.

Hub je zgodno lociran u centru Berlina, gradu koji mnogi smatraju prestonicom evropske „start up“ scene. U stoprocentnom je vlasništvu Lufthansa grupe.

Pre nego što je osnovan, Lufthansa se, kad je o digitalnoj strategiji reč, oslanjala na firme i pojedince van svoje grupacije.

Onda je tim od svega četvoro ljudi pokrenuo inicijativu, dobili su tri meseca i nešto novca i krenuli u potragu za odgovarajućim „start up“ kompanijama. Projekat je bio uspešan, pa je i nakon tog perioda nastavljen, da bi u januaru 2015. godine konačno bio osnovan LH Innovation Hub.

KOJE PROBLEME LUFTHANSA INNOVATION HUB REŠAVA?

Lufthansin inovativni centar želi da reši sve ono što ponekad muči gotovo svakog putnika. Vrlo često putnicima nedostaje neka informacija, na neki zahtev ne mogu u datom momentu da dobiju odgovor ili moraju dugo da čekaju u redu... Avio-industrija je, smatraju u ovom inovativnom okruženju, dugo bila fokusirana isključivo na same avione i na teme kao što su smanjenje buke i zaštita okoline. Međutim, u današnje vreme posebnu pažnju treba

posvetiti i samom putniku, odnosno tome kako se on tokom putovanja oseća.

Treba istaći da LH Innovation Hub nije orjentisan samo na pronalaženje rešenja koja će pomoći putnicima avio-kompanija koje su članice same grupacije – već putnicima u globalu. Traga se zato za univerzalnim rešenjima, onima koja će biti na raspolaganju svim putnicima širom sveta, čiji broj iz godine u godinu raste.

UNIVERZALNO ČEKIRANJE

Jedan od najzanimljivijih projekata Lufthansinog centra je sajt *AirlineCheckins.com*, koji automatski čekira putnike za sve avio-kompanije koje nude onlajn čekiranje. Ovo je posebno dragocena pomoć za putnike koji često lete i koji se onda svaki čas pitaju da li su se čekirali za naredni let, kad se „check in“ otvara ili koji je njihov broj rezervacije.

Potrebno je samo da se putnici registruju na sajtu i da na svom profilu navedu preferencije koje se tiču sedišta. Nakon toga će automatski biti čekirani za sve letove koje su bukirali koristeći svoju ličnu email adresu sa sajta *AirlineCheckins.com*. Čekiranje se obavlja u prvih nekoliko minuta po otvaranju, što uvećava šanse da putnik dobije upravo ono sedište koje mu najviše odgovara.

Putnicima automatski stiže boarding pass putem email-a ili sms-a, a mogu da koriste i brojne druge pogodnosti, kao što su programi lojalnosti, i da vide listu svih svojih prethodnih i budućih letova. U planu je širenje spektra ponuđenih usluga, pa bi uskoro trebalo da postanu dostupne i opcije kao što su rent-a-car ili rezervacija hotela. Servis je za putnike besplatan.

Vesna Milojević



When in June this year was proclaimed the best innovation center ("innovation lab") in Germany, the Lufthansa Innovation Hub was the one to win this worthy recognition. The Lufthansa Innovation Hub finds and works with "start up" companies that are able to offer quality products that can be applied or used in the airline industry and tourism. The idea is to connect two worlds - corporate (in this case Lufthansa group) and entrepreneurial, and the goal is to create innovative solutions that will be offered to travelers.



Ružica Dedijer

GM IN HOTEL, BEOGRAD

Školovala sam se u američkoj školi u Nemačkoj gde sam i živela više od 10 godina.

Nakon studija prava, iako nisam imala ni iskustvo ni obrazovanje iz turizma, verovatno je bilo suđeno da se zaljubim u posao hotelijera.

Više od 30 godina sam u hotelskoj industriji. Volim da radim sa ljudima, volim sve što ima veze sa turizmom, što je dinamično i volim Beograd, a u svom poslu uživam.



DA NISTE HOTELIJER, BILI BISTE...?

Hotelijer.

KOJU ISTORIJSKU LIČNOST BISTE VOLELI DA UGOSTITE U HOTELU?

Imala sam veliku privilegiju da učestvujem u dočecima i ispraćajima najvećih državnika i krunisanih glava koji su posećivali Beograd kao glavni grad Jugoslavije. Volela bih da se, uskoro, svi pohvalimo tom činjenicom.

OD KOGA STE DOBILI NAJVEĆU POSLOVNU LEKCIJU?

Od porodice. Izvestan broj poslovnih ljudi nesumnjivo je imao veliki doprinos i uticaj u mom profesionalnom životu. Uz vlasnike IN Hotela i dalje savladavam poslovnu lekciju na poziciji koju obavljam.

KOJA LIČNA VEŠTINA VAS IZDVAJA OD OSTALIH HOTELIJERA?

Mislim da ne mogu da adekvatno odgovorim na to pitanje. Svi smo različiti, takođe i svi u nečemu slični, a u nečemu bolji jedni od drugih. Svakako, gajim iskreno poštovanje prema svojim kolegama i mislim da je to rezultiralo razvojem hotelske industrije i turizma u Beogradu u poslednjih deset godina.

DA IMATE VIŠE VREMENA – U ŠTA BISTE GA INVESTIRALI?

U prenošenje znanja i iskustva onima koji su zainteresovani i kreću ovim profesionalnim putem.

ŠTA MISLITE DA RADITE BOLJE OD BILO KOGA DRUGOG?

Znam šta radim dobro, ali znam šta ne znam i da treba da pitam druge i da se ne mešam.

KOJI DEO VAŠEG POSLA ZAHTEVA NAJVIŠE KREATIVNOG RAZMIŠLJANJA?

Moje mišljenje je da menadžer, a pogotovo u hotelijerstvu, ne može biti uspešan ako nije kreativan, a to podrazumeva visok stepen znatiželje, i konstantno pun ideja i energije.

ŠTA JE ZA VAS NAJVEĆA MOTIVACIJA, A ŠTA NAJVEĆE VREDNOSTI?

Uvek ići napred, na duže staze realizovati ciljeve, imati stav i iza sebe ostaviti vidljiv i priznat rad. Bez privatnog života i podrške, sada već mogu sa sigurnošću da izjavim, nema ni uspeha ni karijere.

VAŠA POSLOVNA FILOZOFIJA - UKRATKO?

Znanje, profesionalnost, etika, stalno učenje i usavršavanje, samokontrola, istrajnost i pozitivna energija.

ŽIVOTNI MOTO?

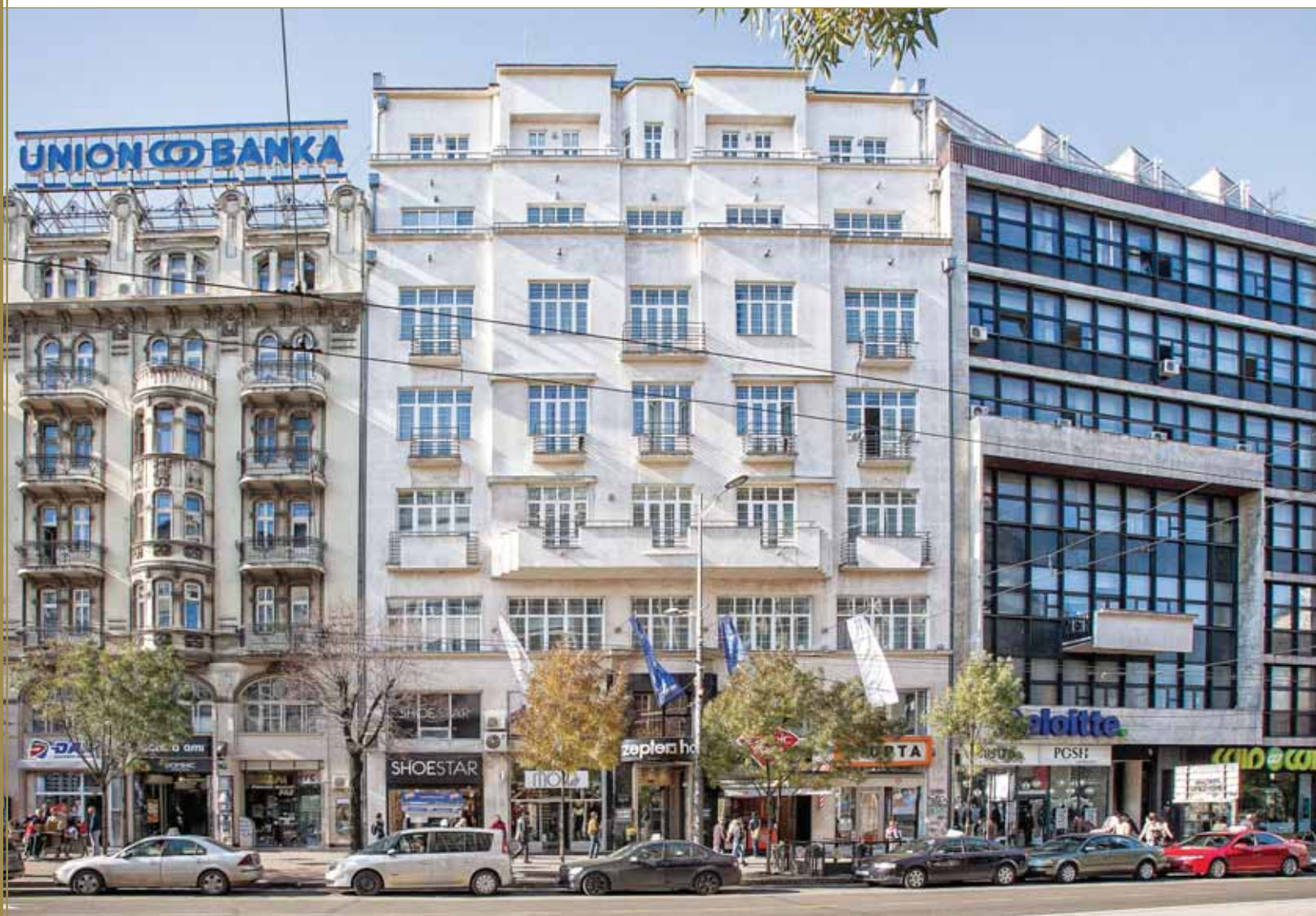
Nisam još završila započeto, ispred mene je još puno posla.

Luksuz i zdravlje pod istim krovom

Predstavljamo vam lanac Zepter hotela, koji je postavio nove hotelske standarde u Srbiji i Republici Srpskoj, bazirane na ekološkim principima, a u skladu s poslovnom filozofijom Kompanije Zepter i zalaganjem za zdrav i kvalitetan život u svim aspektima. Prostrane i moderno opremljene sobe i apartmani, zaštitni su znak ovih hotela, baš kao i Zepter proizvodi za zdrav i dug život, koji su na usluzi svim gostima Zepter hotela. U poslovnom portfoliju Kompanije nalazi se ukupno pet hotela pod brendom Zepter, lociranih u Srbiji i Republici Srpskoj, prepoznatljivih po osobenom stilu, luksuzu i brizi o zdravlju gostiju.



We present you the chain of Zepter Hotels, which has set up completely new ecological standards in Serbia and the Republic of Srpska. Spacious and modernly furnished rooms and suites are the hallmarks of these hotels, as well as Zepter products for healthy and long life, which stand at all guests disposal.





ZEPTER HOTEL, BEOGRAD

Zepter hotel u srcu Beograda, na Terazijama 10, predstavlja nešto novo na ovim prostorima, jer osim što brine o udobnosti svojih gostiju, brine i o njihovom zdravlju.

Hotel nudi zdrave alternative za osnovne ljudske potrebe: hranu, vodu i vazduh, te zato predstavlja dobar izbor za poslovne ljude ili turiste koje je Beograd privukao na duži vremenski period.

Zepter hotel raspolaže sa 32 smeštajne jedinice, od 32 do 330 kvm, od čega je 25 apartmana, 2 junior studija i 5 delux soba. Sve smeštajne jedinice su opremljene Zepter proizvodima za zdrav i dug život.

Restoran hotela SmartLife koristi tehnološke inovacije u cilju pripremanja hrane koja doprinosi očuvanju zdravlja i lepote. Sva hrana u Zepter hotelu se priprema bez ulja i suvišnih začina, na specijalan način koji nivo toksina u hrani svodi na minimum, uz očuvanje nutritivne vrednosti i bogatstva vitamina.

U hotelu je dostupna filtrirana voda, prečišćena posebnim sistemom koji ne troši električnu energiju i čuva životnu sredinu. Kako bi se smanjio nivo otrovnih supstanci u vazduhu koje su 40 – 100% prisutnije u zatvorenom prostoru, sve prostorije Zepter hotela opremljene su inova-

tivnim sistemom koji filtrira, prečišćava i obogaćuje vazduh negativnim jonima.

Na usluzi gostima je i Zepter Conference hall, terasa Joy Me i aperitiv bar pored restorana.

Na sedmom spratu hotela nalazi se SmartLife Fitnes Centar i imponantna terasa Horizont koja, pored toga što ima površinu veću od 100 kvadratnih metara, pruža i jedan od najlepših pogleda u gradu.

Garden Block Zepter hotela je pet friendly, što je veliki plus za sve goste koji rado putuju sa svojim kućnim ljubimcima.

www.hotelzepter.rs



ZEPTEK HOTELI

ZEPTEK HOTEL, VRNJAČKA BANJA

Na mestu nekadašnjeg hotela Zvezda, na centralnom delu šetališta Promenada u Vrnjačkoj Banji, danas se nalazi Zepter hotel, koji raspolaže sa 120 soba i 4 apartmana. U ponudi hotela su jednokrevetne i dvokrevetne sobe (sa francuskim ili klasičnim ležajem), studiji i apartmani. Svaka soba ima TWC, TV sa kablovskim kanalima i besplatan WiFi, a apartmani su opremljeni Zepter proizvodima za zdrav i dug život.



Hotel pruža raznovrsne sadržaje svojim gostima: dva restorana (Zepter SmartLife restoran i Kristalna dvorana), Zepresso Aperitiv bar, letnju terasu sa pogledom na Promenadu u okviru Zepter SmartLife restorana, kardio-internističku i zubnu ordinaciju. Pored samog ulaza u hotel nalazi se Zepter Garden Block, otvoreni prostor u kojem gosti mogu uživati u raznovrsnom asortimanu hrane i pića.

Od sportskih sadržaja, najatraktivniji je novi zatvoreni bazen sa termalnom vodom i čakuzijem (koji u letnjem periodu ima svoju



baštu sa aperitiv barom), kao i potpuno nova teretana i sauna. Ovaj hotel je poznat po svojim kongresnim salama – Zepter Conference Hall i Zepter Meeting Room, kapaciteta do 1.200 mesta, s mogućnošću rada u plenumu i po sekcijama u manjim salama. Preuređena Kristalna sala ZEPTEK hotela, sa 450 mesta, pogodna je za organizaciju svečanih večera i zabava. Iz Kristalne sale se pruža pogled na terasu, u okviru Zepter Smart Life restorana, sa 160-200 mesta, kao i na Promenadu i banjski park. U hotelu se poslužuje doručak na bazi švedskog stola, ručak i večera prema meniju, a hrana se priprema na zdrav način u vrhunskom Zepter posuđu. Svaki gost hotela ima obezbeđen besplatan parking prostor, kao i besplatan Wi-Fi u celom hotelu.

www.hotelzeptervrnjackabanja.rs

HOTEL ZEPTER, KOZARSKA DUBICA

Hotel Zepter**** u Kozarskoj Dubici, otvoren krajem 2010. godine, spoj je moderne arhitekture i vrhunskog dizajna, a budući da je sagrađen na samoj obali reke Une, posebnim ga čini i prirodni ambijent koji ga okružuje.

Hotel raspolaže sa 13 soba, 5 apartmana i 3 de luxe apartmana. Sve sobe su opremljene unikatnim, namenski pravljenim nameštajem i urađene po sistemu pametnih soba, a ono što ih izdvaja jeste impresivna kvadratura od čak 21 kvm. Svaka soba raspolaže moderno opremljenim kupatilom, terasom, mini barom, plazma televizorom, sopstvenom telefonskom linijom, te pristupom Wi-Fi internet mreži.

Pet apartmana veličine 45 kvm urađeno je u istom stilu, ali se razlikuju po boji nameštaja, detaljima i umetničkim predmetima. Svaki od apartmana raspolaže prostranim dnevnim boravkom sa jednim od zidova u staklu, što pruža fantastičan pogled na reku Unu ili grad, te spavaćom sobom iz koje se izlazi na terasu. Kao i sobe, svi apartmani su klimatizovani, raspolažu mini barom, TV setom, imaju sopstvenu telefonsku liniju i pristup Wi Fi internet mreži.

Tri *de luxe* apartmana, dva kvadrature 110 i jedan 300 kvm, svojim enterijerom i opremljenošću dostižu kriterijume vrhunskog hotelijerstva i mogu da zadovolje i najzahtevnije goste.

U sastavu hotela je i Klub restoran Zepter, kapaciteta 80 osoba, koji svojim ambijentom predstavlja idealno mesto za organizovanje poslovnih, ali i intimnih, porodičnih okupljanja i proslava. Italijanski restoran „Lido“ i kafe patisseriea „Bolero“ – obogaćuju ponudu hotela sastavni su deo F&B sektora.

Hotel raspolaže i konferencijskom salom kapaciteta do 50 mesta, kao i multifunkcionalnom salom kapaciteta do 200 mesta.

U sklopu hotela posluje i kompletno opremljen wellness centar, koji predstavlja pravu oazu mira i relaksacije za sve one koji sebi žele da priušte predah od svakodnevnog života i obaveza.

Gostima je obezbeđen i besplatan parking prostor sa video nadzorom, a na raspolaganju je i hotelska garaža.

www.zepterhotel.com





HOTEL PALAS, BANJALUKA

Hotel „Palas“ sagrađen je 1933. godine, u periodu procvata Banjaluke, za vreme Vrbaske banovine i bana Svetislava Tiše Milosavljevića.

Svojom patinom i udobnošću gradskog hotela, bio je i ostao jedan od najprepoznatljivijih objekata u gradu na reci Vrbas. Smešten je u najužem centru grada, blizu svih značajnijih institucija, sa pogledom na Gradski trg i park. Hotelska zgrada je zaštićen spomenik graditeljskog nasleđa prve kategorije.

Hotel raspolaže sa 70 smeštajnih jedinica – jedan luksuzni apartman, 2 poluapartmana, 18 dvokrevetnih i 49 jednokrevetnih soba, opremljenih TV prijemnicima, mini-barom, direktnim telefonskim linijama i internetom. U sklopu hotela nalazi se i letnja bašta, restoran, poslastičarnica, pizzeria, frizerski salon, noćni bar i drugi ugostiteljski i zabavni sadržaji.

Poslovnim gostima na raspolaganju su i sale za seminare, prezentacije i poslovne sastanke sa posebnom tehničkom opremom i pratećim sadržajima, kao i dve manje konferencijske sale.



Hotelski restoran sa kafanom (130 mesta), pogodan je za organizovanje raznih svečanosti i poslovnih ručkova. Hotel poseduje parking za automobile i autobuse, kao i garažu sa 20 parking mesta.

www.hotelpalasbl.com



HOTEL DRINA, BAJINA BAŠTA

Vrhunska usluga i udobnost goste očekuju u hotelu Drina, smeštenom u samom centru Bajine Bašte, uz reku Drinu (168 km od Beograda, 38 km od Užica).



Pored 45 moderno opremljenih smeštajnih jedinica i 30 novih soba urađenih po standardu za 5 zvezdica, hotel raspolaže i kongresnom dvoranom (kapaciteta 150 mesta), kompletno opremljenom za održavanje kongresa i seminara. U restoranu hotela Drina (kapaciteta 120 sedišta) mogu se organizovati sve vrste svečanosti, a na jelovniku se nalaze domaći specijaliteti.

Hotel Drina nudi odlične uslove za smeštaj i ishranu sportista tokom sportskih priprema na otvorenim terenima i u sportskoj hali koja se nalaze u blizini hotela. Za goste hotela organizuju se razni izleti po Nacionalnom parku Tara, vožnje čamcima rekom Drinom ili krstarenje jezerom Perućac.

www.taragreen.rs



VILA DRINA, PERUĆAC

Vila Drina je ušuškana u bujno zelenilo Perućca, 13km uzvodno od Bajine Bašte, u podnožju planine Tare. Smeštena je u zagrljaju dve reke – Vrela i Drine – obe udaljene od hotela svega dvadesetak metara. Na tom mestu vodopad reke Vrelo, najkraće reke u Evropi, duge 365 metara, obrušava se u Drinu. Sa ovog čarobnog mesta gosti nose nezaboravne uspomene na okrepljujući boravak i zdrav san uz huk vodopada.

Raskošna vila, građena između dva svetska rata, nedavno je potpuno obnovljena i pretvorena u moderan hotel sa 14 soba, sa najsavremenijom opremom i infrastrukturom. Vila poseduje salu sa 40 mesta, u kojoj se održavaju manji seminari i skupovi.

Restoran Vrelo, koji je pogodan za sve vrste svečanosti, u neposrednoj je blizini Vile Drina sa jednom od najlepših terasa na samom vodopadu (kapacitet 200 mesta) i raspolaže salom od 140 mesta, kao i 60 natkrivenih mesta na terasi.

www.taragreen.rs



TRADICIJA koja se NASTAVLJA

Budući da ove godine beogradski hotel „Mažestik“ slavi osamdeseti rođendan, bio je to povod da porazgovaramo s **Draganom Živkovićem**, direktorom ovog istorijskog zdanja, o tome šta je, zapravo, tajna njihovog višegodišnjeg uspeha i šta je to što današnji gost zahteva...



• *Kako biste opisali hotel „Mažestik“ danas? Šta predstavlja?*

- Isto što je predstavljao i 1937. godine – tradiciju koja se nastavlja. Hotel živi već osamdeset godina i živeće i dalje. Mi zaposleni smo prolazni, ali smo tu da održavamo njegov utemeljeni imidž i vršimo reparaciju postojećih stvari. Dužni smo da mu ne narušimo dušu, bez obzira na inovacije i predstojeće promene u hotelijerstvu.

• *U čemu je prednost ovog zdanja, a šta bi trebalo unaprediti?*

- Prednost je u tome što se nalazi u pešačkoj zoni grada, gde se nalaze i razni istorijski spomenici i mnogi drugi sadržaji. Blizu je i Beton hala, Beograd na vodi, i pešice se može stići do određenih zanimljivih mesta. Iz tih razloga mislim da je lokacija naša najveća povoljnost. A što se tiče unapređivanja, trebalo bi da se dodatno pozabavimo hotelijerskim inovacijama koje se uveliko praktikuju u svetu, odnosno, zahtevima gostiju koji su sve istančaniji. To je naš posao – da se prilagodimo tako što ćemo zadovoljiti savremene potrebe klijentele i, kao što sam

već napomenuo, da očuvamo tradiciju i dušu ovog hotela.

GOST JE UVEK U PRAVU

• *Koja je vaša poslovna filozofija?*

- Ima ih više, ali najpre voditi računa o zaposlenima u hotelu. Njihovo školovanje i napredovanje je od velikog značaja. Bitno je napraviti kvalitetan radni tim koji se snalazi u raznim predvidljivim i nepredvidljivim situacijama. Kad je taj segment stabilan, onda možemo ispoštovati zahteve gosta. Slušamo njegove kritike i menjamo se u



skladu sa tim. Ako u datom trenutku postoji određeni problem, trudimo se da ga sledeći put ne bude. To nas tera da napredujemo. Gost je uvek u pravu. Vrlo je bitno da nam se klijentela uvek vraća. To nam govori da nismo narušili autentičnost.

• *Kakve su želje današnjih gostiju?*

- Različiti gosti – različite želje. Od naših tehničkih mogućnosti zavisi da li možemo ispuniti njihove zahteve. Međutim, ispunili smo sve što je propisano kategorizacijom od četiri zvezdice. Na primer, ako smo omogućili dostupnost tri nemačka TV kanala u našim sobama, a gost traži četvrti, odmah radimo na tome da ga obezbedimo.

ZDRAVA HRANA NA MENIJU

• „Mažestik“ je od otvaranja do danas poznat i po kulinarskom umeću. Šta je to što današnji gosti najčešće naručuju?



Belgrade Hotel Majestic celebrates this year its 80th birthday. It was a reason to talk with Dragan Živković, a director of this historic hotel building, who reveals to us the secret of their many years of success and what the guests demand nowadays.

- Stranci uglavnom naručuju tradicionalna srpska jela. Zaista vole srpsku kuhinju. Obično su to ćevapi, Karadorđeva šnicla, leskovačka mučkalica, jagnjetina, biftek. U poslednje vreme radimo na tome i da ponudimo što više zdrave hrane. Već imamo jelovnik vegetarijanskih specijaliteta, kao i sladoled bez šećera i druge poslastice. Sve više ljudi praktikuje zdravu ishranu, a mi smo tu da im to obezbedimo – da li je to hrana na maslinovom ili palminom ulju, da li je polukuvano ili bareno... Sve pratimo.

• *Šta je, prema vašem mišljenju, presudno za uspeh u hotelijerstvu?*

- Cena, lokacija, usluga, kvalitet hrane, sobe, bogat sadržaj. Ako u hotelu imate i bazen i wellness centar, to je pun pogodak. To je ono što goste privlači.

NA DOBROM PUTU

• *Ako biste imali dodatnih finansijskih sredstava, u šta biste ih investirali?*

Upravo u bazen ili fitness centar, jer za to imamo prostor. Beograd je strancima sve interesantniji i bitno je da imamo mnogo sadržaja – povoda da gosti dođu u posetu. Zanimljiva dešavanja privlače veliki broj turista. Godine 1995. u Beogradu je postojalo oko tridesetak hotela, a danas ih ima oko

stotinu. Da ne pominjem i hostele i privatni smeštaj. Sve to nas gura napred. Konkurencija je velika, i tako i treba da bude, a mogu reći da mi u njoj uspešno opstajemo.

• *Kako vidite „Mažestik“ za deset godina?*

- Mislim da je na dobrom putu. Njegov položaj i kvalitet govori da će biti među prvima. Trajaće i posle nas.

• *Vaš savet mlađim kolegama?*

- Da svi prvenstveno moraju da završe školu. Da krenu postepeno s poslom, uzlaznom putanjom, a ne da odjednom budu menadžeri ili direktori, pa da ne mogu da se snađu na radnom mestu. Ja sam, na primer, počeo kao konobar, pa sam bio šef sale, pa upravnik, a sada direktor. Do pozicije menadžera treba mnogo da se radi, a mladi, po mom mišljenju, treba da prođu ceo razvojni put da bi bili uspešni i kvalitetni menadžeri. Samo tada će znati svoj deo posla – da organizuju smene, kontrolišu softver, nadgledaju ulazak i izlazak robe i magacinsko poslovanje; a znaće i šta je kuvar napravio, šta je poslastičar izbacio kao specijalitet, itd. Kad dođete do te pozicije, više niko to ne može zloupotrebiti, jer ćete znati šta je šta. Problem ćete rešiti odmah. Znaćete da donesete pravu odluku u što kraćem roku.

Dušan Veselinović

MOJA škola – moja ZVEZDA



Ona je najmlađa direktorka jedne od najstarijih ugostiteljskih škola u Srbiji, u kojoj je nekada bila učenik generacije. Toliko joj se dopalo da već 22 godine ne izlazi iz Ugostiteljsko-turističke škole, sa domom učenika, u Vrnjačkoj Banji, prvo kao učenik, potom kao nastavnik a onda kao direktor. Sa školom i svojim učenicima, ne samo što radi, ona i živi potpuno posvećena svojoj profesiji, uporna u nastojanju da stvara, razvija, unapređuje, da se u nemoguće misije hrabro otiskuje, nadmeće i – redovno pobeđuje... “Nema tu velike filozofije – kazuje **Jelena Čeperković** – oduvek sam želela da moja škola bude u svemu dobra, kvalitetna, poznata u zemlji i inostranstvu, i – priznata, a naši učenici zbog svog znanja i rada – poštovani. Ostvarenje tog sna je - moja životna misija.” A sastavni deo te misije je i predstojeća odbana doktorske teze. Što se učenika tiče - ona je već doktorirala.

Do razgovora s najmlađom direktorkom jedne od najstarijih ugostiteljskih škola u Srbiji, u kojoj je ona nekada bila učenik generacije, došlo je baš kad treba: u vreme brojnih školskih uspeha, pozitivnih promena, investicionih poduhvata, značajnih koraka u međunarodnoj saradnji... I paralelno s tim – rada na sopstvenom usavršavanju i reformi srednjeg stručnog obrazovanja. Pitamo je kako je tekao njen lični razvoj, šta se sve nalazi u njenom poslovnom portfoliju, kojom se životnom i poslovnom filozofijom rukovodila svih ovih godina punih izazova i još mnogo toga, a ona kaže:

- Kada su ugostiteljske škole u pitanju, mislim da sam zaista najmlađi direktor, a da je naša škola treća po starini u Srbiji, iza Beograda i Arandelovca. Školom rukovodim punih šest godina, motivisana velikom ljubavlju prema ovoj instituciji, u kojoj sam već 22 godine: kao učenik, potom nastavnik i poslednjih šest godina kao direktor. Završila sam master a uskoro i doktorske studije. U mom životu sve je povezano, pa je i u mom poslovnom portfoliju sve vezano za reformu srednjeg stručnog obrazovanja, pisanje udžbenika, priručnika, vodiča, nastavnih planova i programa, pravilnika, nastavnih materijala i sl. Tu su svakako i obuke, tribine, radionice, stručni skupovi i seminari koje sam držala nastavnicima, direktorima, prosvetim savetnicima i učenicima. Nema tu velike filozofije: oduvek sam želela da moja škola bude u svemu dobra, kvalitetna, poznata u zemlji i inostranstvu, i – priznata, a naši učenici zbog svog znanja i rada – poštovani. Ostvarenje tog sna je - moja životna misija.

Škola je institucija za čiji uspeh su neophodna tri elementa: škola sa učionicama i kabinetima, dom gde su smešteni učenici iz gotovo cele Srbije, gde uče kako da žive u kolektivu, i Školska radionica. Sami učenici i njihovi roditelji dali su školi nacionalni okvir, jer u školi ima učenika koji su prevalili i više od 400 km do škole. O uspehu te institucije ne govore samo ocene učenika. Njen pravi



Ministar prosvete Mladen Šarčević sa direktorkom Jelenom Čeperković u školskom restoranu povodom postavljanja kamena temeljca, oktobar 2016.



*Potpisivanje sporazuma sa školom u Ramali, maj 2017
Jelena Čeperković i ambasador Palestine (s njene desne strane)*



Princ Čarls i Jelena Čeperković



She is the youngest director of one of the oldest catering schools in Serbia, where she was once the best student of her generation. She liked it so much that for 22 years she did not come out of the Hotel and Tourism School, with the students dorm, in Vrnjačka Banja, first as a pupil, then as a teacher and then as a director. With her school and her students, she does not only work, she lives fully dedicated to her profession, persistent in the effort to create, develop, improve, to boldly go in the impossible missions, compete and win regularly ... "There is no such great philosophy - says Jelena Čepković - I have always wanted my school to be good, quality, well-known in the country and abroad, and - recognized, and our students, due to their knowledge and work, respected. The realization of this dream is - my life mission." An integral part of this mission is the forthcoming doctor thesis exam. As far as the students are concerned - she has already received her doctor diploma.

uspeh je broj koji govori koliko se njih zaposlilo, koliko je učenika plasirano na vrh rang lista fakulteta i visokih škola, kao i koliko je učenika bilo na nekom međunarodnom takmičenju i osvojilo medalju. Ja sam najsrećnija kada se pojavim u restoranu ili hotelu i doživim da me pozdravi učenik koji je završio našu školu. Ne treba zaboraviti da naši učenici odlaze na praksu u čak 55 privrednih društava!

MLADI UGOSTITELJI - PRAVI AMBASADORI SRBIJE

• *Koliko je đaka do sada uspešno završilo vašu školu? Koliko je među njima uistinu talentovanih učenika, onih koji grizu i otimaju znanje, pred kojima je zaista budućnost? Da li ih prepoznajete? Kako ih motivišete? Rekla bih da su takmičenja upravo ta mesta na kojima mogu da se pokazuju, odmeravaju, dobijaju krila da rastu dalje da bi dalje stigli.*

U vezi s tim, kao pravi ambasadori naše zemlje, bili ste poslednjih godina na gotovo svim značajnijim takmičenjima u zemlji i inostranstvu i doneli pregršt pehara i medalja. Šta je za vašu školu bilo najvažnije? Čime se kao direktor zaista ponosite?

- Neka neprecizna statistika ukazuje da je oko 7.000 učenika završilo školu koja bezmalo ulazi u osmu deceniju svog postojanja. Ima li bolje reklame za jednu školu od saznanja da njeni bivši učenici uspešno stvaraju svoje karijere i brane boje Srbije na svim kontinentima i u svim poznatim ugostiteljsko-turističkim objektima.

Možda je nepopularno reći, ali, istine radi, od 100 % upisanih učenika, diplomu stekne tek 70%. Posebna pažnja se poklanja najboljima, koji se pokažu tek u završnoj godini svog školovanja. Tada ih angažujemo da predstavljaju svoju školu i van granica zemlje. Oni u školi postaju prave zvezde, svi

ih uvažavamo i tako motivišemo i mlađe učenike da se potrudu da daju najbolje rezultate, jer i njih to isto čeka. I zaista, učenici se bore bez rezerve da se dokažu, jer znaju šta to znači i za njih i za školu. Nikada ne zaboravljamo da im pokažemo koliko su važni i da njihov trud cenimo i poštujemo. Nagradni izleti, nagrade u vidu besplatne maturalne večeri, poklona (laptop), ulaznica za bazen, kao i za neka kulturna dešavanja... samo su neki od vidova priznanja škole.

Medalja, pehar, diploma - nije uvek krajnji cilj, ni jedini razlog za ponos. Čitava pobjednička atmosfera, bodrenje, stav ljudi prema osvajačima priznanja, njihove pohvale - to nas čini dodatno ponosnim i srećnim.

NIKAD BEZ MEDALJA

• *Izlazak vaše škole i njenih đaka na takmičenja krenuo je intenzivnije sa uspostavljanjem partnerstava vaše škole sa ugostiteljskim školama u Srbiji i u okruženju. Šta vam je donela ta saradnja?*

- Gotovo punih pet godina mi smo na evropskoj sceni i takmičimo se sa svim školama, ali i sa studentima visokih škola i fakulteta, jer smo u kategoriji do 23 godine. Škola je članica Evropske asocijacije ugostiteljsko-turističkih škola i takmičenja koja organizuje ova asocijacija su izuzetno teška, a konkurencija ogromna, pošto Asocijacija broji 60 članica.

Bili smo u svim bivšim jugoslovenskim republikama, zatim u Italiji, Ukrajini, Austriji, Rusiji... Nikada se nismo vratili bez bar jednog od prvih tri mesta ili bez neke od medalja. Rad, trud, odanost i zalaganje su ključ ovako dobrih rezultata. Tokom druženja na takmičenjima došlo je i do nekih čvrsta partnerstva, poput onih sa školama iz Ramale, Sarajeva, Moskve, Pariza,

Nikšića, Podgorice, Struge. Zahvaljujući partnerskim odnosima, veći broj naših učenika može besplatno da boravi u inostranstvu i da se upozna sa poslovima iz svoje struke u drugim državama.

• *Kao mlad, agilan direktor, uključili ste svoj kolektiv u mnoge važne projekte. Šta biste istakli kao najvažnije što je doprinelo prepoznatljivosti Škole i van granica Evrope i doprinelo da je posete, ne samo mnogi ambasadori i državni zvaničnici, već nedavno i jedan pravi princ?*

Gotovo ne postoji da je neka delegacija bila u našem gradu a da nije posetila školu. Nema projekta u koji nije uključena, u projekte prekogranične saradnje, regionalni projekat Kulturkontakta iz Beča, Britanskog Saveta, projekte pod pokroviteljstvom našeg ministarstva i Ministarstva turizma, trgovine i telekomunikacije. Zahvaljujući nesebičnim zalaganjem na svim navedenim projektima - urednik sam mnogih štampanih izdanja i publikacija, član tima za studijske posete, pa sam imala prilike da se upoznam i sa princem Čarlsom i upoznam ga sa školom.

• *Kakav je rejting škole u ovom regionu? Da li se učenici lako zapošljavaju, jesu li traženi? Da li se, zahvaljujući znanju koje su stekli u vašoj školi, lako uklapaju u nove sredine? Jesu li naše škole po vašem mišljenju konkurentne evropskim? U čemu smo bolji, a na čemu, po vama, još treba raditi?*

- Zaista volim svoju školu i mogu reći da je prepoznatljiva, uvažena i cenjena od strane kolega, prijatelja i saradnika. Naši đaci su veoma traženi, čak i više nego što imamo da ponudimo. Nažalost, u Vrnjačkoj Banji ima najmanje naših svršenih učenika, jer je, pre svega, samo 17% učenika naše škole iz našeg mesta, a drugi još značajniji razlog je

materijalni. Veća zarada i primanja usmeravaju naše učenike na tržišta gde se radna snaga bolje plaća. Pritom, naše škole uopšte ne zaostaju za evropskim. Naprotiv, nastavni kadrovi i znanje, veština i stavovi su mnogo bolji, a odgovornost, snalažljivost su naša jača strana. Bolji su od nas u pogledu finansiranja obrazovnja i što imaju najsavremenije uređaje i inventar, u čemu mi značajno zaostajemo. Potpuno sam sigurna da bismo bili mnogo bolji od njih kada bismo imali budžet kakav imaju škole u Evropi. Nama, doduše, nedostaje i više poštovanja zakona i pravilnika, koji su vrlo često izuzetno dobri i daju dobra rešenja ali se ne poštuju.

• *Koliko učenika nastavlja svoje usavršavanje na višim školama i fakultetima? Imaju li prohodnost na inostranim univerzitetima? Koliko je doktora nauka završilo vašu školu?*

- Svake godine se u mojoj školi uradi anketa o namerama učenika nakon naše škole. Anketa je pokazala da oko četvrtine naših učenika odmah počinje da radi, oko 40% će studirati, a oko četvrtine će i jedno i drugo raditi. Tek samo 4% želi da radi nešto drugo. Mislim da su ovo dobri rezultati i namere naših učenika. Jedan znatan broj učenika nastavlja studije u drugim državama, najviše je onih u Sloveniji, Hrvatskoj i Austriji, ali ne tako često i Nemačka je određište za naše učenike. Našim učenicima zvanje doktora nauke ne znači mnogo kao što bi to značilo za druga zanimanja, za našu struku su mnogo značajnija mesta gde ste radili, pozicija na kojoj ste radili, da li nosite neko priznanje (tipa mišelinove zvezdice) i da se za vas zna.

INVESTICIJE U NOVU

POSLASTIČARNICU I - KADROVE

• *Pred vama je odbrana doktorske teze, ali i novi projekti. Šta mogu da očekuju vaši zaposleni, kao i đaci, ali i poslovni partneri? Šta će, posle školskog restorana, biti vaša sledeća investicija?*

- Istina, očekuje me odbrana teze kod mentora prof. dr Slobodana Čerovića, a što se tiče rada u školi, želim da uradim još mnogo toga pre nego što za dve i po godine privedem kraju svoj drugi mandat. Školska zgrada je sređena, uskoro će nas napustiti druga škola - Gimnazija sa kojom delimo ovaj prostor, jer je upravo u izgradnji nova zgrada, i Dom učenika je, koliko su mogućnosti dozvoljavale, sređen. Školski



NEMA TU VELIKE FILOZOFIJE:

ODUVEK SAM ŽELELA DA MOJA ŠKOLA BUDE U SVEMU

DOBRA, KVALITETNA, POZNATA U ZEMLJI I INOSTRANSTVU,

I – PRIZNATA, A NAŠI UČENICI

ZBOG SVOG ZNANJA I RADA – POŠTOVANI.

OSTVARENJE TOG SNA JE - MOJA ŽIVOTNA MISIJA.

restoran je dobio potpuno novi izgled i ja sam mnogo ponosna na tu investiciju koje ne bi bilo da naše ministarstvo i ministar Šarčević nisu imali sluha da uvide važnost

restorana za podizanje kvaliteta praktične nastave, ali i da uoče nedostatke same građevine. Volela bih da rukovođenje ovom institucijom završim bar započinjanjem radova na izgradnji, odnosno totalnoj rekonstrukciji Školske poslastičarnice koja ima jednu od najboljih lokacija u Vrnjačkoj Banji, a spada među pet školskih zgrada. Volela bih da ova građevina bude moderna kafeterija sa poslastičarnicom kakva nedostaje Vrnjačkoj Banji. I naravno, investiraćemo i dalje u kadrove, jer da nije njih ni svega ovog ne bi bilo.

• *Kako vidite svoju školu u budućnosti? A sebe? Koje su vaše lične ambicije?*

- Očekujem sa nestrpljenjem da u Srbiji bude određeni broj škola ovog profila sa sličnim, ako ne istim, uslovima za realizaciju svih vidova nastave. Da škola bude baza za razvoj ugostiteljstva i turizma, ali i institucija koj, pored obrazovanja kadrova, ima potencijal da doprinese kreiranju razvoja ugostiteljstva i turizma u Srbiji.

Sebe vidim kao uspešnu direktorku koja je pokazala u praksi znanje stečeno tokom školovanja, a onda to iskustva i znanje prenosi studentima turizma i ugostiteljstva. Volela bih, dakle, da moj budući posao bude na nekoj visokoj školi ili fakultetu u Srbiji.

• *Da li ste srećni? Šta vas u poslu kojim se bavite čini zadovoljnom a šta ponosnom?*

- Da, srećna sam i u privatnim i u poslovnom životom. Zadovoljna sam kad uspem da pomognem učenicima da prevaziđu neke probleme i zaposlenima da budu srećni i da sa voljom dolaze na posao. A veoma sam ponosna kada se o mojoj školi, u koju sam uložila toliko rada i ljubavi, govori kao o zvezdi u obrazovanju ugostiteljskih i turističkih kadrova u ugostiteljstvu i turizmu.

Ljiljana Rebronja



Trendi "UTOČIŠTE KOD MAME"

Porodica Trigano oduvek je smatrala da je druženje velika stvar u životu svake osobe. Na osnovu ove ideje rodio se Klub Mediterane iz koga je danas izrastao potpuno lanac hotela „Mama Shelter“, čiji koncept je kreirao Serž Trigano, u saradnji sa arhitektom Rolanom Kastrom i dizajnerom Filipom Starkom, koji je svojim dizajnom pozvao „urbane“ goste da svrate u hotel i otkriju svet autentične boemije predstavljene na nov način, u narodskoj atmosferi.



Sve je počelo davne 1950. godine kada se francuski hotelijer Žilber Trigano udružio sa Žerarom Blicom i njegovim Klubom Mediterane, iz milošte zvanim „Klub Med“ i iznedrio do tada neviđen koncept koji je zapalio svet. Do tog trenutka, gosti su u hotelima provodili isključivo noć, a ceo dan uglavnom na plaži ili u razgledanju mesta. Žilber Trigano je uveo svojevrsnu formulu: on je gostima ponudio, pre svega, sportsku zabavu. Po dolasku u hotel, gost bi dobio šarenu ogrlicu ili narukvicu koju je platio prema svojim mogućnostima i željama, s kojom se kupao, jedrio, plesao... Novac oko vrata i oko ruke. Sloboda i opuštenost. Tako je hotel postao oaza sporta, razonode i uživanja. Bio je to pravi svetski bum: ovi

klubovi rađali su se na Balearima i Tahitiju, u Švajcarskoj i Izraelu, Maroku, Obali Slonovače, na Jadranu i... preporodili su turizam i ekonomiju zemalja.

Gospodin Serž Trigano, sin osnivača, veoma se dobro seća „Kluba Med“ na ostrvu Sveti Marko. - U to vreme imali smo već nekoliko „punktova“, ali je Sveti Marko, prelepo ostrvo okruženo Jadranskim morem bio, mogu vam reći, prototip onoga što smo želeli da pružimo gostima: ukus za sportske aktivnosti i uživanje na vazduhu. Danas se to, naravno, podrazumeva - kazuje Serž Trigano.

IVER NE PADA DALEKO OD KLADE

Njegova nova zamisao je hotel "Mama Shelter" (u prevodu: Utočište kod mame) u dvadesetom kvartu Pariza. To je narodski

kvart: zanatlije, radnici, piljarnice koje su odavno nestale u centru Pariza, lokalni bistroi u kojima se još uvek zapali po neka cigareta... Slično beogradskoj Čuburi koju upravo okupiraju novodošli... Šta je Trigano želeo da poruči gostu ovog hotela?

- Ovo je narodski kvart. Ovde se porodice još uvek drže tradicionalnih nedeljnih ručkova. Mi smo i to isto ponudili gostima. Sede na klupama za velikim porodičnim drvenim stolovima. Na čelu sofe nalazi se fotelja sa ogromnim naslonom - mesto za Mamu koja „predsedava“ porodicom. U isto vreme, arhitekta Filip Stark je svojim dizajnom pozvao „urbane“ goste da svrate u hotel i otkriju svet autentične boemije predstavljene na nov način, u narodskoj atmosferi. U ovom hotelu vlada jedna vrsta demokratije novih internacionalnih putnika, onih koji ne priznaju društvenu podelu na klase, kao ni državne granice - objašnjava gospodin Trigano, dok njegova dva sina užurbano špartaju oko nas, kontrolišući svoje buduće nasleđstvo.



MOJ ENTERIJER UKAZUJE NA NOV PRAVAC U
HOTELIJERSTVU: KONVENCIONALNE IDEJE O
USLUZI I IZOBILJU SU NEVAŽNE U SVETU NOVIH
KOMUNIKACIJA. TREBA SE SAMO OSVRNUTI I
IDEJE PADAJU KAO KRUŠKE!

Serž Trigano

Koliko je trajalo osmišljavanje koncepta „Mama Shelter“?
- Još 2001. godine arhitekta Rolan Kastro, poznat po svom dizajnu Muzeja komičnih stripova u Angulemu, i ja, razmišljali smo kakav bi mogao da bude hotel koji bi se po svemu razlikovao od drugih, a opet zadovoljavao sve potrebe jednog gosta. Kako je on zagovornik prigradskog života i protivnik urbanističkog aparthejda, bilo nam je odmah jasno u kom delu Pariza treba da tragamo za prostorom. Pridružio nam se biznismen Siril Aujzerat, koji sebe smatra „filozofom“. Danas Trigano i Kastro tvrde da su pronašli nove granice putovanja: urbanizam omogućava jači turizam.

Nevelika, jednostavna fasada i skroman ulaz ničim ne ukazuju da se u zgradi koja se proteže duboko u teren, nalazi trendi mesto u Parizu. U blizini je groblja Perlašez na kome počivaju pisci Balzak, Oskar Vajld...slikar Modiljani...i, naravno, pevač Džim Morison. Hotel je podignut na mestu velike garaže, odmah pored stare železničke pruge, koja ne radi još od 1930. godine. Dužinom celog prizemlja smešten je restoran na otvorenom. Pogled gosta gubi se u neobičajenoj panorami neupotrebljenih šina, zaraslih u travu i žbunje.

STO ZA ŠEST I ČUBAKA

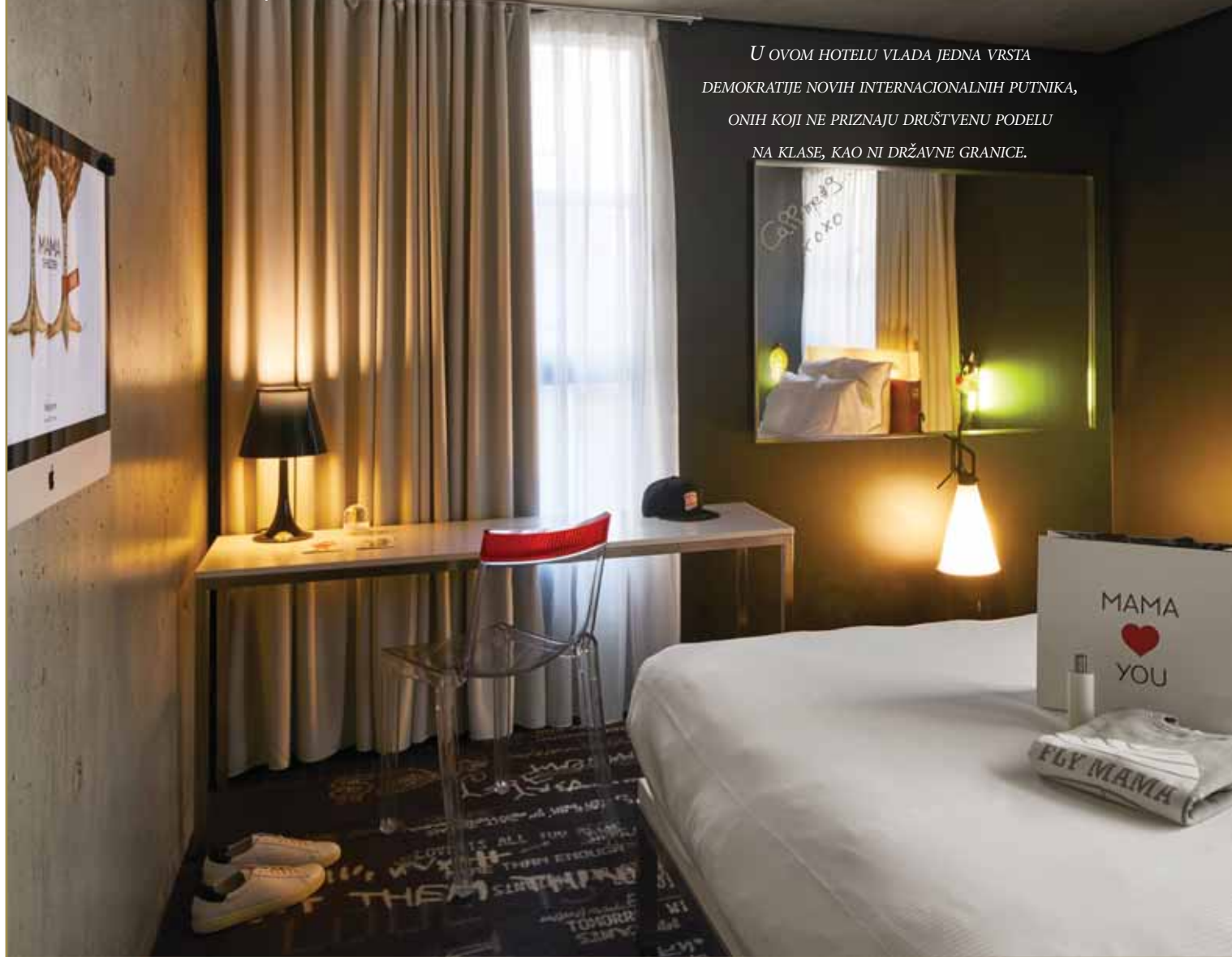
Recepcija je u sivim tonovima. Na tavanici bezbroj grafita. Tik iznad recepcije ugledala sam stihove čuvene pesme Žak

USKORO "MAMA SHELTER BELGRADE"!

U prvoj polovini 2018. "Mama Shelter" stiže i u Beograd. U sklopu šoping centra u Rajičevoj ulici već se uveliko priprema soft opening "Mama Shelter Belgrade". Hotelom će upravljati grupacija "MAMA Shelter" koja u svom portfoliju ima 677 soba, 6 restorana i 450 zaposlenih u šest gradova i tri države sveta.



SA SERŽOM TRIGANOM, AUTOROM KONCEPTA "MAMA SHELTER"



U OVOM HOTELU VLADA JEDNA VRSTA
DEMOKRATIJE NOVIH INTERNACIONALNIH PUTNIKA,
ONIH KOJI NE PRIZNAJU DRUŠTVENU PODELU
NA KLASE, KAO NI DRŽAVNE GRANICE.

Ditrona: „Pet je sati/Pariz se budi/Pet je sati/Ne mogu da spavam“. U dnu konferencijski sto sa dva kompjutera. Pored njega fotelje koje izgledaju kao da ih je neki drvodelja iz gvozdene doba izdeljao svojom sekirom - dizajn Filipa Starka.

Razgovarati sa ovim dizajnerom je skoro nemoguće. Ali, upornost se isplati, pa makar uspela da dobijem samo nekoliko rečenica: "Moj enterijer ukazuje na nov pravac u hotelijerstvu: konvencionalne ideje o usluzi i izobilju su nevažne u svetu novih komunikacija. Treba se samo osvrnuti i ideje padaju kao kruške!"

Kruške ili ne, mislim da je hotel „Mama Shelter“ toliko popularan zahvaljujući kreativnim idejama Triganou i „ludom“ dizajnu Starka.

U ogromnom prostoru sa sadržajem za doručak, ručak, internetskim kutkom, kuhinjom, barom... razbacane su obične školske klupe na kojima su decenijama sedeli đaci iz cele Evrope. Stolice su, naravno, male. U zbrci raznih oblika vide se i udobne, potpuno jednostavne, čak neinteresantne fotelje; između njih metalne, ovog puta nov dizajn, takođe - male! A onda - stolovi za šest.

- Nekada su porodice sedele za stolom sa četiri mesta - objašnjava gospodin Trigano. - Bile su odvojene od drugih istih porodica. Uveo sam stolove sa šest mesta (kasnije i osam mesta), jer su tu mogli da sede i „stranci“ i tako bi započeo razgovor, druženje. Druženje je naš moto.

Hrana je jednostavna ali ipak, kreirao je poznati kuvar Gi Savoia. Među stolovima, stolicama, foteljama u lobiju nalazi se sto za fudbal za 8 igrača, Starkov hobi napravljen specijalno za goste.

Stakleni zid, okrenut ka terasi i zaboravljenoj železničkoj pruzi, dug 55 metara, nosi zavesu na kojoj je štampano nekoliko stotina lica žena, muškaraca, dece, lokalaca iz okolnog kvarta. U zajedničkom prostoru poredane su staklene vitrine u kojima se nalaze obroci koje gosti mogu da „posećuju“ 24/24 sata i izabran obrok ponesu u svoje sobe. Za klinge iste vitrine ali pune slatkiša. Lampe su okačene u ptičjim kavezima.

„MISLITE!“ - DOVIKUJE STARK

Svi podovi na spratovima obloženi su sivim materijalom. Ispred vrata soba opet



The Trigano family has always considered socializing a great thing in every person's life. Based on this idea, the Club Med was born, from which today the whole chain of "Mama Shelter" hotels was created, whose concept was created by Serge Trigano, in cooperation with the architect Rolan Castro and designer Philip Stark, who with his design invited the "urban" guests to come in the hotel and discover the world of authentic Bohemia presented in a new way, in a national atmosphere.



ARHITEKTA FILIP STARK JE SVOJIM DIZAJNOM POZVAO „URBANE“ GOSTE DA SVRATE U HOTEL I OTKRIJU SVET AUTENTIČNE BOEMIJE PREDSTAVLJENE NA NOV NAČIN, U NARODSKOJ ATMOSFERI.

štampane poruke. Ispred jedne piše: *All you need is love!* Na svakom podestu, preko puta liftova, nalazi se ogromno četvrtasto ogledalo, ovlaš naslonjeno na zid. Na nje se svaki dan upisuje dnevni meni, a dodaje se i poziv na eventualni događaj u hotelu kao što je gostovanje važnog didžeja ili nastup neke nove moderne muzičke grupe. Osoblje upotrebljava *chinagraph* olovke da napiše poruke i na ogledalima u dva lifta, na francuskom i engleskom, u kojima nas podseća da samo ljudi i delfini uživaju u seksu...

Hotel ima 172 sobe. Male, jednostavne, sive boje, nose nazive: Mama Lux, mama Deluxe, mama Terasa, mama Apartman. NEMA sobne usluge.

Ali u njima ima sve, uključujući i tišinu, super udoban krevet, besprekornu elektroniku, iMac sa ekranom od 24 inča. Tamni zidovi, siva tavanica-čovjek bi pomislio da je u podrumskoj prostoriji. Ali, Stark je upravo želeo ovakav efekat i zato nije postavio osvetljenje iznad glave gosta. Lampe na noćnim stočićima su fluorescentne cevi prekrivene maskama Čubake iz filma „Ratovi zvezda“. Umesto ormana, otvorene police (mada mi se čini da nisu dovoljno duboke da se smesti kofer!). Zauzvrat, kupatila su bela i svetla. Obložena su belim pločicama sa izrazitim crnim fugama, čak su i vrata u istom tonu tako da gost ponekad ne može da ih nađe, odnosno da prepozna gde je ulaz u toalet - mala dizajnerska šala. „Mislite!“ - dovikuje Stark.

Osoblje, koje maestralno vodi čuveni recepcionar Žan-Klod Elger, koji je 35 godina radio u hotelu „Žorž V“ (danas Four Seasons), nosi farmerke, bele košulje i preko njih specijalnim velikim šnalama zategnute crne, reklo bi se, kecelje.

Znalci se slažu da hotel pripada tipu butik-hotela sa svojim doteranim, diskretnim oblicima, što ukazuje na nov tip-LOFT hotel. Pored „Mama Shelter“ u Parizu, porodica Trigano otvorila je nove „Mame“ u Lionu, Marseju, Bordou, Los Anđelesu, Istanbulu, Rijuu a uskoro se najnovija „Mama“ očekuje u Pragu.

Jelena Kaličanin
Fototeka: „Mama Shelter“

PARAĆINSKI HOTELSKI FENIKS



Kada je pre čitavih 14 godina hotel Petrus, u centru Paraćina, do tada u društvenom vlasništvu, konačno dobio gazdu, bio je gotovo potpuna ruina. Novi vlasnici su tri godine čistili hotel, izbacivali đubre, po ko zna koliko puta radili deratizaciju, jer je hotel vrveo od buba i pacova, da bi konačno došli do nule i krenuli da podižu hotel bukvalno „iz pepela“.

Danas je ovaj hotel objekat kojim Paraćin može da se ponosi, ne samo zato što izgleda kao „beli labud“ u odnosu na nekadašnje „ružno pače“, već zato što, dok sa svojih 7 spratova dominira centrom grada, nadvijen nad Crnicu, ne prestaje da podseća da je smisao života u borbi a ne u odustajanju i da se uspeh ne meri kantarom, već trajanjem.

Paraćinski hotel „Petrus“, jedan od arhitektonski najzanimljivijih hotela u nekadašnjoj Jugoslaviji, izgrađen 1981. godine, pre 14 godina prešao je u vlasništvo porodice Radivojević, zajedno sa još nekoliko objekata koji su pripadali društvenom preduzeću „Grza“. „Petrus“ je, nažalost, bio do te mere devastiran da je bilo potrebno tri godine da se od ruine dovede do nivoa sa kog je bilo moguće krenuti sa podizanjem hotela gotovo „iz pepela“.

- Kao da je bilo juče – kaže **Andrija Radivojević**, koji već 11 godina, u ime porodice, vodi hotel „Petrus“. – Nije bilo lako, jer se neprekidno ulagalo u hotel u kojem je stalno iskrsavalo ponešto novo što bi valjalo popravljati, menjati, znavljati, renovirati... Taman se zapuši jedna rupa, otvara se druga, veća i ... nikad kraja. Pritom, hotelska industrija je živi organizam koji se menja, pulsira, kao i tržište, menjaju se i potrebe i preferencije klijenata...

Da se upornost, ipak, isplati, naročito kada se ima vizija cilja koji se želi dostići, hotel „Petrus“ je odličan primer. Jer, upravo zahvaljujući upornosti, istrajnosti i viziji vlasnika, hotel „Petrus“ danas izgleda sjajno i spolja i iznutra, prosto blista,



VAŠ PRIJATELJ U PARAĆINU HOTEL "PETRUS"

posebno sala za venčanja sa prelepom terasom na kojoj dominira baldahin pod kojim se mladenci venčavaju.

OD MINIMALNE INVESTICIJE DO 50% ZAUZEĆA

- Krenuli smo od nule. Imali smo bukvalno samo zidove. Sa nekom minimalnom inicijalnom investicijom uspeali smo da „Petrus“ dovedemo u neko normalno stanje. Posle toga, hotel je počeo sam sebe da izdržava, a mi smo nastavili da iz zarade investiramo u dalje unapređenje. Sve što je urađeno u poslednje vreme, isfinansirano je na taj način. Za 11 godina investirano je sigurno više od 700 hiljada evra. Konačno, stigli smo do tačke kada hotel može sam sebe da finansira. Ali, trebalo je to izdržati – kaže direktor Radivojević, mlad čovek, talentovan za biznis, koji je stekao zvanje marketing menadžera na IFAM fakultetu u Parizu, a master u Budimpešti.

Tajne formule uspeha nema, ona je u ovom slučaju transparentna: u porodičnoj firmi kakva je njihova, svi složno rade i svako ima svoj deo obaveza. Andrejeva majka Jasmina Zdravković, koja je čitav biznis i postavila na noge, danas vodi najlepší deo posla – organizaciju venčanja, a supruga Sanja se pokazala najuspešnijom u marketingu i prodaji.

- Njoj je pridodato i hotelsko domaćinstvo, jer ume s ljudima, a pritom je staložena, što je kvalitet koji ja nemam – iskreno priznaje Andrija. - Sanja sada čuva bebu, ali je posao dobro organizovala i sve samo funkcioniše. Moj posao je da sve objedinim.

Da ovaj složni porodični tim postiže i dobre rezultate, najbolje govori podatak da hotel „Petrus“, sa 52 sobe, beleži stalan rast broja noćenja, kao i popunjenosti. Kako saznajemo, prošla godina je bila najbolja do sada, sa nekih 43-44% popunjenosti na godišnjem nivou, što je za hotel van urbanih poslovnih centara i turističkih destinacija - veoma dobar rezultat. Ove godine očekuju dodatni rast od 5%, što bi značilo približavanje cifri od 50% popunjenosti! Imajući u vidu da je u Beogradu popunjenost oko 40%, ovo je više nego dobar rezultat.

OPŠTINA BEZ SLUHA ZA TURIZAM

Na pitanje ko su njihovi najčešći gosti, Andrija odgovara da su to uglavnom ljudi u tranzitu, a preko leta - agencije koje vode putnike u Grčku.

- Čak 80% gostiju zadržava se samo jednu noć u hotelu – dodaje i nastavlja: - Paraćin nije ni turističko mesto, ni poslovni centar, mada ima potencijala za razvoj turizma. Nažalost, lokalna samouprava ni posle toliko godina ne vidi turizam kao privrednu granu koju bi trebalo razvijati, kao što to čini Jagodina.

Dok paraćinski opštinari shvate gde je novac, prođe voz! Za to vreme, hotelijeri sami biju svoju bitku za goste koji podižu krvnu sliku i opštinskom budžetu.

- Pošto imamo uslove za to, pokušavamo da razvijemo sportski turizam. Napravili smo dobre kontakte i već ima rezultata. I ove i prethodne dve godine imamo sportiste iz Rumunije na pripremama, na primer. Očigledno je da su zadovoljni i da se zato se vraćaju. Na izvestan način ušli smo i u medicinski turizam, jer već 10 godina imamo goste koji svaka tri meseca dolaze u jednu privatnu kliniku za cerebralnu paralizu u Čupriji



DOBRO DOŠLI!



Hotel "Petrus"

Paraćin, Nikole Pašića bb

Tel: +381 35 572 000

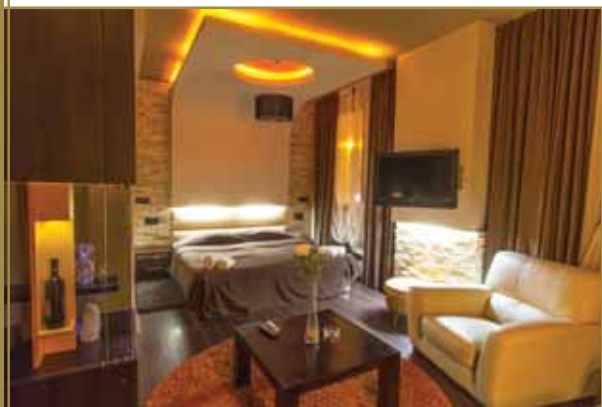
www.petrus.rs

Follow us on Facebook

www.facebook.com/hotel.petrus



HOTEL „PETRUS“: 14 GODINA KASNIJE



When 14 years ago, the hotel Petrus, in the center of Paraćin, until then owned by the government, finally got a new owner, it was almost a complete ruin. The new owners cleaned the hotel for three years, throwing out trash, who knows how many times they did deratization, because the hotel was full of bugs and rats, to finally get to the ground and start to take the hotel literally "from the ashes".

Today this hotel is a facility that Paraćin can be proud of, not only because it looks like a "white swan" compared to the former "ugly duck", but because, having 7th floors dominating the city center and being above Crnica, it does not stop to remind that the purpose of life is to fight, not to give up, and that success is not measured by the scale, but by the duration.



USKORO I ETNO SELO

Na autoputu između Čuprije i Paraćina, iz pravca Beograda, iza restorana Tito, već nekoliko godina porodica Radivojević gradi etno selo. Na površini od 3 ha nalaziće se dva jezera, dva restorana, 10-tak bungalova sa 46 soba, a u okviru tog kompleksa biće i crkva, nekoliko kućica muzeja - stara kovačnica, stara kuća za tkanje, originalni vinski podrum iz Rajca, a najveća će biti staklarska radnja, sa velikim prozorima, u kojoj će majstori duvati staklo i praviti suvenire, a posetioce će moći da posmatraju proces proizvodnje. Većina kućica je restaurirana, korišćena je stara cigla, kamen, drvene grede, crep da bi izgledale autentično.

Urađeno je gotovo 90% i očekuje se da će ovo etno selo biti otvoreno za posetioce na proleće sledeće godine.

na hirurške intervencije, a kod nas odsedaju.

Iako je tačno preko puta hotela „Petrus“ izgrađen novi, moderan hotel „Orbis“ sa četiri zvezdice, niko nikome ne smeta, jer su im tržišta i ciljne grupe različiti. Hotel „Petrus“ se prirodno okrenuo masovnom turizmu, a Orbis platežnijoj klijenteli.

- Treba biti realan i znati svoje mesto na tržištu - komentariše Radivojević. - I da imamo 5 zvezdica, ne možemo da naplatimo sobu više nego što to tržište diktira. Mislim da smo našli zlatnu sredinu između kvaliteta usluge i cena. Prosečna cena noćenja s doručkom u dvokrevetnoj sobi je 30 do 35 evra. To nije ni visoka, a ni niska cena. Ocena 9.0 na *booking.com*-u i mnoštvo dobrih komentara - dobar su znak da su naše procene realne.

NEPRIKOSNOVENI LIDERI U BANKETSKOM POSLOVANJU

Dok je, kad su turisti u pitanju, sreća promenljiva, u banketском poslovanju - su neprikosnoveni lideri! Oni diktiraju trendove i postavljaju standarde drugim objektima. Dostigli su određeni nivo i što se tiče broja gostiju i dešavanja. Ono što ne mogu da povećaju je broj vikenda u godini - šali se Andrija i na pitanje šta je to što ih čini liderima, odgovara:

- Ono po čemu se razlikujemo od svih drugih je, pre svega, sjajan ambijent, dekoracija u trendu, ponuda hrane i pića i kvalitet usluge koju pruža dobro uigrani tim konobara. S druge strane, prošle godine smo renovirali salu i terasu na kojoj se kad vreme to dozvoljava -

održavaju venčanja. Ono čime se posebno ponosimo, jer smo napravili pametan potez, je klimatizacija i ventilacija koja je urađena za 50% više gostiju nego što je realno kapacitet sale. Ako je napolju 40 stepeni, unutra mora da bude 24, i ne sme da se oseća miris iz kuhinje. Ova sala je odlična i za organizaciju konferencija za 100 do 120 učesnika u bioskopskoj postavci. Imamo projektore, rasvetu, ozvučenje, a internet se u hotelu može koristiti bez ograničenja. Pritom, pošto smo u centru grada, treba naglasiti da imamo sopstveni parking za goste hotela. I da je možda najlepší deo hotelskog zdanja - terasa iznad reke Crnice koja je tokom leta u Paraćinu epicentar društvenog života. Iskreno, ponosim se našim hotelom!

I eto, šta je život! Da se nije desila privatizacija, da porodica Radivojević nije kupila hotel Petrus pre 14 godina, da se nije uhvatila ukoštac sa tadašnjom ruinom i godinama uporno investirala u podizanje hotela gotovo „iz pepela“, da nije bilo vizije kako će jednog dana sve izgledati... - gde bi se danas mladi venčavali, gde bi se družili, pili kafu, zakazivali sastanke..? Zato je opravdan ponos Andrije Radivojevića svojom porodicom i njihovim podvigom. Hotel Petrus definitivno jeste primer dobre privatizacije. I što je najbolje: hotel je sam sebe izgradio do nivoa na kome je sada. Zato će, hteli to neki ili ne, ostati tu da podseća da je smisao života u borbi a ne u odustajanju i da se uspeh ne meri kantarom, već trajanjem.

Ljiljana Rebronja

U zimsku sezonu
ulazimo
veći i bolji!



THE LANDMARK OF BELGRADE



Hotel Square Nine je prvi beogradski luksuzni hotel svetske klase, koji odražava međunarodni stil života i lokalno gostoprimstvo u kombinaciji sa prefinjenim dizajnom i elegantnom, modernom atmosferom.

Ovaj hotel jedinstvenog enterijera, opremljen originalnim primercima nameštaja iz sredine prošlog veka, smešten je u veoma atraktivnoj centralnoj - istorijskoj četvrti grada. Gostima nudi besprekornu uslugu i obilje detalja kojima se posvećuje velika pažnja ne samo u svakoj od 45 soba i apartmana, već i u jedinstvenom *Sisley spa centru*, restoranu moderne, evropske kuhinje - *The Square* i japanskom restoranu na krovu hotela - *Ebisu*.

Zamišljen kao začetak beogradske rensanse XXI veka, hotel Square Nine gradu donosi notu ekstravagantnog stila, ali i prijatne udobnosti. Zato je, za samo šest godina od otvaranja, ovaj hotel sa pet zvezdica postao - jedinstveno obeležje Beograda!



Studentski Trg 9 • 11000 Belgrade • Serbia

+381 11 33 33 517 • reservations@squarenine.rs • www.squarenine.rs

Kako ostvariti svoje želje?

Ako bi uslov da dobijete ono što želite bio da otpustite ljutnju, bes, tugu, ogorčenost, zameranje, zavist, ljubomoru, ozlojeđenost, poređenje sa drugima, takmičenje... – da li biste bili spremni da učinite to?

Ljudska bića ispoljavaju povremeno jednu veoma neobičnu karakteristiku. Nije to jedina neobičnost kod nas ljudi, ali je ova posebna po tome što je potpuno nelogična i neracionalna. Žele jedno, a ponašaju se na način koji ih vodi u suprotnom smeru. Kao kada bi neko iz Beograda pozeleo da stigne u Niš, seo u auto i krenuo prema Novom Sadu. I što je auto moćniji i osoba bolji vozač, pre će stići na mesto na koje nije želela da stigne. Videće onako usput, možda, i znake koji govore da je to put koji vodi u Novi Sad, a ne u Niš, ali badava. Ego ili stid mu neće dozvoliti da zastane, promeni pravac, jer bi to značilo priznanje da je ranije negde nešto pogrešio! Koliko su smešna ubeđenja nekih ljudi da nikada, nigde i ništa nisu pogrešili, kao što ni sada ni u čemu ne greše i nikada, nigde i ništa u budućnosti neće pogrešiti. Da li vam ovo zvuči poznato? Gde smo zaboravili da je ljudski grešiti, kao što je poželjno grešku što pre ispraviti i izviniti se nekome, ako smo ga našom greškom uznemirili ili povredili. Greške su često sastavni deo puta ka realizaciji želja.

OD ŽELJE DO REALIZACIJE

Želje su misli pomešane sa emocijama. Deo su našeg unutrašnjeg sveta. Možemo ih zadržati unutar nas kroz maštu i vizualizaciju ili ih možemo realizovati, tj. učiniti da



postanu deo naše realnosti. Za prvu varijantu možete čitav dan ostati u krevetu, fotelji ili gde god. Zavalite se i sanjarite: da ste to što niste, da imate to što nemate, da ste tamo gde niste. Za realizaciju je potrebno da se krećete i to u smeru koji vodi tome da vaša želja postane vaša realnost. Primera radi, vaša želja je da imate posao u kome biste uživali dok ga radite i dobro zarađivali. To što zamišljate sebe na

SAN POSTAJE REALNOST ONDA KAD VAM JE NAČIN ŽIVOTA DRUGAČIJI OD ONOGA KOJI STE IMALI U TRENUTKU SANJANJA.

takvom poslu i govorite drugima o tome je poželjan, ali nikako neophodan, niti dovoljan uslov. Nemojte da vas zavaraju pričama o sanjarima i vizionarima. *San je postao realnost onih koji su svoju želju pretvorili u svoje ponašanje.* U način života koji je drugačiji od onoga koji su imali u trenutku sanjanja.

Ja ne znam šta je potrebno da vi počnete, ili prestanete da radite, da biste dobili ono što želite. Ali znam da je prvi korak da istražite, otvorenog uma, mapu puta do tamo. Kako se do tamo stiže? Nemojte sebe plašiti mislju da morate vi prokrciti taj put. U istoriji je zaista mali broj ljudi koji su prvi put u celom svetu napravili nešto. Put već postoji, a mnogi putevi su već utabani i široki od broja ljudi koji su ga prošli. Neko, možda čak iz vašeg najbližeg okruženja, već živi ono što vi želite. Možda je spreman da podeli sa vama svoje iskustvo, možda i da vam pomogne. Ako ne on, onda neko drugi. Ili istražite kako su došli dotle. Šta su mislili o tome, kako su se osećali kad su kretali i tokom realizacije, šta su tačno radili?

BUĐENJE IZ SNA

Sledeći korak je da vi u svoju svakodnevnu životnu rutinu (koja je tako divno predvidljivo „bezbedna“) nešto ubacite, a nešto izbacite. Slavni i veliki Gete je rekao: „*Da bi ostvario svoje snove moraš se prvo probuditi.*“ Da bi živeo svoj san moraš postati budan, tj. realan. Šta već imaš, a šta ti je još potrebno? Možda ti je potrebno na naučiš neku novu veštinu, da pročitaš neku knjigu, da postaneš fizički spremniji, da manje ili više pričaš, da manje ili više spavaš, da prestaneš da pušiš, da prestaneš da piješ alkohol ili koristiš droge, da se izviniš nekome, da se pomiriš sa nekim, da prestaneš da se viđaš ili živiš sa nekim, da upoznaš nekoga, da upišeš neku školu, kurs ili fakultet iako imaš 50 godina, da promeniš način ishrane, da pronadeš novi posao ili zavoliš postojeći, da postaneš ljubazan, da prestaneš da se svađaš... spisak



GREŠKE SU ČESTO SASTAVNI DEO
PUTA KA REALIZACIJI ŽELJA.



Desires are thoughts mixed with emotions. We can keep them inside us through imagination and visualization, or we can realize them. You will achieve your desires by changing your habits and behavior and doing everything that is necessary and morally, whether it is easy or difficult. You will build yourself during this process so your desire will naturally fit like a perfect suit. You will live your desire and enjoy in it.

je neiscrpan. Doduše, primećujem jednu, u najmanju ruku čudnu taktiku, koja poslednjih decenija uzima maha. Neki ljudi su počeli da prodaju potvrde (neke se čak nazivaju diplomama) koje potvrđuju da je neko osposobljen da radi nešto, iako nije. Ono što je još neobičnije, značajan broj ljudi kupuje te potvrde, a najneobičnije je što kupac poveruje da kupovinom potvrde postaje vešt u onome što na potvrdi piše. I to ga vraća u san. *Živeti svoj san i dobro se osećati u nje-mu zahteva kompetencije, a ne potvrde.* U

suprotnom, realizovan san postaće noćna mora.

ŠTA STE SVE SPREMNI DA URADITE?

Ako bi uslov da dobijete ono što želite bio da otpustite ljutnju, bes, tugu, ogorčenost, zameranje, zavist, ljubomoru, ozlojeđenost, poređenje sa drugima, takmičenje... – da li biste bili spremni da učinite to? Prvo pitanje je, u stvari, da li biste hteli? Ako biste hteli, zaista hteli, onda je drugi korak kako da to uradite. Kad znate zašto, lako je kako. Mislim, nije uvek lako, ali kad znate zašto, onda vam to

zašto daje motivaciju i energiju da uradite sve što je potrebno. Neki će reći: da, ali... lakše je reći nego učiniti. Ako vam je kriterijum za izbor ono što je lako, a ne ono što želite, onda budite poštenu prema svojoj želji i recite joj da vam nije toliko važna da biste uradili nešto što je teško zbog nje. Oslobodite sebe od želje i želju od sebe. Neka potraži nekog drugog kome će biti važnija. A vi, pa bar vas neće mučiti svojim zahtevima da se bavite njome. Moći ćete mirnije da sanjate i da zavaravate sebe da ona i nije bila nešto posebno, da se može živeti i bez nje. Ili da vam je dovoljno što samo sanjate o njoj.

U suprotnom, ako imate stav da ćete učiniti sve što je potrebno i moralno da bi vaša želja postala vaša realnost, bez obzira da li je lako ili teško, izgradićete sebe tokom tog procesa tako da će vam želja prirodno pristajati kao savršen kraj odelu. Živećete svoju želju i uživati u njoj.

Lelica Todorović PhD,
NLP trainer & coach

Autor knjiga:

NLP Čarobna gradionica zdravlja

NLP Čarobna gradionica

života po meri vlasnika

Čarobna ogledala

Sedma strana sveta

info@nlpgradionica.com

Pismo iz Seula

Upoznala sam je kada se beogradski "vračarski dasa" Saint Ten još "krčkao" u papirima. Sasvim mlada, puna poleta, entuzijazma, već je videla taj hotel gotovo do detalja i svakog dana je u njega sve više verovala, toliko da su i svi oko nje naprosto morali da ga vide njenim očima. Kada je izrastao, stavila mu je krila, a onda ona odletela. Dugo nisam čula ništa o njoj. Ali jednog dana, stiglo je pismo iz Seula, divno pismo koje želim da podelim sa svima vama koji je možda niste upoznali a trebalo je. Evo i zašto.

Trenutno sam u Južnoj Koreji i radim za jednu od najvećih građevinskih firmi u Seulu. KUNYOUNG Engineering & Construction Co. Ltd. je građevinska firma specijalizovana za izgradnju modernih stambenih objekata, kao i komunalnu infrastrukturu po čitavoj Aziji i zaista sam zadovoljna što sam se pridružila jednom ovakvom građevinskom gigantu.

"POP UP" HOTEL U SUSRET ZIMSKOJ OLIMPIJADI

PyeongChang i Gangneung su dva grada koji su u februaru i martu 2018. domaćini XXIII Zimskih olimpijskih i Zimskih paraolimpijskih igara i ja imam veliku čast da radim na jednom od hotelskih projekata baš za ovaj događaj. Zbog manjka hotelskih kapaciteta, u ova dva grada je trenutno u izgradnji više od 30 novih hotela! Projekat na kome trenutno radim je inicijalno trebalo da bude stambena zgrada sa 240 stanova, ali je sada pretvaramo u apart-hotel za potrebe Olimpijskih igara. Projekat je više nego zanimljiv! Kao vođa razvojnog tima imam zadatak da funkcionalno i ekonomski efikasno postavim hotelsku operativu prema poprilično striktnim zahtevima Olimpijskog saveza, a da posle isti projekat sa lakoćom i bez preterane dodatne investicije privedemo inicijalnoj nameni. Koncept "Pop up" hotela po pravilu nije popularan u svetu zbog prevelike kapitalne investicije i operativnih troškova, ali ko kaže da je nemoguć? Zakon tražnje je na našoj



*KADA ZAPOSLENI VERUJU U ONO NA ČEMU RADE,
VEROVAĆE I GOSTI, A KADA VAM VERUJU GOSTI,
VEĆ STE KORAK ISPRED KONKURENCIJE.*

strani i nemam nikakve sumnje da ćemo za par meseci dočekati olimpijce u jednom šarmantnom, vrhunski opremljenom hotelu. Hotelski koncept, na kome već par meseci radim sa svojim timom, je u službi stvaranja modernog hotelskog proizvoda, u skladu sa modernim načinom života mladih u Koreji, pa će, pored standardnih hotelskih sadržaja, imati i bioskop na otvorenom, igrališta za decu i mnogo drugih atipičnih sadržaja.

Švajcarska, Nemačka i Srbija su me svaka na svoj način oplemenile i obogatile - ne samo profesionalno, već i životno. Tako je i rad u



PyeongChang and City of Gangneung are two cities that will host the XXIII Winter Olympic and Winter Paralympic Games in February and March 2018 and I have the great honor to work on one of the hotel projects for this event. Due to the lack of hotel capacities in this region, there are currently more than 30 new hotels under construction! The project I am working on was initially designed as a residential building with 240 apartments and now we are turning it into an apart-hotel for the needs of the Olympic Games. The project itself is more than interesting! The "Pop Up" hotel concept is generally not popular in the world due to excessive capital investment and operating costs, but who says it is impossible? I strongly believe that in a few months we will welcome the Olympic athletes and many more guests in a charming, top-notch hotel in the region.



nim ciljevima ali i disciplini po čemu su Nemci i prepoznatljivi. Takav odnos, strast i posvećenost poslu sam kasnije, verujem, utkala i u sve sledeće projekte.

Projekat na koji sam posebno ponosna je beogradski *Saint Ten Hotel* ili kako volim da ga zovem "vračarski dasa". *Saint Ten* je moje prvo beogradsko mezimče i moj povratak kući u svakom smislu. Oduvek sam imala viziju i osećala da je Beograd nepravedno potcenjen kao svetska destinacija i verovala da će doći trenutak kada ću moći da budem
d e o

Južnoj Koreji potpuno novi izazov, nova avantura i profesionalna epizoda u mojoj karijeri. Izazova je puno, kulturološke razlike, drugačija poslovna etika, način komunikacije i pristup životu i radu, ali u tome i jeste lepota. U razumevanju razlika, njihovom poštovanju i mogućnosti da naučite da uprkos izazovima budete dovoljno prilagodljivi a opet dosledni sebi, svojim principima i načinima. Ja sam inače, privatno, veliki fan Koreanaca. Fascinatno je kako su od siromašne države za 50 godina postali 5. najjača ekonomska sila u svetu. Izuzetno su vredan, radan i disciplinovan narod, koji uprkos savremenoj politici i događajima i dalje poprilično odoleva globalizmu i uspeva da očuva svoju kulturu, kolektivizam i tradicionalni pristup životu. Zahvalna sam i ponosna što imam priliku da radim i stvaram u ovakvom okruženju.

OD ŠVAJCARSKJE, PREKO NEMAČKE DO - SRBIJE

Kako je hotelijerstvo moj životni poziv, ja od njega do sada nisam odstupala ni u obrazovanju, ni u karijeri. Diplomirala sam hotelski menadžment u Švajcarskoj na najstarijem i najprestižnijem fakultetu za hotelijerstvo u svetu – *Ecole Hoteliere de Lausanne*. Svoju karijeru započela sam u Berlinu, u Nemačkoj, u jednom posebnom boutique hotelu. U *Michelberger hotelu*, koji predstavlja inovativan boutique koncept, provela sam skoro 5 godina od samog otvaranja istog. Hotel je nastao radom tima entizijasta koji su imali jasni viziju da žele da naprave nešto novo i unikatno na tržištu. Rad sa takvim timom me je naučio kreativnosti, posvećenosti, istrajnosti u zacrta-





“donošenja” malog dela sveta u našu prestonicu. Ponosno mogu da kažem da je *Saint Ten* baš to: Berlin, Milano, Njujork u malom i to baš u Beogradu. U projektu sam bila od samog početka, još od faze projektovanja, da bih kasnije preuzela i dirigentsku palicu u vođenju hotela. Dasa i ja smo prošli sve, od definisanja strateškog koncepta hotela, tehno-ekonomskih analiza, enterijera i oprmanja hotela, do postavljanja organizacione strukture, zapošljavanje tima i celokupne operativne postavke. Ono na šta sam najviše ponosna je to što je “vračarski dasa” ugledao svetlost dana kao kompletan proizvod, brend u nastajanju, i to zahvaljujući timu mladih entuzijista, odlučnih da od tog hotela naprave vrhunski hotelski proizvod. O *Saint Ten*-u će se tek pričati, a ja sam pono-

BUDITE UVEK GLADNI ZNANJA

Moja poruka mladim hotelijerima je uvek ista, iskrena i vrlo iskustvena, a to je da budu gladni znanja i novih iskustava! Da rade na sebi, da se kontinuirano obrazuju i usavršavaju, kao i da uvek budu svesni da je hotelijerstvo poziv koji se najbolje radi kada se radi iz srca.

na što sam baš ja jedan od kamena temeljaca te sjajne beogradske priče.

PRODAJE SE SAN, OSEĆAJ, AUTENTIČNO ISKUSTVO...

Dugo sam razmišljala o tome šta ja, u stvari, volim, čemu težim, šta je to što me definiše kao hotelijera? A onda sam otkrila: volim da radim na projektima koji imaju suštinsku vrednost, kod kojih iza ideje sa kojom izlaze na tržište stoji kvalitet. To je osnov za stvaranje koncepta sa kojim će moći i gosti i zaposleni da se identifikuju, kao i potencijal za stvaranje brenda. U modernom hotelijerstvu se više ne prodaje hotelski proizvod, već san, osećaj i autentično iskustvo. Da biste valorizovali prodaju takvog neopipljivog proizvoda, nepodno je da stvorite radnu atmosferu i korporativnu kulturu u kojoj ljudi koji svakodnevno rade i stvaraju sa vama osećaju pripadnost i posvećenost onome na čemu radite. Drugim rečima: da veruju u ideju i osećaju vrednost onoga što stvaraju. Kada zaposleni veruju u ono na čemu rade, verovaće i gosti, a kada vam veruju gosti, već ste korak ispred konkurencije. Meni je uvek izazov da kao prva među jednakima vodim takve timove ljudi i radim



U HOTELIJERSTVU SU LJUDI, USLUGA I KREATIVNE IDEJE NOSILAC KAPITALA.

SVE OSTALO JE SEKUNDARNO.

na takvim projektima. U hotelijerstvu su ljudi, usluga i kreativne ideje nosilac kapitala. Sve ostalo je sekundarno.

PIONIR U MODERNOM SHVATANJU HOTELIJERSTVA

Ja pripadam generaciji hotelijera koja ima kreativni i preduzetnički pristup hotelijerstvu, nasuprot klasičnog menadžerskog. Velika je sreća što živimo u vremenu u kojem su turisti, i uopšte ljudi, sve obrazovaniji i znatiželjniji da iskuse autentična personalizovana iskustva, a samim tim i da provode vreme u takvim, posebnim i drugačijim ugostiteljskim konceptima. Beograd, kao i Balkan, još uvek kaska za svetom u takvim projektima, ali ih polako sustižemo. Raduje me što sam pionir u modernom shvatanju hotelijerstva i inovativnim pristupima hotelskom poslovanju i verujem da ću vas u narednom periodu obradovati sa još puno interesantnih projekata i priča.

Do tada, veliki pozdrav iz Južne Koreje!

Milica Marković



U MODERNOM HOTELIJERSTVU SE VIŠE NE PRODAJE HOTELSKI PROIZVOD, VEĆ SAN, OSEĆAJ I AUTENTIČNO ISKUSTVO.

FOTOGRAFI IZ JAPANANA U SRBIJI

U periodu od 18. do 28. avgusta, Kragujevac su posetili studenti sa Tokijskog i Nagoja fakulteta umetnosti, odsek Konceptualne fotografije, u okviru projekta „Fotorama Extended“ - aktivnosti koja se dešava u okviru Međunarodnog festivala fotografije „Fotorama“.

Fotorama Extended je projekat koji se bavi kulturnom saradnjom „Fotorama“ festivala sa institucijama kulture i univerzitetima iz cele Evrope i sveta. Cilj je da se obezbedi što bolja saradnja mladih srpskih umetnika sa kolegama iz inostranstva kroz zajednički rad, edukativne sadržaje i izložbe.

Ove godine, predvođene profesorom fotografije i umetnosti na Nagoja Univerzitetu, Ko Yamadom, sedam studentkinja iz Japana došlo je da radi zajedno sa mladim fotografima iz Srbije na izložbi pod nazivom "I AM HOME".

Ideja da se krene sa ovim projektom rodila se još prošle godine, za vreme 6. Fotorama festivala, kada je Ko Yamada bio jedan od glavnih predavača. Ceo koncept bio je zasnovan na individualnom konceptu svakog od mladih umetnika koji bi objasnio njihovo shvatanje i značenje ideje doma. A samim tim i pokazao da, ma koliko ljudi bili udaljeni jedni od drugih, okruženi potpuno različitim životnim iskustvima, u stvari imaju jako slične poglede na bitne životne aspekte.

Ali, najlepše od svega nije bila ova izuzetno uspešna izložba 16 autora iz Srbije i Japana, koja je privukla i okupila više od dve stotine ljudi na otvaranju u galeriji Univerzitetske Biblioteke u Kragujevcu, nego to divno druženje i stvaranje novih neraskidivih prijateljstava. Za 10 dana, koliko su gosti iz Japana bili u Kragujevcu, potrudili smo se da

ih upoznamo sa svim čarima Srbije, našim gostoprimljivim narodom i domaćom hranom.

Počev od obilaska grada Kragujevca, preko starog Šumadijskog sela Dobroselice na vrhovima Levča i lomljenja pogače crepulje, do upoznavanja sa srpskom tradicijom i duhovnošću uz monahe manastira Studenica i celivanja moštiju Stefana Prvovenčanog... Sve su to postale drage uspomene naših prijatelja koji su se, po njihovim rečima, beskraino zaljubili u našu zemlju.

Uz logorsku vatru, gde smo svi zajedno pripremali tradicionalne specijalitete iz Šumadije, kao što su "seoski lonac", uz nezabilazni ciganski hleb, kajmak i rakiju, japanski prijatelji su nas učili o tradicionalnoj ceremoniji čaja, prelepim melodijama iz čuvene *shakuhachi* frule od bambusovog korena i tradicionalnom japanskom plesu.

Posle brojni lepih trenutaka, rada, učenja i zabave, ekipa u sastavu: Marko Stamatović, Ko Yamada, Lazar Stanojević, Cihiro Mori, Lazar Milanović, Hitomi Hasegawa, Biljana Đukić, Yuuki Shibata, Marina Dabetić, Atsuko Suzukawa, Irena Selaković, Natsuki Hasegawa, Anastasija Engelhardt, Aiko Harada, Marija Blagojević i Keiko Irei, rastala se uz suze na aerodromu Nikola Tesla, uz obećanje da će se njihovo druženje nastaviti sledeće godine na istom mestu, u isto vreme...

Marko Stamatović



In the period from August 18th to August 28th, Kragujevac was visited by students from Tokyo and Nagoya Faculty of Arts, Department of Conceptual Photography, within the project "Fotorama Extended", activities that take place within the International Photo Festival "Fotorama".



TAJNE uspešne PRODAJE



Nakon višegodišnjeg boravka u inostranstvu, u Srbiju sam se iz Njujorka vratio prošle godine i slučajno „zalutao“ u hotelijerstvo. Do tada su se svi moji poslovi odnosili na medije, marketing i prodaju, i svi su podrazumevali rad sa ljudima. Po obrazovanju sam žurnalista i pre odlaska u svet bio sam glavni i odgovorni urednik Radija Fruška gora, a prethodno sam kao novinar bio angažovan u Radio Sremu i nekim novosadskim TV i radio stanicama. A onda sam pozeleo da se svakog jutra budim u drugom gradu. Jedini način da ostvarim tu želju bio je da se zaposlim na kruzeru. Otišao sam na brod i doživeo najlepše životno iskustvo, koje bih svakom čoveku preporučio. Taj osećaj da se svakog jutra probudite u drugom gradu, sa drugačijom arhitekturom, bojama, mirisima i

Dete je sremske ravnice. Avanturista koji je proputovao ceo svet i odlučio da se skrasi u rodnoj Rumi. Zatičemo ga u centru ovog grada, u hotelu „Park“, gde već neko vreme radi kao menadžer marketinga i prodaje. Uz kafu i limunadu, upućuje nas u tajne koje treba da zna svaki dobar prodavac, otkrivajući nam istovremeno i uzbudljive segmente iz svog života. Saznajemo da je **Nikola Borić** i autor bloga Mr. Nicolleto, ali i nekadašnji đak Karlovačke Bogoslovije, bivši žurnalista i menadžer prodaje u najvećem ritejl lancu – „Dufry“.

začinima u hrani – jednostavno je fantastičan. Svakog dana kao da se iznova rađate, ne postoji *déjà vu*, jer je uvek sve novo i drugačije. Taj osećaj ostaje za ceo život. Preplatio sam ceo svet i na tim putovanjima najviše su me fascinirala dva grada – Istanbul i Atina. Oni stoluju u meni i ja u njima. Uvek im se rado vraćam i imam osećaj kao da iz njih nikad nisam ni otišao.

NJENO VELIČANSTVO PRODAJA

Na kruzeru sam radio prodaju za „Dufry“, globalnu kompaniju koja zapošljava 23.000 ljudi i u kojoj sam o prodaji naučio sve: da se najlakše može ostvariti onda kad poznajete proizvod, ali i psihologiju, faze i kanale prodaje. Iz ličnog iskustva znam da prava prodaja počinje onog trenutka kada vam kupac kaže NE. Prodaja je vrlo kompleksna, stresna, mučna i rizična, ali su zato njene beneficije ogromne.

Najbitniji je prvi utisak koji ostavite na kupca. Važan je kontakt očima i vaš govor tela kojim šaljete signal kupcima da su dobrodošli, da će im biti prijatno sa vama i da se nalaze u zoni komfora. Nakon toga sledi kratak

*BITNIJA STVAR OD SAME PRODAJE JE
POSTPRODAJA, KOJA PODRAZUMEVA
KOMUNIKACIJU SA KLIJENTOM I
NAKON KUPOVINE.*

period upoznavanja sa potencijalnim kupcem i posle toga dolazi prodaja. Međutim, tu nije kraj. Postoji jedna bitnija stvar od same prodaje, a to je – postprodaja, kada vi održavate kontakt sa klijentom nakon kupovine, interesujući se da li je zadovoljan vašim proizvodom ili uslugom. S kupcima morate biti prijatelj. Ubacujete ih na svoju „taking care“ listu i vodite računa o njima. To je ono što se zove „customer satisfaction“ ili „customer service“, što na žalost u Srbiji skoro da i ne postoji.

Takođe, da biste nešto prodali, vi kod kupca morate da stvorite potrošačku želju, da bi pozeleo da ima to što prodajete. Ta želja se stvara euforičnom pričom o proizvodu i zato vaše komunikacijske veštine moraju da budu na visokom nivou. Jedino tako ćete izdvo-

jiti vaš proizvod na ogromnom tržištu koje je puno „ajkula“. Morate da prodajete sebe. Jer, prodajući sebe, vi prodajete ono iza čega stojite. Vi ste najbolji ambasadori vašeg proizvoda. Morate oko svog brenda da stvorite određenu vrstu euforije i senzacionalizma, ali sve to na nekim realnim temeljima, da ne bude da prodajete maglu. I zaista, niko neće pričati s više oduševljenja o onome što je vaše, do vas samih, jer vi to najbolje poznajete. Vi ste duša tog proizvoda ili usluge. Ko će bolje to da prezentuje, do vi sami?

DRUŠTVENE MREŽE – NAJBOLJI SAVEZNICI

Jedan od trenutno najboljih načina za promociju i prezentaciju vaših proizvoda i usluga su društvene mreže. Živimo u svetu gde informacija više ne putuje okeanima u staklenoj boci, već se sve dešava sada i ovdje, i ako nismo dovoljno inteligentni da budemo „live“ i „online“, poslovno možemo da nestanemo. Društvene mreže su neotuđiva celina funkcionisanja svake marketinške delatnosti, pa tako i u slučaju hotela. Ukoliko želite da prezentujete vaše hotelske usluge, najbolji način da se obratite potencijalnim interesentima je putem društvenih mreža. Takođe,

korisnici društvenih mreža će tokom boravka u vašem objektu da se čekiraju i kače fotografije, i svi njihovi prijatelji su u prilici da vide gde su bili i šta su radili, čime vi dobijate besplatnu reklamu.

Facebook je mreža koja ima milijardu stanovnika i kao takav, najozbiljnije je marketinško sredstvo i oruđe. Danas svi ozbiljni hotelski sistemi angažuju marketinške agencije koje za njih rade Facebook kampanje. Nije dovoljno samo objaviti FB post da je u vašem restoranu odlična hrana i ponuda. Ne, vi morate da targetirate ciljnu grupu i teritoriju koju će kampanja pokriti, i sve to možete savršeno da kontrolišete, jer imate neverovatnu analitiku. I što je veoma važno, kampanje su prilično jeftine, jer vi za nekih 15-20 dolara dobijate ciljnu grupu do 150.000 ljudi i svakog trenutka to možete da dokumentujete putem Google Analytics-a. Koja televizija ili radio stanica može da vam garantuje da će za 500 evra po sekundi vašu reklamu videti 10.000 ljudi? Tu ne postoje parametri. Niti mogu da vam targetiraju uzrast i pol tih ljudi. Facebook je neminovnost kojoj se što pre treba prilagoditi, iskoristiti je, unovčiti i prevesti na svoju

INFORMACIJA VIŠE NE PUTUJE OKEANIMA

U STAKLENOJ BOCI, VEĆ SE SVE DEŠAVA SADA

I OVDE, I AKO NISMO DOVOLJNO

INTELIGENTNI DA BUDEMO

„LIVE“ I „ONLINE“;

POSLOVNO MOŽEMO DA NESTANEMO.

stranu, jer bez društvenih mreža nema uspešnog poslovanja.

BLOG JE MOJA CRKVA

Još jedna dobra strana društvenih mreža je povratna informacija. Meni je, kao blogeru, vrlo važno da znam kakav utisak na čitaoce ostavljaju moji tekstovi. Ako svoju priču podelim na Facebook-u, i ako taj tekst bude šerovan hiljadu puta, to znači da sam uradio pravu stvar, jer se ljudima dopada. Najbolje kod društvenih mreža je što imate feedback da li se nekome nešto sviđa, da li idete pravim putem ili ne, tu takođe dobijate sugestije i komentare... Društvene mreže su „must have“, bez njih je moje postojanje kao blogera i kao nekog ko se bavi marketingom i prodajom, potpuno nezamislivo.

I upravo je potreba da se obratim većem broju ljudi i da sa njima podelim sve lepote koje se nalaze u mojoj neposrednoj blizini, inicirala da oformim svoj blog. Blog *mrnicolletto.com* je moja crkva, u koju uđem i kažem sve što nosim na duši. Onda se povučem i čitam komentare tih divnih ljudi koji me prate, i to je nešto najlepše što čoveku može da se desi.

Još tokom boravka u Njujorku, napravio sam listu 50 destinacija u Srbiji koje želim da obiđem i podelim sa ljudima svoje utiske i te fantastične prizore. Od svog povratka, ja neprestano jurcam po ovoj prelepoj zemlji, istražujem, fotografišem i pišem. Zahvaljujući blogu, čak sam uspeo da dovedem i troje posetilaca u Srbiju. To je ništa u odnosu na milijardu turista u svetu, ali troje stranaca je, fascinirano mojim objavama i fotografijama, odlučilo da poseti Srbiju, i ja sam na to ponosan. Paralelno sa tim, radim i na pokretanju sajta *www.srem.info*, koji će promovisati kompletnu ponudu ove regije.

Biljana Bosnić Ognjenović

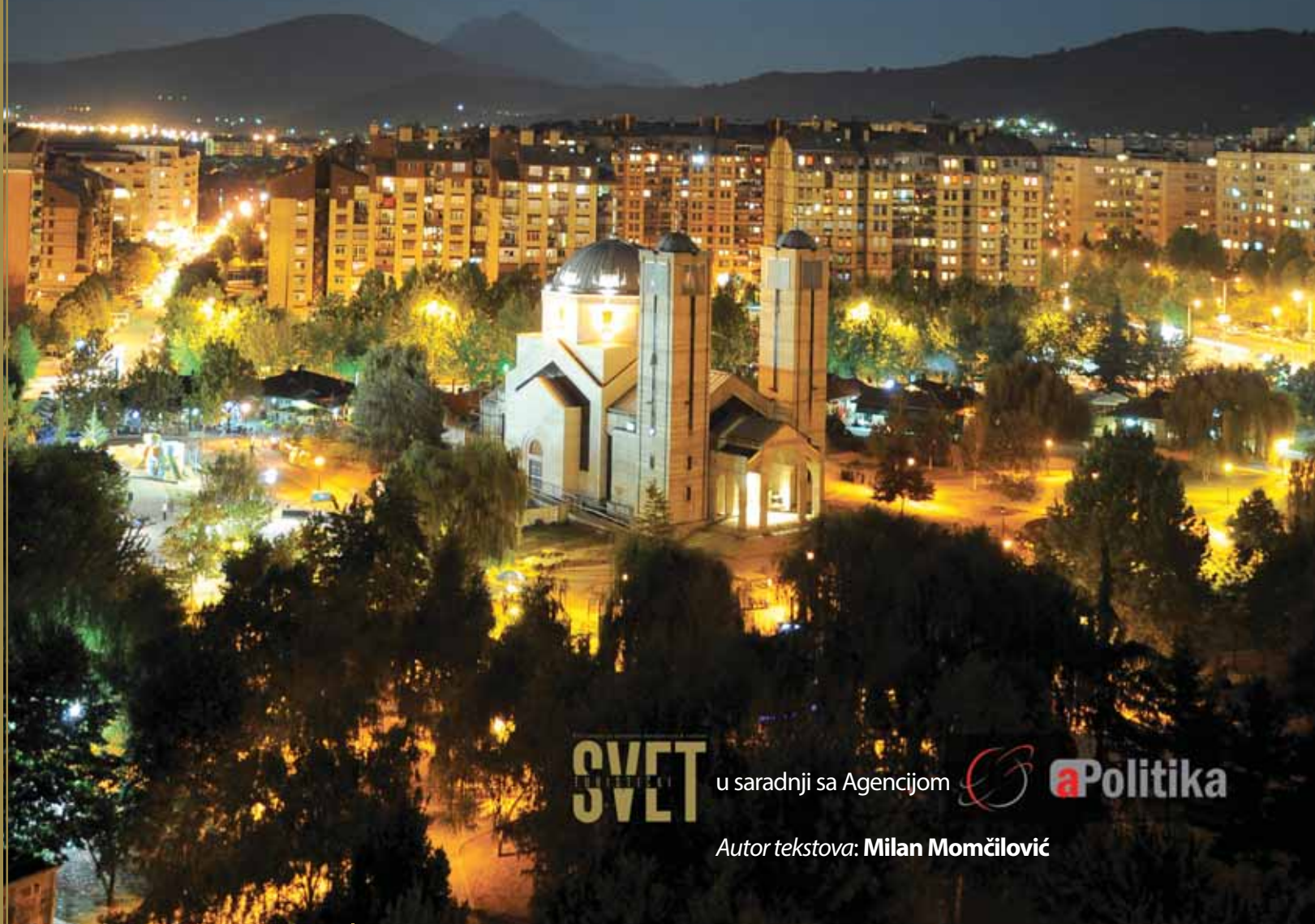


Hi is a child from the Srem Plain, an adventurer who traveled the whole world and decided to settle down in his hometown of Ruma. We met him in the center of this city, in the hotel "Park", where he has been working as a marketing and sales manager for some time. With coffee and lemonade, he tells us secrets that every good seller needs to know, revealing to us at the same time exciting segments of his life. We found out that Nikola Borić is also an author of the blog Mr. Nicolletto, as well as a former pupil of the Karlovci Theology School, a former journalist and sales manager in the largest retail chain - "Dufry".

VI STE NAJBOLJI AMBASADORI
VAŠEG PROIZVODA ILI USLUGE!



NIŠ - EVROPSKA METROPOLA NA CARSKOM DRUMU



SVET
TURISTIČKI

u saradnji sa Agencijom



aPolitika

Autor tekstova: Milan Momčilović

Novi balkanski turistički centar

Svaki grad na svetu ima nešto specifično što ga izdvaja od drugih gradova, a kada je Niš u pitanju postoji nekoliko stvari koje ga čine zaista jedinstvenim. Pre svega, ljudi. Većina turista sa sobom ponese uspomenu na ljubazne, vedre i gostoprимljive Nišlije, koji se ponose svojim gradom i vole da pokažu gostima najbolje što njihov grad ima.

Niš je grad kome je burna istorija ostavila u nasleđe jedinstvene kulturno-istorijske spomenike. Svaki od njih nosi interesantnu priču o ljudskim sudbinama što ostavlja dubok utisak na posetioce. Imamo Medijanu i priču o rimskom imperatoru Konstatinu Velikom, Čele kulu i Čegar i priču o herojskom podvigu vojvode Sindelića i njegovih ustanika, kao i muzej Koncentracioni logor i memorijalni park Bubanj koji donose priču o stradanju i težnji za slobodom. I naravno jednu od najboljih balkanskih tvrđava koja u svojim zidinama čuva istoriju grada više od 2.000 godina.

Svima koji vole prirodu i praktikuju zdrav život, kao i ljubiteljima adrenalinskih sportova, okolina grada pruža bezbroj mogućnosti. Od relaksacije i oporavka u Niškoj Banji, planinarenja na grebenima Suve planine, slobodnog penjanja u Jelašničkoj klisuri, raftinga u Sičevačkoj klisuri, do vožnje džipovima ili paraglajding letova sa padina Koritnika.

Kada se ovako interesantna ponuda „začini“ sa ukusnim specijalitetima juga Srbije i dobrim provodom, utisak koji će turisti poneti iz Niša - postaje kompletan.

Zahvaljujući sve većem broju letova iz evropskih gradova i interesantnoj turističkoj ponudi, Niš svake godine postaje sve posećenija destinacija. Brojni turisti po povratku prenose poruku koju naš grad zaslužuje : “Niš je nova balkanska destinacija koju vredi otkriti!”

Kao gradonačelnik Niša sa zadovoljstvom vas pozivam da posetite ovaj po mnogo čemu interesantan grad koji ubrzano raste i postaje unikatna evropska destinacija na “drevnom”, carskom drumu.

Dobro došli u Niš!

Darko Bulatović,
gradonačelnik Niša



CARSKI GRAD NA RAZMEĐI

Istorija, kultura, gastronomija i gostoprimstvo aduti su kojima Niš privlači sve više turista iz zemlje i inostranstva. Sve razvijeniji avio saobraćaj na međunarodnom aerodromu „Konstantin Veliki“ predstavlja pravi “vetar u leđa” turističkom razvoju grada na Nišavi, koji iz godine u godinu beleži sve veću posećenost. Podatak da će Niš ove godine najverovatnije zauzeti treće mesto među gradskim destinacijama u Srbiji po broju ostvarenih noćenja, dobar je povod da o Nišu, kao sve atraktivnijoj turističkoj destinaciji razgovaramo sa **Urošem Parličem**, direktorom Turističke organizacije Niša, koji je sa više od 30 godina iskustva u turizmu, svakako dosta doprineo ovakvom preokretu.

- Period povećanja broja gostiju traje već nekoliko godina unazad. U periodu od 2013. do 2016. godine broj turista i noćenja povećan za 31 procenat. U ovoj godini, prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, u prvih sedam meseci imamo ukupno povećanje broja gostiju za 39 procenata i broja noćenja za 30 posto, a ukoliko se takav trend nastavi, do kraja godine naš rezultat će biti: više od 100.000 turista i 200.000 noćenja, što će grad Niš svrstati na visoko treće mesto gradskih destinacija u Srbiji.

BROJ TURISTA I NOĆENJA - U STALNOM PORASTU

• *Kako to objašnjavate? Da li je to rezultat otvorenosti države, povećanja standarda ili je Niš postao privlačniji zbog svog položaja i dobre turističke ponude?*

- Povećanje se uglavnom odnosi na strane turiste koji u sve većem broju dolaze u Niš. Pozitivan rast rezultat je kontinuiranog rada Turističke organizacije Niš na pozicioniranju Niša na turističkom tržištu, brendiranju destinacije i intenzivnoj promociji. Osim navedenog, pozitivnom trendu svakako je doprineo veliki broj letova sa niškog aerodroma „Konstantin Veliki“, koji je za sedam meseci ove godine imao 200.000 putnika.

• *Koliko je stranaca, a koliko domaćih gostiju posetilo Niš?*

- Kada je reč o broju noćenja, stranih gostiju je više za 57, a domaćih za 25 posto. Razlika je očigledna. Ranije smo u istom periodu imali 79.000 noćenja, a sada više od 100.000. To su konkretni podaci Republičkog zavoda za statistiku. Krivulja na grafikonu turističkog prometa u Nišu od 2012. godine ide konstantnom uzlaznom putanjom.

• *Šta privlači turiste u „carski grad“?*



- Posle dužeg vremena imaćemo opsežno istraživanje turističkog tržišta Niša koje će sprovesti udruženje HORES. Osnovna tema istraživanja biće zadovoljstvo turista destinacijom. Nakon anketiranja reprezentativnog uzorka od jula do kraja ove godine, imaćemo odgovore na vrlo specifična i važna pitanja koji će nam pomoći u daljoj promociji Niša: stepen zadovoljstva domaćih i stranih gostiju samom destinacijom, pruženim uslugama, smeštajnim kapacitetima, saznaćemo koji su motivi dolaska u Niš, odakle dolaze, koje su starosne dobi, šta su po zanimanju, koliko su obrazovani...

OTKRIVANJE DESTINACIJE: UZ NOVINARE I BLOGERE

• *Na koji način turisti dolaze do informacija o Nišu? Šta se pokazalo kao najefikasnije?*

- Prema podacima koje dobijamo od avio kompanija, prosečna starost naših posetilaca je između 25 i 40 godina. Mnogi od njih prvi put

ISTOKA I ZAPADA

dolaze u Niš. Neki su videli reklamne banere koje Turistička organizacija Niš postavlja na sajtovima avio-kompanija, neki su došli po preporuci prijatelja, drugi su čitali blogove putnika i novinara... Nedavno, za vreme održavanja „Nišville jazz festivala“, Turistička organizacija Niš ugostila je dvanaest novinara i blogera iz Zapadne Evrope, prvenstveno iz zemalja prema kojima imamo direktne letove iz Niša – iz Slovačke, Italije, Švedske, Holandije, Nemačke. Ovo su najbrži i najefikasniji načini da se u današnje vreme turisti upoznaju sa novom destinacijom. Na tom polju treba još da se ulaže što ćemo svakako nastaviti.

- *Odakle dolazi najviše turista?*

- Statistika kaže da su na prvom mestu već nekoliko godina za redom turisti iz Bugarske. Međutim trendovi, kada su pitanju gosti iz drugih zemalja menjaju se iz godine u godinu. Recimo, 2015. godine nakon gostiju iz Bugarske, najviše je bilo turista iz Grčke, Nemačke i Rumunije. Već u 2016. godini u većem broju dolaze i turisti iz Slovenije, Italije, Slovačke i Ruske Federacije. Ove godine po prvi put nam pristižu grupe turista iz daleke Kine koji su u prvih sedam meseci ostvarili više od hiljadu noćenja – čak 6 % od ukupnog broja noćenja. I dalje su na prvom mestu turisti iz Bugarske sa 13 procenata.

- *Šta strance motiviše da dođu u Niš?*

- Upoznavanje novih predela i destinacija univerzalna je motivacija i pokretač.

Niš se nalazi na putu koji spaja Istok i Zapad, tako da postaje nezaobilazna tačka organizovanih tura velikog broja tuoperatera i turističkih agencija ne samo iz Evrope već i iz Azije. Novi pokretački faktor od prošle godine svakako je pokretanje letova sa niškog aerodroma i povoljne cene karata koje nude niskobudžetne avio kompanije.

- *Šta nam najčešće zameraju?*

- Na osnovu naših internih anketa, mimo kompleksnijeg istraživanja koje ćemo sa Hores-om sprovesti do kraja godine, turisti se uglavnom žale na lošu higijenu, kao i na nedostatak dvojezičnog obeležavanja ulica, jer su naše ulice, nažalost, obeležene ćirilicom, dok su turističke mape latinične. Žale se i na teško snalaženje kada je plaćanje parkinga u pitanju i zato smo počeli sa prodajom parking karata u našim info centrima u Tvrđavi i u samom centru grada u Voždovoj i Obrenovićevoj ulici. Veliki problem takođe predstavlja i nedostatak parking mesta za turističke autobuse u centru grada, gde bi mogli da se zadrže do jednog sata. Kada je reč o istorijskom nasleđu, turistima smeta neadekvatno radno vreme objekata muzeja, koji su tokom letnje sezone za vreme vikenda bili otvoreni samo do 16 ili 17 časova. Žalili su se i zbog nemogućnosti da vide mozaičko blago na jednom od najznačajnijih atničkih lokaliteta u Srbiji - Medijani, koje je i dalje prekriveno zbog radova na zaštiti.



LJUDI SU NAJVEĆE BOGATSTVO NIŠA

- *Štao im se posebno sviđa, šta hvale?*

- Na prvom mestu - gostoprimstvo. Najveće bogatstvo Niša, kada je u pitanju turizam, čine ljudi i njihov odnos prema turistima: njihova srdačnost, otvorenost, tople reči, spremnost da pomognu i spontana



NIŠ SVE OMILJENIJA DESTINACIJA I DOMAĆIH I STRANIH TURISTA





Туристичка
Организација
Ниш





History, culture, gastronomy, hospitality and good infrastructure are trumps with which Niš attracts tourists from the country and abroad. The opening of Serbia to the world and increasingly developed air traffic through the international airport "Constantine the Great", boost the tourism image of the city on Nišava River, which records an increasing number of visits year after year. The fact that this year Niš is expected to win a high third place among the city destinations in Serbia according to the number of overnight stays, it is a good reason to talk about Niš as an attractive tourism destination with Uroš Parlić, Director of the Tourist Organization of Niš, who with the 30 years of experience in tourism is certainly significantly responsible for this reversal.

komunikativnost. Jako im se sviđa naša hrana, kako originalni mirisi i ukusi juga, tako i gastronomski uticaji sa istoka. Iz tog razloga pripremili smo gastronomski vodič Niša kako bi privukli i motivisali turiste da istražuju i probaju sva naša jela.

Niš je grad sa veoma bogatim istorijskim nasleđem, gotovo cela istorija civilizacije može se istražiti u gradu i okolini. Od prastarijskih eksponata u Arheološkoj sali, preko ostataka antičke civilizacije na Medijani, zatim Tvrđava, Čele Kula, spomenik na Čegru, Koncentracioni logor iz II sv rata i spomen park na Bubnju.

Takođe na samo desetak kilometara od centra grada imamo prelepu prirodu - Jelašničku klisuru, kanjon Nišave u Sićevu, Nišku Banju i Suvu planinu, gde se turistima pružaju brojne mogućnosti za relaksaciju, aktivni odmor i ekstremne sportove. Generalno, turisti su zadovoljni sadržajem destinacije, nivom cena, kao i kvalitetom usluga u hotelima i restoranima.

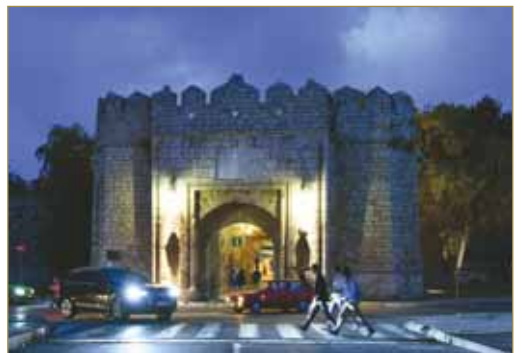
• *Koliko manifestacije, kao što su „Nišvil“, Filmski susreti i druge privlače goste?*

- Naravno, te manifestacije su same po sebi privlačne. „Nišvil“ je postao važan brend Niša koji tokom avgusta privuče veliki broj domaćih i stranih turista. Događaji su važan segment u obogaćivanju turističke ponude i iz tog razloga Turistička organizacija Niš podržava organizaciju novih događaja iz oblasti kulture, muzike, umetnosti, ali i iz domena ekstremnih sportova kao što su planinske trke i planinske biciklističke trke.

„MERAK NEMA CENU“

• *Kako bi ste vi lično, kao direktor krovne organizacije koja brine o turizmu Niša, pozvali goste, šta je to što treba da ih opredeli da dođu u rodni grad cara Konstantina?*

- Kada smo određivali promotivnu kampanju za domaće tržište na svim promocijama smo imali originalnu slogan, razumljivu svima – „Merak nema cenu“. To je bio naš moto za Srbiju, a na inostranim tržištima smo se reklamirali pod sloganom „Southern Vibe“. Ljudi iz Zapadne Evrope nas tako i doživljavaju, kao tople i srdačne južnjake, na granici Evrope i Azije, jako blizu a opet toliko drugačiji.





• *Kada biste se obrel i negde u inostranstvu i tamošnjim žiteljima trebalo da predstavite svoj grad, kako biste ga opisali?*

- Istorija civilizacije u jednom gradu, sjajna okolina za rekreativni obilazak i ekstremne sportove, fenomenalna hrana sa mirisima i ukusima juga, "carski grad" na mestu susretanja Istoka i Zapada sa interesantnim festivalima tokom leta.

Šetnja kroz istoriju koja strane goste interesuje, vrlo brzo dočara da smo kao narod imali veliki i trnovit put do slobode. Jedan od njih je primetio – *Vi imate veliku istoriju stalnih stradanja i žrtvovanja.* Interesantna im je i činjenica da je Prvi svetski rat objavljen u Nišu, i da su zapravo mnogi ratovi ostavili ožiljke i nasleđe kao što su Čegar, Čele kula, Koncentracioni logor i Bubanj. Svi ti spomenici svedoče da su Srbi tokom istorije plaćali visoku cenu za svoju slobodu. U programima za strane turiste stavljam o fokus na Nišku tvrđavu kroz čiju istoriju se zapravo može dočarati veliki deo istorije grada, zatim preporučujemo arheološki park Medijan, Koncentracioni logor, Čegar, i Čele kulu. Smatramo da bi prezentacija samog nasleđa mogla da bude malo bolja i inovativnija.

• *Koliko niške renomirane turističke agencije doprinose razvoju turizma u gradu?*

- U ovom trenutku, ne mnogo. U Nišu ima malo agencija koje se bave receptivnim turizmom. Od nedavno se pojavljuju manja udruženja koja kreiraju programe za aktivni odmor u okolini grada, ali to još uvek nije na nivou razvijene turističke ponude koju imaju Beograd ili Novi Sad. Postoji veliki potencijal u tome da lokalne agencije krenu da se u većoj meri bave receptivnim turizmom, tako da očekujem da će ubrzo prepoznati tu šansu.

Milan Momčilović

U hotelu „018 in“: Kao kod kuće



Hotel "018 in" nalazi se u neposrednoj blizini auto-puta Beograd-Niš-Sofija i na svega nekoliko minuta od aerodroma "Konstantin Veliki", što ga čini idealnim za goste u tranzitu, ali i za sve veći broj turista, koji zahvaljujući obnovljenom aerodromu i low coast letovima dolaze da otkriju čari Niša. Hotel raspolaže sa 7 izuzetno opremljenih soba i 2 luksuzna apartmana, restoranom, cafe barom i konferencijskom salom, zbog kojih ponosno nosi tri zvezdice od samog osnivanja.

U ovaj hotel vraćaju se ponovo gotovo svi gosti i to je zaista pravi fenomen. Pitate: zbog čega? Jednostavno: zbog osoblja! Pošto se radi o porodičnom hotelu, s gostima se kad god je to moguće proćaska o sportu, hrani, turizmu, filmovima, muzici, pa (zašto da ne) i o politici... Izlazi se u susret oko nekih dodatnih zahteva vezanih za boravak ili jednostavno popije kafa zajedno. Iako kao mali hotel ne mogu da imaju ponudu kakvu imaju veliki hoteli, ono što svakako mogu je da se svakom gostu maksimalno posvećuju. Gosti se osećaju opušteno i prijatno, a o tome najbolje govori slogan hotela: "Feels like home"!



Hotel "018 in"

Jadranska 12 (Donji Komren) • 18000 Niš
Tel.: +381 18 41 00 547 • Fax: +381 18 41 00 546
www.018in.rs • info@018in.rs

STRATEŠKA VAZDUŠNA LUKA SRBIJE



Od početka 2017. godine do danas prevezeno je više od 230.000 putnika, što predstavlja apsolutni rekord po broju opsluženih putnika u dosadašnjoj istoriji Aerodroma „Konstantin Veliki“ u Nišu. Zahvaljujući broju evropskih destinacija do kojih se leti iz Niša (ukupno 10) i broju letova kojih je 22 na nedeljnom nivou, uz najavljene letove od 31. oktobra 2017. godine na relaciji Stokholm – Niš – Stokholm, očekuje se da će do kraja 2017. godine na niškom aerodromu biti opsluženo više od 300.000 putnika. Ovakvi rezultati koji Niš svrstavaju među razvijenije turističke destinacije sa ozbiljnom saobraćajnom infrastrukturnom logistikom, bili su povod za razgovor s direktorom Aerodroma **Vladicom Đurđanovićem**, koji je istakao da je za ovakav uspeh bila prelomna 2014. godina.

„KONSTANTIN VELIKI“ S VETROM U KRILIMA

- Aerodrom je 2014. godine bio pred zatvaranjem, iako je od 2010. do 2014. godine od beogradskog Aerodroma „Nikola Tesla“ i grada Niša dobio direktnu finansijsku pomoć u iznosu od 429.000.000 dinara. Pored toga, Grad Niš je za direktne subvencije avio-kompanijama koje su saobraćale sa Aerodroma izdvojio sredstva u

U poslednje tri godine, uz podršku grada i države, Aerodrom „Konstantin Veliki“ konstantno razvija svoje potencijale, beležeći povećanje broja putnika za 300 odsto godišnje! Zahvaljujući tome, očekuje se da će do kraja 2017. godine na ovom aerodromu biti opsluženo više od 300.000 putnika, kao i da bi zahvaljujući takvim rezultatima od 2018. godine „Konstantin Veliki“ mogao da postane samoodrživ.

iznosu od 3.600.000 eura, što ukupno iznosi 861.000.0000 dinara. Uz toliku pomoć i subvencije za četiri godine prevezeno je, nažalost, svega 99.218 putnika! Zbog ovako slabih rezultata u vidu broja prevezenih putnika u odnosu na visinu finansijske pomoći i subvencija, Grad je izvršio promenu menadžmenta.

Godine 2014. Regionalna razvojna agencija Jug uradila je Elaborat sa programom mera za unapređenje konkurentnosti Aerodroma „Konstantin Veliki“ gde je definisan pravac razvoja sa jedinstvenom cenom za sve avio-kompanije u iznosu od tri evra po odlazećem putniku, u koju je uračunato sletanje, poletanje, opsluga aviona i putnički servis, uz uslov da se saobraćaj odvija redovno. Naravno, Elaboratom nije predviđeno subvencionisanje avio-kompanija, niti direktna finansijska pomoć Aerodromu, već je predviđena struktura trogodišnje pomoći grada Niša definisana posebnim programom.

Od 2015. godine do danas, kroz poseban program pomoći, dobili smo od grada Niša 190.389.000 dinara preko investicija i nove opreme, a do kraja ove godine taj iznos bi trebalo da dostigne 315 miliona. U periodu od 2015. do 2017. godine biće prevezeno bezmalo pola miliona putnika. Kroz ove pokazatelje možete videti razliku u efektima modela direktnog subvencionisanja avio-kompanija i modela investiranja u razvoj Aerodroma radi podizanja njegove konkurentnosti na tržištu. Dokaz konkurentnosti Aerodroma je dolazak najvećih niskotarifnih avio-kompanija i poznatog nacionalnog avio-prevozioca iz Švajcarske.

Konkurentni model „tri evra po odlazećem putniku“ je jedinstven u ovom delu Evrope - ističe s ponosom direktor Đurđanović.

- U poslednje dve godine - dodaje on, Aerodrom „Konstantin Veliki“ je postao „pravi“ aerodrom sa svim potrebnim dozvolama i licencama i opremom za bezbedan promet putnika i robe. Do kraja godine trebalo bi da dobijemo sertifikat aerodroma koji se izdaje



In the last three years, with the support of the city and the state, "Constantine the Great" Airport constantly evolves its potentials, increasing the number of passengers by 300 percent per year! Thanks to this, it is expected that more than 300,000 passengers will be served at this airport by the end of 2017, and thanks to such results, "Constantine the Great" could become self-sustaining from 2018.

u skladu sa standardima Evropske unije. Na taj način, niški aerodrom ispunice sve zahteve koje inače ispunjavaju svi aerodromi koji se nalaze u okviru granica EU.

- Od 2018. godine Aerodrom postaje samoodrživ, sam će zarađivati dovoljno finansijskih sredstava za plate i tekuće održavanje. Aerodrom je u stoprocentnom vlasništvu grada Niša i nadam se da će u naredne tri godine putem projektnog finansiranja grad opredeliti novac za razvoj aerodromske infrastrukture, prvenstveno za rekonstrukciju i proširenje terminalne zgrade, kao i ugradnju prilaznih svetala radi dobijanja I kategorije. Povećanjem broja putnika i proširenjem infrastrukture stvaraju se uslovi da u nekoj daljoj budućnosti niški aerodrom svojim karakteristikama postane interesantan koncesionarima i da na taj način aerodrom donese mnogo više novca gradu nego što je u njega uloženo poslednjih trideset godina - smatra prvi čovek niške vazdušne luke.

ALTERNATIVA BEOGRADSKOM AERODROMU

Razvoj Aerodroma pomažu Ministarstvo građevinarstva, saobraćaja i infrastrukture, aerodrom „Nikola Tesla“, Kontrola letenja Srbije i Crne Gore i Direktorat civilnog vazduhoplovstva Srbije. – Najveća pomoć beogradskog Aerodroma je u školovanju i licenciranju naših kadrova i u opremi koja nije nova, ali je u funkciji i nama mnogo znači. Što se tiče opreme, SMATSA (Kontrola letenja Srbije i Crne Gore) ulaže u ILS sistem. Reč je o opremi za precizan instrumentalni prilaz i sletanje vazduhoplova u slučaju slabije vidljivosti. Pored toga, SMATSA će uložiti najmanje 3 miliona evra u izgradnju novog kontrolnog tornja i najmanje 7 miliona evra za prateću opremu.



Ovim ulaganjem će se povećati iskorišćenost aerodroma na godišnjem nivou (manji broj otkazanih letova zbog meteoroloških razloga), a bezbednost vazdušnog saobraćaja će se podići na još viši nivo. Novi toranj u Nišu će biti takođe i *Contingency Center* Kontrole letenja Srbije i Crne Gore, što znači da će se u slučaju vanrednih situacija i otkaza unutar sistema kontrole letenja u Beogradu, celokupna kontrola neba iznad Srbije i Crne Gore odvijati sa niškog kontrolnog tornja.

Niški aerodrom je, inače, aerodrom koji nacionalni avio-prevoznik Air Serbia koristi kao alternativni. S obzirom na to da niški aerodrom već tri godine zaredom beleži povećanje broja putnika za 300 % godišnje, trenutno najveći problem predstavlja ne-

dovoljni broj licenciranog osoblja na pojedinim radnim mestima. Na snazi je odluka o zabrani zapošljavanja u javnom sektoru, pa se obraćamo komisiji Vlade Srbije za dodatno zapošljavanje.

Profili koji nam nedostaju su profesionalni vatrogasci obučeni za rad na aerodromu, osoblje za kontradiverzioni pregled putnika i prtljaga i licencirano osoblje za prihvatanje i otpremu vazduhoplova.

Ako se nastavi sadašnji trend, u ovoj godini imaćemo više od 300.000 prevezenih putnika, a u narednih pet godina mogli bismo da dostignemo i cifru od pola miliona prevezenih putnika na godišnjem nivou - optimista je Vladica Đurđanović.

M. Momčilović

MODERNI čuvari tradicije



Nekada su na ceni bile noćne kafane u kojima se odvijao buran, često raskalašan život, danas mladi pune kafice po ceo dan, ali kafana je, ipak, ostala mesto gde se najbolje udovoljava čulima ukusa i mirisa.



The legend of the Niš restaurant business Zoran Mirašević, the long-time president of the Association of Catering and Tourism Workers of Niš, says for the "Turistički svet" that today's catering industry is different from the former, but that the richness of the national cuisine as well as the southern hospitality are preserved. In restaurants today there is no ruinous life and carouse, but they remained a place where the feelings of taste and smell are indulged the best.

Istorija, inspiracija, stvaralaštvo i kafana su u tesnoj vezi. U zadimljenim krčmama, uz pesmu, kocku i druge radnje koje nisu bile uvek po meri zakona, često je krojena istorija grada. U njima su Nišlije otvarale svoju dušu i otkrивale tajne. Kako ističe profesor sociologije dr Dragoljub B. Đorđević, autor knjige „Kazuj krčmo Džerimo“, kada bi niške kafane, naročito one s periferije, mogle da otvore dušu, kao što su Nišlije u njima raskrinkavale svoju, bila bi to riznica golemih tajni. Ovaj sociolog smatra da su kafane sociološke laboratorije, ovaj svet krčma, a mi tek putnici.

KAFANA ILI DRUGA KUĆA

Kafana je bila središte literarne i političke javnosti i kritike, u njima su se rađale pesme i knjige, rađale se i umirale ljubavi, za kafanskim stolovima, u dimu i zadahu alkohola ispisivana je istorija, u kafani se pije i kocka, gubi i dobija, miri i svađa. Branislav Nušić je govorio da su kafane jedini izraz javnog života. Kafana je ljudima najbliži oblik kulture, uvek druga kuća. Najpoznatije niške kafane sa bogatim noćnim životom bile su „Paja“, „Džerima“, „Atina“ i „Bunker“.

Legenda niškog ugostiteljstva **Zoran Mirašević**, dugogodišnji predsednik Udruženja ugostiteljskih i turističkih poslenika, kaže za „Turistički svet“ da se današnje ugostiteljstvo razlikuje u odnosu na nekadašnje, ali da je sačuvano bogatstvo narodne kuhinje, kao i južnjačko gostoprinstvo. U kafanama danas nema raskalašnog života i lumpovanja, ali su one ostale mesta gde se najbolje udovoljava čulima ukusa i mirisa. Nekada posao kulinara i nije bio tako privlačan, ali je danas slika sasvim drugačija. Kuvari su u svetu najtraženije i najplaćenije zanimanje, a na sve većoj ceni su i kod nas. Zoran Mirašević, koji je dostigao vrhunac u ovom poslu i dobio sva moguća priznanja,

uključujući i najviše priznanje grada Niša – nagrade „13. januar“ i spomenice „Opštežiteljne srpske carske lavre manastira Hilandara“, kaže da se svojevremeno nerado opredelio za ovo zanimanje, jer su u to vreme ugostiteljske škole upisivali siromašni i oni koji ne vole da uče. Danas je, međutim, čak i odličnim učenicima teško da upišu ugostiteljsku školu, jer je konkurencija velika.

ZLATNO DOBA NIŠKOG UGOSTITELJSTVA

Po njegovim rečima, zlatno doba niškog ugostiteljstva bilo je osamdesetih godina prošlog veka kada je na čelu „Srbijaturista“ bio gospodin Đošić. On je preuzeo neke objekte i sa grupom ljudi razvio ugostiteljstvo do, za to vreme, najviših standarda. Bio je to period kada je napravljen motel „Nais“, kada je dobro radio hotel „Partizan“, u Niškoj Banji su dobro radili i „Srbija“ i „Ozren“, adaptirani su objekti po Nišu, krenule su manifestacije „Dani italijanske kuhinje“, „Dani mađarske kuhinje“, „Dani grčke kuhinje“...

- Niš je zadržao duh starog i počeo da otkriva novo. Shvatili smo da ugostiteljstvo ne čini deset ćevapa sa lukom i pljeskavica, već da je ono mnogo više od toga. To sam shvatio još dok sam radio na Krku. Sve ove godine, zajedno sa kolegama iz Udruženja radim na tome da sačuvamo tradiciju, da zadržimo nacionalnu kuhinju, ali da dodamo i nešto novo. Jug Srbije je poznat po nacionalnoj kuhinji. Zbog toga se ne slažem sa onima koji tvrde da Bugari u Niš dolaze samo zato što u našim objektima mogu da puše. Ne dovodi njih u naš grad cigareta, već dobra hrana koja se čak i u Bugarskoj reklamira. Na svakom koraku mogu se videti napis: „Srpska skara“, „Leskovački roštilj“... Uostalom, neko naše interno istraživanje je pokazalo da među gostima iz Bugarske ima i puno nepušača, pa je sasvim sigurno da ih u Niš dovodi nešto drugo - smatra Mirašević.

SLOŽNI I ZATO USPEŠNI

Strukovno Udruženje ugostiteljsko-turističkih poslenika Niša, na čijem je čelu Zoran Mirašević, okuplja vrhunske profesionalce ugostiteljsko-turističke struke. Cilj Udruženja je razvoj struke, rad na jačanju i zaštiti ugleda profesije, usavršavanju članova, edukacija mladih kadrova koja se ogleda kroz saradnju sa ugostiteljsko-turističkim školama, ugostiteljsko turističkom privredom, kao i sa mnogim drugim udruženjima u Srbiji i inostranstvu. Mirašević ističe da ova asocijacija ima veliku ulogu u promovisanju ugostiteljsko-turističkog potencijala Niša. Udruženje deluje pod parolom „Složni smo i zato smo uspešni“, a okuplja stručne i profesionalne članove, što im je omogućilo da se na pravi način predstave na najvećem takmičenjima u zemlji i inostranstvu.

Organizator je brojnih gradskih manifestacija koje se ubrajaju u turističku ponudu Niša i oko-



line, poput manifestacije „Zlatne ruke“, u okviru koje se održavaju takmičenja u pripremanju jela nacionalne kuhinje.

- Poslednje tri godine Udruženje organizuje „Gastro-turistički šampionat“, koji je u Niš doveo najveća imena svetske gastronomije. Svi učesnici, a bilo ih je iz 26 zemalja, ocenili su samu organizaciju visokom ocenom i izrazili želju da i naredne godine budu deo te priče, što je mnogo više od reklame za turističku destinaciju - ističe Mirašević.

Kao ambasadori srpske kuhinje na takmičenjima u inostranstvu (Istanbul, Izmir, Bratislava, Palermo, Bukurešt, Rimini, Vroclav, Sofija, Zakintos, Lviv, Skoplje, Budva, Sarajevo...) pokazali su zavidan uspeh, vraćajući se okićeni medaljama i peharima. Koliko ih imaju – pitanje je da li više i oni sami znaju! Zbog tako velike i stalne aktivnosti, ovo udruženje primljeno je ove godine u stalno članstvo Svetske kuvarске asocijacije - WACS i u Azerbejdžanu proglašeno za najbolje udruženje na svetu. Na ponos Nišu i celoj Srbiji!

POVRATAK OTPISANIH

U toku su radovi na obnovi dva poznata niška hotela – „Ambasadora“ i „Parka“, koji su simboli Niša i niškog hotelijerstva. Nekada su pripadali preduzeću „Srbijaturist“, ali su posle neuspešne privatizacije godinama bili zapušteni i prazni. Završetak obnove „Parka“ planiran je za kraj ove godine. U ovom hotelu, izgrađenom 1936. godine, novi vlasnik Andrija Radojičić najavljuje nove sadržaje, poput spa centra, kongresne dvorane, vidikovca i panoramskog lifta, a hotel će imati četiri ili pet zvezdica. S druge strane, rekonstrukcija „Ambasadora“, koji je u vlasništvu firme „My pleis group“, prema rečima Ivana Spasića, vlasnika, biće završena do kraja aprila 2018. godine, dok je otvaranje planirano za maj. Hotel će imati pet zvezdica, 58 studija, 10 apartmana i dva predsednička apartmana površine 85 kvadrata.



Ekonomska kriza i neuspešna privatizacija urušili su temelje ugostiteljstva, a Niš se početkom ovog veka suočio sa problemom nedostatka smeštajnih kapaciteta. Nesrećna privatizacija „Srbijaturista“, nekada nosioca niškog hotelijerstva, ostavila je bez hleba šesto radnika i članove njihovih porodica, ali je ta privatizacija raskinuta i hoteli se ponovo podižu iz pepela. Trenutno se obnavljaju dva simbola Niša: hotel „Ambasador“ i hotel „Park“. Poslednjih godina otvoren je i veliki broj hostela.

NIŠLJE ZAPALILE PALERMO!

- Niču objekti, ponuda je sve bolja. Imamo veliki broj dobrih objekata i kada je u pitanju nacionalna kuhinja. Mislim da je „Stara Srbija“ prepoznatljiviji restoranski brend Niša i nosilac restoranske usluge. Tu su, zatim, „Amerikanac“, „Mrak“, Teniska igrališta, „Mali podrum“, „Verige“, „Dagi“, „Todor“, „Lion MD“, „Dušanov konak“, „Trpeza“, „Orač“, Malčanski podrum koji je kupila vinarija „Status“, koja je otvorila prelepu vinariju i restoran sa izvanrednim pogledom. Ceo jug Srbije ima bogatu ugostiteljsku tradiciju

koju čuvamo ikroz mnogobrojna takmičenja i manifestacije, kao što su „Zlatan kotlić“, leskovačka „Roštiljijada“, svrljiška „Belmužijada“, „Dani banice“ u Beloj Palanci, Festival peglane kobasice u Pirotu, niška „Burekdžijada“ i mnoge druge. Sve više nam dolaze stranci i zbog toga mislim da nacionalnu kuhinju treba da inoviramo, da je ne svedemo samo na roštilj. Mi smo, recimo, išli u Rimini na takmičenje u pripremanju pice. Svi su nam se smejali što se takmičimo u Italiji, kolevci tog specijaliteta. Mi smo pice spremili na naš način, sa pirotskom peglanom kobasicom, sa jagnječim pečenjem, sa šljivama. I osvojili smo pehar i pet medalja. U Palermu smo u konkurenciji četrdeset zemalja koje su se takmičile u pripremanju nacionalnih specijaliteta osvojili prvo mesto, a novinari su pisali „Nišlje zapalile Palermo“. Jug Srbije ima odlične uslove, dobru vodu, pašnjake, vrhunske specijalitete od mesa i mleka, kvalitetan kačkavalj... To su naše komparativne prednosti koje konačno moramo da iskoristimo - naglašava Mirašević.

Milan Momčilović

MESTO GDE SE JEDE ONO ŠTO SE SANJA

Pre nego što je zaplovio u ugostiteljske vode, rodonačelnik kulture niške kafane Nikola Mandić lečio je ljude i razmišljao da otvori sanatorijum, a onda se okrenuo poslu koji je njega i njegove naslednike proslavio, a Niš uvrstio na mapu vrhunske ugostiteljske ponude.



Priču o kultnoj niškoj kafani „Amerikanac“, po kojoj se ovaj grad proćuo, počeo je pre više od devet decenija Nikola Mandić, jedan od prvih iseljenika preko okeana, koji se posle četrdesetogodišnjeg pećalbarjenja u Americi vratio uoči Prvog svetskog rata. U dalekom svetu je ovladao veštinom ortopedije i uspešno je nameštao iščašene zglobove – kukove, kolena, laktove. Zbog toga je i razmišljao da otvori sanatorijum, ali se, ipak, okrenuo poslu koji je proslavio, ne samo njega i njegove naslednike, već Niš.

U Brestovačkoj Banji, gde je često svraćao u jednu mehanu na ručak, upoznao je svoju suprugu Anku. Ankin stric, koji nije imao dece, po-

klonio je svoju ugostiteljsku radnju koju je ona preuzela. Živeli su neko vreme po rudarskim mestima Timočke krajine, a onda su 1925. godine došli u Niš. Prvo su držali pivnicu u centru Niša, a potom su otvorili prvu kafanu koju su nazvali „Amerika“. Posle je Nikola kupio imanje na brdu Kovanluk i tamo otvorio kafanu „Amerikanac“, sve dok obe nisu nacionalizovne. On je počeo da se ozbiljnije bavi nameštanjem ruku i nogu, a njegov sin Milan zaposlio se u društvenom ugostiteljskom preduzeću „Galija“. Godine 1966. kada su zakoni promenjeni, Milan prvi otvara kafanu tamo gde i njegov otac, na brdu Kovanluk. Tu počinje legenda zvana „Amerikanac“. Počela je da se širi priča da se nigde ne jede kao kod „Amerikanca“, kao i da se u toj kafani jede ono što se sanja.

Nažalost, Milan je umro ne dočekavši pedesetu godinu, pa je kafanu jedno vreme vodila njegova supruga Dragica, zvana Keva, a kad je stasao njihov stariji sin Nikola, koji je ime dobio po dedu, već čuvena kafana prešla je u njegove ruke. U posao je potom ušao i mlađi sin Jovan Mandić koji za „Turistički svet“ priča o porodičnoj tradiciji.

NEPRIKOSNOVENO CARSTVO ROŠTILJA

- Ovu zgradu deda je kupio 1938. godine, a otac Milan je 1965. opremio u duhu gradske sobe Niša. Sve kafanske scene za film „Zona Zamfirova“ snimljene su ovde. U tom ambijentu je uvek bilo carstvo roštilja. Ono što je za roštilj u Leskovcu bio čuveni Dragi Bure, u Nišu je to bio „Amerikanac“, a u Pirotu „Devet mezeta“. Kafana se brzo pročula. Moja brat Kokan je preuzeo kafanu 1983. godine, a ja sam 1982. godine otvorio kulturni kafić „Džoj“ u Dušanovoj ulici. Bila je to novina u Nišu. Prvi sam doneo espresso, kapučino, tost, muziku od dvesta vati. Novinar Doderović me nazvao ubicom niškog korzoa, jer su se mladi iz čuvene Hipi doline preselili u kafić. Posle su počeli da niču kafići i kad ih je bilo preko pedeset u gradu, ja sam u Jeronimovoj ulici otvorio restoran „Amerikanac 2“ u kojem su služeni specijaliteti italijanske kuhinje i mediteranska hrana. Hteo sam da ponudim nešto novo Nišu. Bila je to novina za ceo jug Srbije. Tako smo postali nezaobilazni. Oni koji su hteli da jedu ribe i ostalu mediteransku hranu, dolazili su kod mene, a oni koji nisu hteli da se liše ukusa roštilja, odlazili su kod Kokana. Ugostio sam brojne poznate ličnosti, od princa Tomislava Karađorđevića do Milana Panića. Godine 2001. dobio sam nagradu Turističke organizacije Srbije „Turistički cvet“. „Amerikanac 2“ radio je do 2003. godine, a

Na CARSKOM DRUMU putovanje kroz VINSKO VREME

Na samo nekoliko kilometara od Niša, uz auto put Niš - Sofija, na putu rimskih imperatora, *Podrum Malča*, izgrađen 1903. godine, predstavlja jedinstvenu viševjekovnu sintezu puteva vina koji su se na ovim prostorima ukrštali, mimoilazili, prožimali i na kraju spojili u ovom podrumu koji predstavlja nesvakidašnji spoj tradicije i kulture rimskih imperatora, srpskih vladara i starih majstora vina.

Na ovom jedinstvenom mestu, ljubitelji vina i istorije mogu doživeti istinsko "Putovanje kroz vinsko vreme", obilazeći četiri vinske kuće iz četiri različite vremenske epohe i upoznati isto toliko načina negovanja vina.

Rimska kuća – podrum sa amforama srce je vinske priče. Ovde vino "živi" u amforama, najstarijim vinskim sudovima iz Gruzije, koje je vinarija Malča prva donela u Srbiju. U osam glinenih amfora od po 2.000l, zakopanim u zemlju, vino dugo macerira na pokožici stvarajući vina neobičnih ukusa, onakva kakva je nekada pio i sam Konstantin Veliki.

Nemanjića kuća – je podrum sa drvenim bačvama u kom se proizvode rujna vina kakva su se pila u vreme Nemanjića, kakvo je, na primer, roze vino od autohtone sorte *crna tamjanika*.

Srpska kuća iz sredine XX veka – podrum je u kome se vina neguju u betonskim fermentorima, gde se može testirati crveno poluslatko vino *Kalča*, negovano po staroj niškoj recepturi.

Savremena vinarija – mesto je gde se vina neguju po najsavremenijoj tehnologiji i inoks fermentorima, a premium linija koja se u njoj rodila nosi naziv ANONYMUS.

Kako svako putovanje, pa i vinsko – ima kraj, u Podrumu Malča sve se završava u **restoranu u rimskom stilu**, gde uživanje u vinu, na terasi okruženoj vinogradom, upotpunjuju jela po starim recepturama. U sastavu kompleksa Podruma je i prodavnica domaćih vina, rakije i sirćeta – suvenira uz koje se vinsko putovanje nastavlja i kroz vreme i kroz prostor.

- A kako ljubav stvara sve, upravo u ovom podrumu stvoreno je i *Vino za dvoje* - sa osmehom poručuje srdačni tim Vinskog podruma Malča, koji tvrdi da mu je osnovni cilj - proizvodnja sreće!



ZLATNA CARICA JELENA

Vina iz Podruma Malča ovogodišnji su pobednici na prvom međunarodnom ocenjivanju vina iz amfore, koje je održano u Gruziji. Belo vino *Carica Jelena* dobitnik je **zlatne medalje** sa 90,8 bodova, dok je *Konstantin Veliki* – crveno vino kupaže kaberne sovinjona i merloa, osvojio bronzanu medalju!



KULTNA NIŠKA KAFANA „AMERIKANAC“

„Amerikanac 1“ do 2010. godine. Dve godine je bio prazan, a onda smo ga izdali iskusnom ugostitelju Jovanu Milovanoviću, koja sada radi pod mojim nadzorom. Dogovorili smo se da ništa ne menja, da sačuva enterijer, baštu, kvalitet hrane - ispričao nam je Jovan Mandić.

STECIŠTE INTELEKTUALNE ELITE, JAVNIH LIČNOSTI, ALI I OBIČNOG SVETA

Jovan se deset godina uspešno bavio i kateringom. Pripremio je preko sedamsto koktela, spremao je hranu za tri i po hiljade gostiju na otvaranju fabrike „Filip Moris“, za hiljadu posetilaca izložbe „Niš art fondacije“ u Fabrici duvana, u Novom Sadu je nahranio goste Matice srpske, nosio je svoje specijalitete u Beograd, spremao za razna sportska takmičenja, festivale...

„Amerikanac“ je bio stecište glumaca, umetnika, muzičara, novinara, doktora nauka, profesora, ali i običnih ljudi i svako je odavde morao da izađe zadovoljan. Posebne dogodovštine vezane su za druženje i zabavu glumaca tokom Niških filmskih susreta, kada su uz iće i piće ostajali do zore.



Before he sailed into the catering waters, a founder of famous Niš restaurant Nikola Mandić treated people and thought about opening a sanatorium, and then he turned to the business that celebrated him and his successors, and Niš placed on the map of the top restaurant offer.

- Tih sedam dana se nije spavalo. Osvanjivali smo ovde. Posebno pamtim Batu Živojinovića koji je imao običaj da uđe u našu staru kuću kod moje majke i da se izvali na trosedu kao u svojoj kući. Bio je prirodan i spontan. Veliki laf bio je Gaga Nikolić. Sa mojim kumom Tikom Arsićem sam voleo da popijem. Sarajevskom glumcu Emiru Hadžihafizbegoviću su jednom prilikom ukrali patike, pa mu je moj brat Kokan kupio nove. Posle toga razvilo se prijateljstvo koje i danas traje između Sarajeva i Niša. Negde na početku filmskih susreta, ovde je svirao orkestar legendarnog Fejata Sejdića. Tu scenu nikada neću zaboraviti. Trubači su bili sakriveni u

bašti i po krošnjama drveća, a onda su zasvirali melodiju „Izgubljeno jagnje“ i počeli da se pojavljuju niotkuda. Sećam se promocije filma „Ni na nebu, ni na zemlji“. Bila je cela fenomenalna ekipa - Dragan Zarić, Bogdan Diklić, Igor Pervić, Radmila Živković, Bajaga. Ja sedim sa Draganom Jovanovićem, Brankom Pujić i Anom Sofrenović i kažem Ani: Ove večeri ćeš i ti da pevaš, a ona pita: Otkud to? Počne pesma, svirka, jedan za drugim ustaju i pevaju, zapeva i Ana. Veselje je trajalo do zore. Mogao sam da nanjušim ludo veče. U pola šest ujutru odem kod čuvenog pekara Antona, kupim burek, isečem ga i podelim svima, da ih domaćinski ispratim na spavanje, priča legendarni ugostitelj sa puno emocija.

- Brat i ja smo ovde ispričali jednu gradsku priču, čestitu, ljudsku, iskrenu. Iz naše kuće niko nije otišao nezadovoljan, a prošlo je milion ljudi - sa setom ali punog srca završio je Jova Mandić.

Milan Momčilović



PREMIUM ČAJ

Kompanija Yumis je prošle godine, proizvodne kapacitete dopunila najsavremenijom mašinom za pakovanje čajeva premium kvaliteta. Kombinacija vrhunskog kvaliteta sirovine i filter vrećica u aroma omotaču, izdvajaju čajevе iznad standardnih nivoa. Aroma omotač je čuvar arome koji omogućuje da užitak ispijanja čaja bude potpun i bogat raznovrsnim ukusima. U paleti premium čajeva možete naći od standardnih ukusa kamilice i nane, preko crnog i zelenog čaja sa đumbirom i limunom, i mix 9 biljaka, čaj za miran san sa valerijanom, ali i voćne ukuse jabuke sa cimetom, brusnicu-borovnicu, hibiscus, šumsko voće.

Kompanija YUMIS iz Niša osnovana je 1991. godine. Osnovna delatnost kompanije je proizvodnja supa, začina, pudinga, šlagova, čajeva, konditora i drugih proizvoda. YUMIS proizvodi zauzimaju značajno učešće na domaćem ali i inostranim tržištima - u Makedoniji, Crnoj Gori, Albaniji, Bosni i Hercegovini, Kosovu, Hrvatskoj, Sloveniji, Grčkoj, Italiji, Nemačkoj, Francuskoj, Austriji, Švedskoj, Češkoj, USA, Bugarskoj, Rumuniji, Rusiji, Belorusiji, Somaliji, Keniji, Australiji.

Kvalitet proizvoda i celokupnog poslovanja potvrđuju sertifikati HACCP, IFS, ISO 9001, ISO 14001 i HALAL.

Pored garancije kvaliteta za sopstveni brend, YUMIS stoji iza kvaliteta proizvoda iz svog asortimana pod privatnom robnom markom velikih sistema: RIAL, K PLUS, 365, PREMIA LION, BAS BAS, ARO, TOP BUDGET, BRAVO, ALLORO, VERO, SPAR, FINO, IWI ALLKRYDDA, LENIS KRYDDA, BONUS PLUS, MARINERO, PICANTINA.



U KRALJEVSKOJ BANJI:



Mesto koje vas voli!

U najlepšem delu Sokobanje, iznad mermernog šetališta, otvoren je novi luksuzni objekat Nataly Spa, po svim standardima jedan od najboljih ili baš onakav kakav pristaje ovoj kraljevskoj banji.

Nataly Spa ima 14 luksuzno opremljenih studia u A objektu i 4 u objektu B. Sve sobe imaju lcd televizore, wi-fi i kablovsku televiziju. On je, inače, energetski efikasan, moderno građen objekat sa travnatim krovom i panoramskim terasama, čiji sadržaja takođe čine i lobby bar, restoran, bazen sa regulisanom temperaturom, hidromasažerima i vodenim slapom, kao i mali ali neverovatno bogat i funkcionalan Nataly spa u donjem nivou objekta.

Prijatan ambijent i mnoštvo sadržaja, poput: Jacuzzi-a, parnog kupatila, finske aromatherapy saune, tropske kiše, kneipp klupe, tople klupe, slane pećine, soba za masažu – idealni su za opuštanje i revitalizaciju. Baš kao i veliki izbor kvalitetnih masaža koje će vas i ako niste bili, pretvoriti u - nepopravljivog hedonistu! Posle egzotičnih pilinga, velikog izbora klasičnih masaža, royal masaže, specijalnog Spa pilinga, "hot stone" masaže, lomi lomi, shiatsu i mnogih drugih – bićete sasvim sigurno najbolja verzija sebe.

Nataly Spa – mesto koje Vas voli!



www.natalyspa.com
018/830-240
060/6015187

NAJSAVREMENIJA OČNA BOLNICA U REGIONU

Da bi se postigao visok standard po kome je "Klinika Maja" poznata, svakom pacijentu i njegovom lečenju pristupa se sa posebnom pažnjom. U "Klinici Maja" svakodnevica je prožeta prijateljskom atmosferom, ljubavlju i pozitivom, a otvoren odnos sa pacijentima je ono što ovu očnu bolnicu posebno izdvaja. Duh zajedništva koji vlada u "Klinici Maja" uliva poverenje pacijentima i omogućava im da se osećaju kao deo tima.

Profesionalizam i izvrsnu negu garantuju oftamolozi sa više od 20 godina iskustva u sledećim oblastima:

- Lasersko skidanje dioptrije
- Operacija katarakte
- Hirurgija očnog dna
- Dijagnostika

"Klinika Maja" poseduje medicinsku opremu koja je na samom vrhu tehničko – tehnoloških inovacija na globalnom nivou.

Pored toga, jedna je od retkih očnih bolnica na ovim prostorima koja je opremila posebnu prostoriju za najmlađe pacijente. U dečijem kabinetu stručan tim oftalmologa vrši preglede na najsavremenijoj opremi u prijatnom ambijentu, koji je prilagođen dečijem uzrastu.

"Kliniku Maja" odlikuje i organizacija naučnih skupova zarad sticanja novih znanja i razmene iskustava sa oftalmolozima iz regiona i inostranstva, kako bi "Klinika Maja" ostvarila svoju viziju: dostizanje najvišeg nivoa kvaliteta usluga i lečenja.



Specijalna bolnica za oftalmologiju
"Klinika Maja"
Vizantijski bulevar 33, 18000 Niš
018 / 533 036, www.klinikamaja.rs



OD SPECIJALISTIČKIH PREGLEDA DO KRALJEVSKE MASAŽE

Već pet decenija ova elitna zdravstvena ustanova objedinjuje najsavremenija znanja u oblasti kardiologije, reumatologije, fizikalne medicine i ortopedije i prirodne faktore ovog lečilišta – termalnu vodu, peloid i gas radon. U stacionarnom delu raspolaže sa 560 postelja u tri objekta – „Radonu“, „Zelengori“ i „Termama“, a u sastavu Instituta je i Wellness centar „Sens“ sa mnoštvom sadržaja za potpuno opuštanje i revitalizaciju.

Institut za lečenje i rehabilitaciju „Niška Banja“ je zdravstvena, naučno-obrazovna i istraživačka ustanova, naučna baza Medicinskog fakulteta Univerziteta u Nišu. Više od pedeset godina u svojoj zdravstvenoj delatnosti objedinjuje najsavremenija znanja iz oblasti kardiologije, reumatologije, fizikalne medicine i ortopedije sa prirodnim faktorima – termalnom vodom, peloidom i radonovim gasom.

Svoju osnovnu delatnost obavlja kroz stacionarni i ambulantno-poliklinički deo. U stacionarnom delu raspolaže sa 560 postelja koje su smeštene u tri objekta – „Radonu“, „Zelengori“ i „Termama“. Ambulantno-poliklinički deo obavlja kroz rad specijalističkih ambulanti i pružanjem dijagnostičkih zdravstvenih usluga, dok zdravstvenu delatnost obavlja u klinikama za kardiologiju, reumatologiju, ortopediju, kao i na klinici za specijalizovanu rehabilitaciju, prevashodno obolelih od kardiovaskularnih bolesti. Kardiološka klinika ima 40 postelja, koronarnu jedinicu i poluintenzivnu negu. Reumatologija takođe ima 40 postelja i po rečima **prof. dr Marine Deljanin Ilić**, direktorke Instituta, jedina je klinika za reumatologiju



južno od Beograda. Na klinici za ortopediju uspešno se rade operacije kukova, kolena, kičme. Ostali kapaciteti namenjeni su za specijalizovanu rehabilitaciju.

NAJSAVREMENJA OPREMA I SVETSKI STRUČNJACI

- Svaki objekat u Institutu raspolaže kompletnim terapijskim blokom, bazenom i celokupnom savremenom opremom za

fizikalnu medicinu i rehabilitaciju. Imamo najsavremeniju opremu za neinvazivnu dijagnostiku i terapiju u oblasti kardiologije i reumatologije. Uporedo razvijamo i ljudske resurse, jer oprema bez stručnjaka ne znači ništa. Institut ima aparat za 24-časovno registrovanje elektrokardiograma, kontinuirano registrovanje krvnog pritiska, ne samo peri-

fernog, nego i za neinvazivno merenje centralnog krvnog pritiska. Takav aparat imamo jedini van Beograda. Takođe, imamo najsavremeniju opremu za eho kardiografske testove, za trodimenzionalnu ehokardiografiju, kardiopulmonalne testove opterećenja, standardne testove opterećenja fizičkim naporom. Posedujemo i aparat za kardiotorokalnu bioimpedansu, posebno savremene metode, evaluaciju i praćenje terapije kod bolesnika sa hipertenzijom i kod bolesnika sa srčanom insuficijencijom - ističe naša sagovornica.

Institut ima i laboratoriju, rendgen za kardiologiju i reumatologiju, a u okviru klinike za reumatologiju i magnetnu rezonancu za periferne zglobove. Naravno, i ortopedija raspolaže najsavremenijom opremom za hirurške intervencije. Prof. dr Marina Deljanin Ilić, inače, specijalista interne medicine, kardiolog, ističe da ovde postoje i najsavremenije sale za sprovođenje fizikalnog treninga sa kontinuiranim monitoringom krvnog pritiska i srčane frekvencije, tako da je rizik od eventualnih neželjenih pojava sveden na minimum, jer su pacijenti pod stalnom lekarskom kontrolom.

BRIGA O STANDARDU PACIJENATA I GOSTIJU

Osim lečenja i rehabilitacije pacijenata, posebna briga vodi se i o njihovom standardu. Od donacija zaposlenih, Narodne biblioteke Srbije i Matice srpske formirana je biblioteka čiji se knjižni fond uvećava svake godine. Otvorene su četiri nove kardiološke



ambulante u kojima radi osam lekara, pa su tako rasterećene reumatološka i fizijatrijska ambulanta. Obezbeđeni su i bolji uslovi u čekaonicama, postavljeni televizori, na četvrtom spratu „Radona“ otvoren je još jedan restoran za komercijalne

NAJVAŽNIJI SU LJUDSKI RESURSI

– Naši lekari nisu otišli ni na jedan kongres, a da nisu imali izlaganje. Upravo sam se vratila sa Evropskog kongresa kardiologa u Barceloni gde sam imala dva rada. Iz našeg Instituta imali smo pet radova. Na odgovarajuće specijalizovane skupove idu medicinske sestre i tehničari, fizioterapeuti i nemedicinsko osoblje. Učestvujemo i na sajmovima. Uvek proveravamo mišljenje pacijenata da vidimo gde smo i kako radimo i uvek dobijamo ocenu iznad četiri i po. Ali uvek postoji nešto što može da se popravi. Institut i sam organizuje simpozijume – jedne godine iz oblasti kardiovaskularnih bolesti, a druge godine iz oblasti reumatologije. Učestvuju najeminentniji lekari i naučnici iz zemlje i inostranstva i to - bez kotizacije. Sa svakog simpozijuma objavi se knjiga radova i saopštenja koja je odlično štivo za pripremanje specijalističkih ispita i za edukaciju, navodi profesor dr Marina Deljanin Ilić.

goste. Otvoren je internet kafe. Svi objekti imaju internet, dosta je uloženo i na osavremenjavanju ponude u Wellness centru „Sens“, gde su, pored klasične masaže, uvedene i nove metode saune, kraljevska masaža, masaža sa filipinskim školjkama i ajurvedska masaža toplim uljem. Vežbe u vodi primenjuju se i kod vaskularnih pacijenata kod kojih ne postoje kontraindikacije.



Postoje paketi i za tzv. *check up* programe – za one koji žele da na vreme evaluiraju zdravstveno stanje kardiovaskularnog ili lokomotornog sistema. Oni mogu da dođu na tri, pet ili sedam dana, da izaberu program i obave sve preglede. Radi se o tzv. menadžerskim programima za ljude koji imaju naporan i stresan posao. Oni u Institutu mogu da obave kompletne preglede i da dobiju odgovarajuću terapiju. Tako im se pruža mogućnost da spoje lepo i korisno, odnosno, da se leče i da uživaju. **PR**

Milan Momčilović

Od USNULE BANJE do TURISTIČKOG BUTIKA

I posle 172 godine, Palić je ostao šarmantno, toplo, prijatno, tiho mesto za odmor, provod i lečenje, nešto kao „turistički butik“, ušuškan u skladni spoj jezera, parka, vila, voćnjaka, vinograda, porodičnih privatnih vinarija, salaša i kupališnih sadržaja.

Palić je imao sreću da turizam tu počne da se razvija samo četiri godine posle prvog organizovanog putovanja čiji je vođa bio Tomas Kuk 05. jula 1841. godine. I tako već 172 godine.

Prirodno, tipično nizijsko jezero, nesvakidašnjih pejzaža, Paličko jezero ima i lekovitu vodu. Ugovorom iz Požuna, kojim je grad Subotica dobio u posed jezero i okolinu, odlučeno je da se Palić izgrađuje kao izletišta, letovalište, kupalište, odmaralište i lečilište. „Kure“ lečenja su najčešće dugotrajne u nekim slučajevima i više nedelja, pa je bio nužan smeštaj u „banjskim odajama“ ili u sopstvenim kućama, letnjakovcima, vilama.

MESTO GDE JE NAJBOLJE

„Reč banja asocira najpre na lečilište, ali i u zbilji i u žargonu predstavlja ukupnost udobnosti, komfora, blagodeti, ugođaja, uživanja, provoda, zabave dakle mesto gde je najbolje.“ Svaka uređena banja mora da počiva na in-

stituciji i pravilnicima što podrazumeva stalno dobro održavanje, uvođenje novotarija kad god se negde otkriju i pokažu, grade se sve udobniji hoteli, pažljivo se bdi nad graditeljskim redom, higijenom, drži se čvrsto red i vodi računa o onom magičnom pojmu **ATMOSFERI**.

Paličke kupališne ustanove su bile Banjski institut, impresivna transferzala, Hoteli „Park“ i „Jezero“, „Mala gostiona“, bioskop „Abazija“, Apoteka, Pošta, Žandarmerijska, Tramvajska i Železnička stanica.

Banjsko lečilište obuhvata lekarske dijagnoze i terapije, postupke poput vežbanja i procedura, i klimatski faktor. Vazduh na Paliću je povoljan za popravljavanje disajnih kanala, nervnih stanja, krvne slike.

LEKOVITA VODA

Čistoća jezerske vode je bezuslovan zahtev za obnavljanje banje Palić. Samo čista voda ima lekovita svojstva. Voda paličkog jezera je bo-

gata brojnim mineralnim elementima (kalcijumom, kalijumom, magnezijumom, bikarbonatom, i dr.), povoljno utiče na smanjenje kiselosti organizma, što se postiže preko kože kupanjem, a što pomaže zdravlju.

Palička voda je alkalna što omogućava čoveku, prema podacima Dr Emila Libmana, da kupanjem leči kožna oboljenja, kostobolje, hemoroidalne čvoriče, proširene vene na nogama, kod bolesnika sa hroničnim kožnim oboljenjima (psoriasis), kod bolesnika sa opštom slabošću, kod bolesnika sa škrofulozom, upalom bešike, upale jajnika, začepljenosti jajovoda....

Palić je bio pun sadržaja kao što su promena koncerti, ukusna i zdrava hrana koja se služila u gostionama, sobe za čitanje, za razgovore, za sastanke. Ispred i iza svega su ljudi - dobri ugostitelji, hotelijeri, domaćice, nastojnici, inspektori, upravitelji i čuvari reda.

KULTURA I SPORT

Organizovani su kulturni, a naročito sportski događaji.

U početku su to bile pozorišne predstave visokih standarda sa naplatom ulaznica. Kasnije su se tome pridodali koncerti, balovi na otvorenom i u balskoj dvorani „Kursalona“ (današnja Velika terasa), večernje svetkovine poput Ana bala ili „Venecijanske noći“. Svoj doprinos dali su Aleksandar Lifka sa pokretnim slikama, pevači, pesnici, putopisci, čuveni novinari, slikari, skulptori, muzičari



Hotel "Jezero", razglednica iz albuma Dragutina Miljkovića, 1912



Palić is, after 172 years – for how long it is active, still charming, warm and pleasant place for rest, fun and healing treatments, tucked into a harmonious mix of lake, park, villas, vineyards, family private wineries, farms and bathing facilities.



Palićka transferzala, razglednica iz albuma Zavoda za urbanizam Subotice, 1927.

svake sorte. Za te potrebe izgrađeni su pozorište, muzički paviljon, kursalon, Ženski štrand, šetalište, a kasnije i bioskop „Abazija“, i na kraju Letnja pozornica.

Palić je prepoznat kao utočište, dobro mesto za odličan prijem, inspiraciju, izazov i opet poslovni aranžman.

Sport kao deo turističkog profila na Paliću ponudio je i osmislio Lajoš Vermeš. On je prepoznao veličanstvenu harmoniju jezera, blagodeti šarolikog parka i skladne koncepcije objekata, shvativši da su idealni uslovi i za visoke domete. Palić je imao Vermešovo „Olimpijsko selo“, a sačuvao je do danas još tada postavljene teniske terene, smeštene u hladu stotnjeg Velikog parka.

MESTO ZA ODMOR, PROVOD I LEČENJE

Palić je ostao šarmantno, toplo, prijatno, tiho mesto za odmor, provod i lečenje, nešto kao „turistički butik“, ušuškan u skladni spoj jezera, parka, vila, voćnjaka, vinograda, porodičnih privatnih vinarija, salaša i kupališnih sadržaja.

Ovo je zahvalnica Janošu Škulteti, Dr Petru Stojkoviću, Lajošu Vermešu, Jožefu Pirošu, Dr Jene Revfiju, Kostu Petroviću i Kostu Medakoviću, koji su na Paliću ulagali svoja sredstva, gradeći objekte za ponos.

Neka ova priča, napisana na osnovu knjige Dragutina Miljkovića „Banja Palić“, bude inspiracija sadašnjim i budućim generacijama,

Vodotoranj, razglednica iz Zavoda za urbanizam Subotica, 1928.



koja će okupiti stvaralačku ekipu, sabrati divne energije i pokrenuti građenje Banje Palić. Ovo je riznica istorijskih zapisa, dokumenata i činjenica na jednom mestu. Sve je lakše probuditi, graditi, razvijati i unapređivati kada postoje zdravi koreni i temelji.

Olivera Lajić Imbronović
direktorka Hotela Prezident Palić i
ljubiteljka Palića

NEBOJŠA DARABOŠ, DIREKTOR DOO PARK PALIĆ:

CILJ: PALIĆ - MODERNA EVROPSKA DESTINACIJA VISOKE KATEGORIJE

Osniavanjem DOO Park Palić, Grad Subotica, AP Vojvodina i Republika Srbija, s ciljem da radi na realizaciji projekta koji će učiniti da Palić postane moderna evropska destinacija visoke kategorije, poslata je jasna poruka da je Palić destinacija u koju vredi ulagati i koja ima poseban značaj za razvoj turizma u Srbiji. Ono što se konačno sa sigurnošću očekuje u narednom periodu je rebrandiranje Subotice i Palića kao turističkih destinacija, što će pratiti infrastrukturno jačanje i prilagođavanje smeštajnih i kongresnih kapaciteta potrebama savremenih turista.

STRATEŠKI RAZVOJ PALIĆA

- Pravci razvoja Palića uređeni su Master planom, a upravo zadatak DOO Park Palić je njegova realizacija – ističe Nebojša Daraboš, direktor ove kuće, i dodaje: - U skladu sa ovim planom, okosnicu razvoja turizma na Paliću činiće zdravstveni i MICE turizam, dok će se paralelno raditi na razvijanju dodatnih

sadržaja u cilju obezbeđivanja kvalitetne turističke ponude tokom čitave godine, te amortizovanja negativnih efekata sezonskog karaktera tražnje.

Trenutno radimo na uređenju postojeće infrastrukture koja za Palić ima poseban značaj, jer su uglavnom u pitanju objekti po kojima je Palić prepoznatljiv, kao što su Velika teresa, Letnja pozornica i Termalni bazen. Takođe, intenzivno se radi na razvoju turističke i komunalne infrastrukture. Nastojaćemo da iz sopstvenih sredstava i sredstava dobijenih preko projekata, u što kraćem roku Paliću vratimo stari sjaj i pripremimo ga za dalji razvoj putem privatnih investicija ili javno-privatnih partnerstava – kaže direktor Daraboš, naglašavajući da se radi o elitnoj, luksuznoj destinaciji, sa turističkom tradicijom dužom od 170 godina.

DESTINACIJA S JEDINSTVENIM ŠARMOM

Nemoguće je govoriti o Paliću a ne pomenući njegove izvorne vrednosti, kao što su

prirodne lepote Velikog parka i jezera, raskošne spomenike secesije i bogato kulturno - istorijsko nasleđe i tradiciju. Upravo te vrednosti daju Paliću jedinstven šarm i čine ga prepoznatljivom i jedinstvenom destinacijom. Spajanjem ovih vrednosti sa jedne strane, kao i praćenje savremenih trendova na tržištu sa druge strane, želimo da Palić visoko pozicioniramo na turističkom tržištu regiona i Evrope putem njegove jedinstvenosti, ali i savremenosti, te odgovorimo na najzahtevnije potrebe i zahteve turističkog tržišta na najbolji mogući način.

PREPOZNATLJIVI SIMBOLI PALIĆA

Velika terasa je glavno i najveće palićko здаnje, kroz koje prolazi centralna šetališna staza, i najznačajniji je objekat graditelja Palića s početka XX veka Deže Jakaba i Marcela Komora, izgrađen u stilu secesije. Od te 1912. godine služila je kao kur-salon, mesto za zabavu, sa višenamenskom balskom dvoranom, poslastičarnicom, restoranom, pro-





With the establishment of the company Park Palić, the City of Subotica, the AP Vojvodina and the Republic of Serbia, with the aim of working on the realization of a project that will make Palić become a modern European high category destination, a clear message has been sent that Palić is a destination worth investing in and has a special importance for the development of tourism in Serbia. What is ultimately expected with certainty in the coming period is the rebranding of Subotica and Palić as tourist destinations, which will accompany infrastructure strengthening and adaptation of accommodation and congress capacities to the needs of modern tourists.

davnicama i dve velike terase povijene u blagom luku. Posle tačno jednog veka, Velika terasa postaje najznačajniji kongresni centar u okruženju.

Ženski štrand - jedinstveno kupalište krasi arhitektonsku celinu secesije Komora i Jakaba, na spoju obale i jezera. Podignut je 1909. godine, po ugledu na sojenice, na drvenim stubovima na vodi. Jedini pristup sa kopna ostvaren je malim mostićem, dok je nizom kabina zatvoren prema obali iz razloga što su kupaćice, za koje je isključivo i bio namenjen, morale biti skrivene od znatizeljnih pogleda šetača na obali.

Vodotoranj je prvi u nizu objekata podignutih 1912. godine u stilu secesije, ujedno i simbol Palića. Stoji kao kapija na glavnom ulazu u Veliki park još od kad je tramvaj spajao grad Suboticu sa banjom. Sa tornjem i paviljonom, koje povezuje centralni svod ukrašen rezbarenim i bojenim erdeljskim šarama, nekada je predstavljao i značajni vodovodni objekat ali i tramvajsku stanicu.

Muzički paviljon je najmanji objekat specijalne namene. Početkom XX veka bio je mesto malih promenadnih koncerata kojima su muzičari doprinosili boljem ugođaju gostiju ovoga mondenskog letovališta. Gradsko veće je tada sklopilo ugovor koji nalaže da 13 članova njegovog orkestra svakog dana tokom juna, jula i avgusta svira promenadnu muziku.

Bagojvar i Vila Lujza - Bagojvar, ili u prevodu Sovina kula, i vila Lujza podignute su 1892. godine u okviru sportskog kompleksa Lajoša Vermeša, istaknutog sportiste i osnivača Paličke olimpijade 1880. godine. Vile su izgrađene u tada pomodnom švajcarskom stilu, sa obilatom upotrebom drveta i crepovima od čuvene Žolnai keramike. Nekada se tu nalazila

asfaltna biciklistička staza, tribine, paviljoni za vežbanje, letnja pozornica i kafana, a danas, pored Bagojvara stoji bista Lajoša Vermeša.

Plave vaze od keramike Žolnai iz Pečuja, sa likom vodenih božanstava, bile su namenjene bečkom Glavnom parku. U fabrici Žolnai izradili su više primeraka, a dve vaze je vlasnik fabrike 1910. poklonio Paliću u znak zahvalnosti za obilato korišćenje njegove keramike u izgradnji grada. Pet od šest primeraka u bečkom parku je razbijeno ali su vandali i vojnici iz Drugog svetskog rata pokušali da unište i paličke vaze. Na sreću, vaze su, iako znatno oštećene, uspele da se rekonstruišu.

Kongresni centar Palić omogućava organizaciju različitih vrsta poslovnih i ostalih događaja u skladu sa potrebama klijenata. U sklopu kongresnog centra nalaze se tri objekta: Velika terasa, Eko centar i Letnja pozornica.

Velika terasa je najznačajniji objekat na Paliću, izgrađen u stilu secesije 1912. godine. Posle tačno jednog veka, Velika terasa postaje najznačajniji kongresni centar u okruženju. Raspolaze sa tri kongresne sale, maksimalnog kapaciteta 360 mesta, namenjene za održavanje kongresa, konferencija, sastanaka ali i raznih izložbi, manifestacija i performansa.

Eko Centar se nalazi na samoj obali jezera Palić. U njegovom sastavu je amfiteatar sa 120 mesta, projektor, predavački sto i govornica sa mikrofonima.

Letnja pozornica se nalazi u Velikom parku i predstavlja pozornicu na otvorenom. Obzirom na svoju specifičnost i građu od kamena, idealna je za organizovanje letnjih predstava, koncerata i sličnih događaja. Raspolaze sa 1.000 mesta za sedenje, a poseduje i prostor od oko 100 kvm za organizovanje raznih prijema. PR



Oaza hedonizma,
pronađite sebe.



Duh secesije, umerena doza prefinjenosti i elegancije, i gostoljubivost mladog osoblja učiniće da doživite nešto sasvim novo, ali sa osećajem kao da ste kod kuće!



Jožefa Hegediša 14, Palić
Tel: +381 24 755 455, fax: +381 24 753 033
www.hotelpalicsort.rs
office@hotelpalicsort.rs



Vina iz prošlosti za budućnost

Panonskog mora više nema, ali je zato pesak ostao da greje i
rađa neka od najkvalitetnijih vina Srbije...

Vinska tradicija Subotičko-horgoške pešcare duga je više od 2.000 godina. Čitav Subotički rejon leži na peščanom tlu koje je ovde ostalo nakon povlačenja Panonskog mora. Upravo iz tog razloga, sva vina ovoga kraja zovu se „vinima sa peska“. Realno, kako god da dolazite na krajnji sever Srbije, već prvi kontakt vaših stopala sa ovom zemljom izazvaće blagu nevericu. Sitan beli kvarc, prefinjene strukture osvojiće vas na prvu i učiniti da osećate kao da se nalazite na nekoj od prelepih plaža Mediterana. Na kraju, ovo možda i nije tako daleko od istine...

Danas, Subotički rejon zauzima površinu od (veoma precizno) 38.561,93 hektara, gde je najveće Paličko vinogorje. Najveći deo rejona prostire se na nadmorskoj visini od 80 do 130 metara i tipično je ravničarski. Kvalitetne sorte vinove loze, umereno kontinentalna klima i kvarcni pesak, koji odbija sunčeve zrake i tako dodatno zagreva lozu, čine Paličko vinogorje jednim od najinteresantnijih u celoj Srbiji.

Jedan od najslavnijih trenutaka svoga postojanja, vina sa peska doživela su početkom 18. veka kada je pošast filoksera harala Evropom. Filoksera (*Phylloxera Vastatrix*) je u suštini biljna vaš koja se nastanjuje

ispod kore vinove loze i praktično iznutra nezaustavljivo uništava biljku, a potiče iz Severne Amerike. To je bio glavni razlog zbog koga evropske sorte vinove loze nisu uspevale na američkom kontinentu, iako su vinogradari tada verovali da je to zbog „otrovnog tla“. Ipak, neke američke sorte vinove loze, razvile su otpornost na ovu vaš, ali su zato postale i ozbiljan prenostilac iste. Tako je filoksera stigla u Evropu i poharala skoro sve vinograde. Činjenica da pomenuta vaš ne može da se kreće po pesku,

NAŠA PREPORUKA:

KADARKA FANTAZIJA 2012, VINARIJA TONKOVIĆ

Rubin crvene boje, elegantno i sveže već na prvi doživljaj, srednje pokretljivo u čaši, donosi mirise sitnog crvenog i crnog voća, ali i obilja višanja. Sjajno gastronomsko vino, koje se lako sljubljuje sa hranom. Osim tradicionalno uz crvena mesa, treba ga probati i uz lososa npr., ali i uz jela na bazi crvenih sosova.



sačuvala je čitav Subotički rejon. Zahvaljujući tome, ovde su opstale i mnoge stare sorte grožđa, a neke od njih se i danas gaje.

Od autohtonog vinskog sortimenta, nekada su se najviše gajile kadarka, među crnim i kevedinka među belim sortama. Kadarka (prvobitno Skadarka) je ovde doneta 1690. godine tokom velike seobe Srba pod Patrijarhom Arsenijem Čarnojevićem i odmah je stekla status „gospodskog vina“. Velike količine ovog vina su se izvozile, a ta vina su pile i mnoge slavne ličnosti. Nije tajna da je i čuveni kompozitor Franc List često uživao u po kojoj čaši kdarke i čak je nazivao svojim omiljenim vinom uz koje je stvarao neke od najlepših melodija.

Spoznajući vrednost tradicije i autentičnog vinskog doživljaja, vinari Subotičko-horgoške peščare poslednjih godina sve se više vraćaju starim sortama. Dobar šardone danas možete popiti bilo gde na svetu, ali da biste u potpunosti doživeli neku destinaciju, neophodno je kulturne, istorijske, geografske i druge specifičnosti upotpuniti i jednim gastro-vinskim iskustvom. Mogućnosti su mnogobrojne, a Palić je definitivno jedna od najboljih destinacija za to.

mr Mirjana Maksimović*

Foto: Julio Frangen

*Predsednica **Udruženja Žene i Vino**, iskreni zaljubljenik u nektar Bogova i uporni promoter srpskog vina. Dvodecenijsko iskustvo u svetu marketinga i tržišnih komunikacija, daje joj snagu da u tome traje i istraje.

www.zeneivino.com



Salaš Đorđević



Čarolija davnih dana

Palićki salaš koji je svoj današnji izgled i naziv dobio zahvaljujući svojim vlasnicima - porodici Đorđević, prostire se na oko 8 hektara. Na Salašu dominiraju Restoran, Ribarska kuća, Slavska kuća, otvorene terase okružene poljem lavande, za odmor i uživanje u dobroj hrani, piću i muzici, a moguće je iznajmiti i sobe za odmor. Za razliku od mnogih drugih, Salaš Đorđević, koji neguje najbolju vojvođansku tradiciju, istovremeno poštujući i vreme u kojem egzistira, ima bogatu ponudu prilagođenu različitim ciljnim grupama: kako porodicama, pojedincima, sportistima, đačkim ekskurzijama, tako i kompanijama za organizaciju seminara i team buildinga.

Tokom čitave godine svojim gostima nudi brojne sportske sadržaje, poput terena za tenis, košarku, odbojku na pesku, mali fudbal i naravno boćanje, a ono što krasi ovaj veliki, dobro osmišljeni Salaš je Mladenački i dečji park.

Šarolikosti ponude Salaša doprinose i brojne kreativne radionice, seminari i edukacije o zdravoj hrani, organizacija team building-a, kao i mogućnost da se gosti oprobaju u zajedničkom pripremanju zimnice ili kuvanju pekmeza.

“Autentično, Inspirativno, Gostoljubivo...” - kažu gosti o *Salašu Đorđević*, ne zaboravljajući da dodaju da mu se upravo zato i - vraćaju!



Biljana Đorđević +381 63 585 141

salasdjordjevic@gmail.com, www.salasdjordjevic.com

facebook.com/salasdjordjevicofficialpage





TAMO GDE SUNCE VEČNO SIJA, TAMO JE MAKEDONIJA!

Makedonija i sunce, to je magična simbioza koja se oseća, sinergija koja se vidi. U zlatnim žitnim poljima, u bojama divnih planina, u ohridskom biseru, u sjaju crkvenih ikona, u taktu muzike, ukusu hrane, gutljaju vina, i možda najviše, u iskrenoj toplini ljudi.

Dragi čitaoci, naši uvek dragi gosti iz Srbije,

Makedonija je mala ali bogata zemlja. Bogata drevnom istorijom, čarobnom prirodom, filmskim pejzažima. Sve to uklopljeno na teritoriji od svega 25.713 km² putniku omogućuje skoro virtuelni put kroz stvarnost. Komponovanje simfonije čula. Krešendo lepote.

Beskrajni put kroz istoriju počinje megalitskom opservatorijom Kokino koja se ubraja u četiri najvrednije na svetu, vodi kroz antičke gradove Stobi i Herakleja, rimskom Skupi, srednjovekovnim Ohridom, konzularnim centrom Otomanske imperije - Bitoljem, sve do savremenog Skoplja.

Makedonija vam omogućuje da u pećini Vrelo, u jedinstvenom kanjonu Matka, na samo par kilometara od centra Skoplja, duboko uronite (više od 220 m) u utrobu zemlje, i da se potom ubrzo, preko nepreglednih pašnjaka prelepe Bistre (gde „stražu čuva“ po mnogo čemu poznati Galičnik), popnete na više od 2.000 m visoke vrhove Koraba. A da se potom, tokovima bistrih voda Radike i Crnog Drima, dohvatite Ohridskog jezera, tog unikatnog prirodnog i duhovnog bisera neopisive lepote.

U Makedoniji imate mogućnost i da zakoračite na prostore, kao što je Mariovo, gde imate divan osećaj da je vreme stalo, da ste iskoračili iz svakodnevne ubitačne jurnjave i ušli u spokojnu simbiozu sa prirodom. Ili možda da udahnete čist vazduh i miris borove šume Maleševskih planina, osetite ukus plodova sunčanog Povardarja, da se ogledate u očima Pelistera.

Mešavina mediteranske i kontinentalne klime omogućuje uživanje i u zimskim sportovima i u letnjim toplim avanturama. Zelenilom i raznobojnim cvetovima proleća uvek bude novi život, a jesenje pastelne boje svojim prefinjenim šarmom zauvek osvajaju namernika.

Hrana i vino su brend Makedonije. Nešto što vas ne može ostaviti ravnodušnim. Što vas za čas opčinjuje, čini hedonistom. Što vas osvaja zauvek.

*Makedonija Vas poziva otvorenog srca, prijateljskim zagrljajem,
ljudskom toplinom.*

Допру ја Македонија!



Vera Jovanovska-Tipko

*Ambasadorka Republike Makedonije
u Republici Srbiji*

Počnite da pakujete svoje kofere!

Gde? Makedonija.

Koliko dugo? Dovoljno dugo da zadovoljite svoja čula i žeđ za avanturom.

Koliko će vas koštati? Ukus vina, gostoprimstvo i priče koje će se dugo prepričavati nemaju cenu.

OTKRIJTE MAKEDONIJU, BUDITE DEO DRUGAČIJE PRIČE

Prihvatljivija od drugih evropskih zemalja, Makedonija je broj jedan za ljude koji vole da vide i da ostvare sve što su nekad zamišljali.

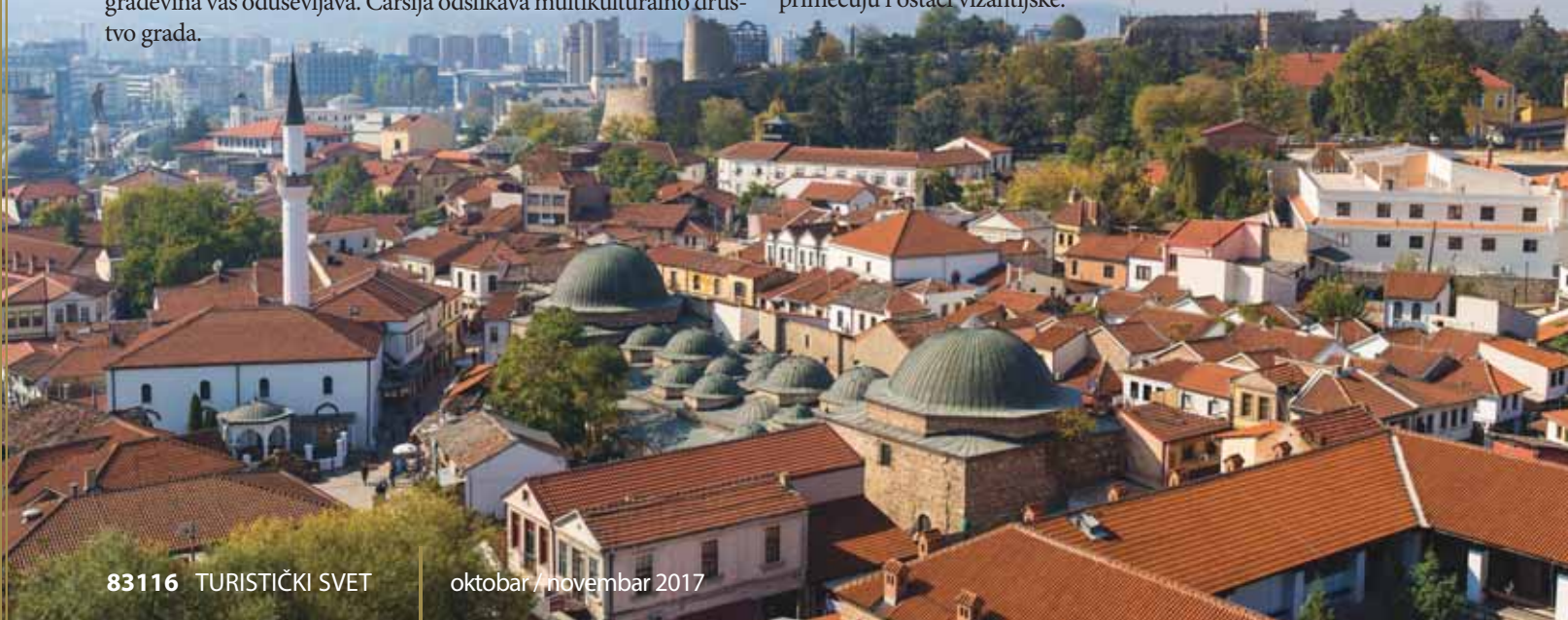
Makedonija se nalazi u srcu Balkana i može da se pohvali sa više od 45 međunarodnih letova, redovnih linija i čartera sa aerodroma u Skoplju i Ohridu. Ako vozite, auto-put E-75, koji počinje od Norveške do ostrva Krita u Sredozemnom moru, odvešće vas pravo u srce Makedonije. Skrenite sa auto-puta i Makedonija je na vašem dlanu sa svojom bogatom riznicom milenijumski starih bogatstava.

Njena površina je 25.713 km², 80 odsto zemlje je planinski, sa 38 planina i 20 vrhova sa nadmorskom visinom iznad 2.000 m. Na teritoriji Makedonije su tri nacionalna parka, 43 jezera - od kojih tri tektonska, 25 glacijalnih i 15 veštačkih. Ima čak 280 sunčanih dana u godini! Zato je Makedonija savršena destinacija za rekreaciju i relaksaciju.

TRADICIONALNA ŠETNJA KALDRMOM STARE SKOPSKE ČARŠIJE

Glavni grad Makedonije je Skoplje, metropola čije urbano srce kuca 24/7. Ukoliko nekog Skopljanca pitate gde može da se oseti duh glavnog grada, on će vas sigurno odmah uputiti u Staru skopsku čaršiju. Postoji jedinstven razlog za to: čaršija je mesto gde se spaja tradicija sa modernim, ona je krvotok grada, mesto gde se poznanstva održavaju i proširuju, u njoj je svaki korak parče istorije, svaka građevina vas oduševljava. Čaršija odslikava multikulturalno društvo grada.

Ona opstaje više od sedam vekova. Prostire se od Kamenog mosta do Bit-pazara i Kaleta. Izgrađena je po ugledu na druge vizantijske metropole. U 16. i 17. veku postala je jedna od najvažnijih orijentalnih čaršija na Balkanu, a sredinom 17. veka u njoj je bilo čak 2.150 radnji. Iako je preživela nekoliko katastrofa, kao što je požar iz 1689. godine ili zemljotres iz 1963, čaršija opstaje do danas i predstavlja ponos grada. Sada prevladuje otomanska arhitektura, ali se primećuju i ostaci vizantijske.





Posebne znamenitosti su hanovi, među kojima Suli han, Kapana han i karavan saraj Kuršumli han; kao i amami kao što su Čifte ili Daut Pašin amam, od kojih svaki nosi svoju neponovljivu priču. Skoro da nema važnijeg objekta iz čaršije koji se danas ne pretvara u galeriju ili muzej.

Simboli grada Skoplja su i tvrđava Kale i Kameni most. Tvrđava se uzdiže iznad grada i mirno posmatra njegovu rasprostranjenost, dok je most podignut iznad reke Vardar i povezuje trg „Makedoniju“ i „Staru skopsku čaršiju“. Od nekadašnje impozantne tvrđave danas je ostao 121 metar dugačak bedemski zid, tri kule i

ogromno bogatstvo otkrivenih arheoloških nalaza, među kojima je i bronzana moneta Aleksandar III. Računa se da je Kameni most izgrađen u 6. veku kada je imao drugačiji oblik od današnjeg. Most je više puta oštećivan i obnavljan, a najznačajniju obnovu imao je 1579. godine. U toku Drugog svetskog rata spašen je rušenja, pošto je sprečeno aktiviranje dinamita koji je postavila fašistička vojska. Za razliku od nekih ranijih burnih vremena, danas je najvažnija uloga pešačkog Kamenskog mosta da spaja dve obale reke Vardara i povezuje stanovnike Skoplja i njihove kulture.

Skoplje vas poziva na šetnju tesnim ulicama popločanim kaldrmom kroz lavirinte čaršije. Izgubite se u lepotama arhitekture, posetite neku radnju, okusite lahmadžun, čevape ili burek, zasladite se ratlukom i popijte čaj!

MAKEDONIJA VAS POZIVA NA AKTIVNO DRUŽENJE SA PRIRODOM

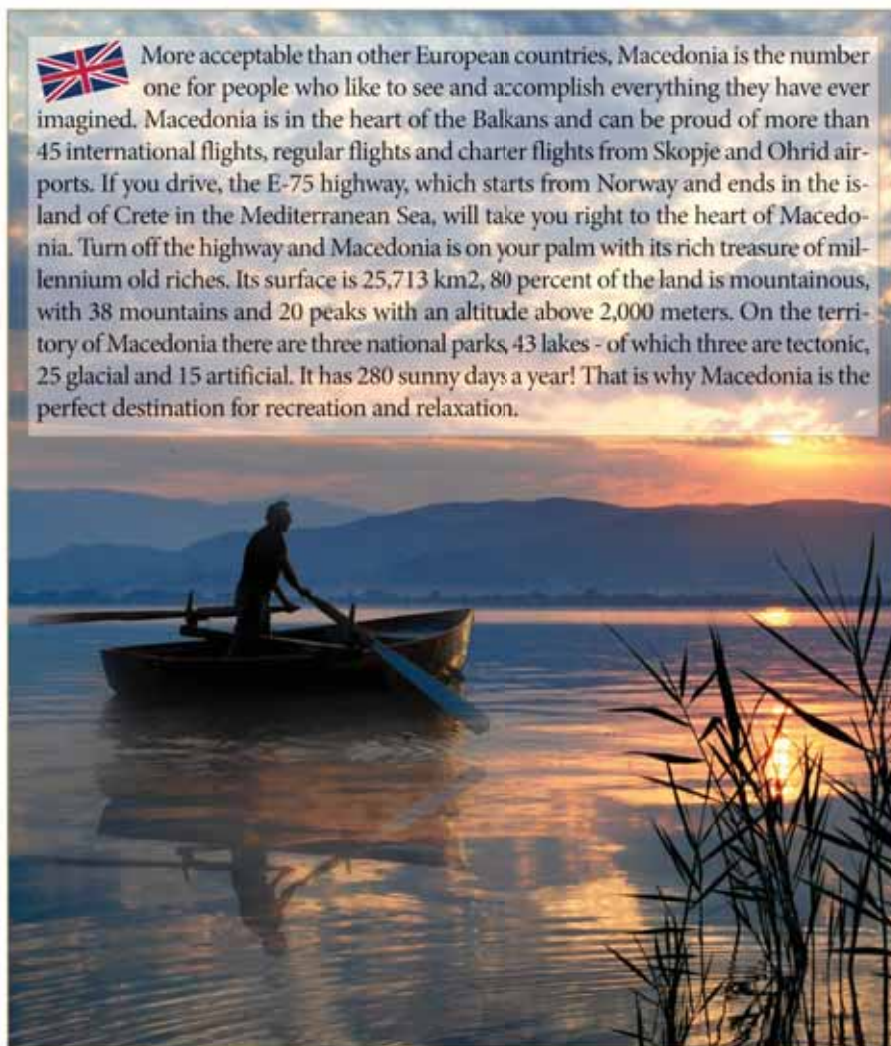
Putujući kroz Makedoniju bićete iznenađeni prirodom koja pruža idealne uslove za različite sportove i rekreativne aktivnosti, nudeći uzbudljiva i jedinstvena iskustva daleko od svakodnevnice.

Makedonija je tiha i lepa planinska zemlja, u kojoj je pešačenje veoma razvijen sport. Planine Jakupica, Šar Planina i Korab su



najprivlačnije za turiste zbog neverovatnog pogleda sa planinskih vrhova, odakle mogu da se naprave lepe slike za privatne kolekcije. Planinski biciklizam je rastući sport u

Makedoniji, gde postoje bukvalno hiljade „off-road“ staza. Svaki planinarski klub iznajmljuje bicikle i organizuje regionalne planinske biciklističke ture. Najatraktivnija je



More acceptable than other European countries, Macedonia is the number one for people who like to see and accomplish everything they have ever imagined. Macedonia is in the heart of the Balkans and can be proud of more than 45 international flights, regular flights and charter flights from Skopje and Ohrid airports. If you drive, the E-75 highway, which starts from Norway and ends in the island of Crete in the Mediterranean Sea, will take you right to the heart of Macedonia. Turn off the highway and Macedonia is on your palm with its rich treasure of millennium old riches. Its surface is 25,713 km², 80 percent of the land is mountainous, with 38 mountains and 20 peaks with an altitude above 2,000 meters. On the territory of Macedonia there are three national parks, 43 lakes - of which three are tectonic, 25 glacial and 15 artificial. It has 280 sunny days a year! That is why Macedonia is the perfect destination for recreation and relaxation.

biciklistička staza duga 33 km u Nacionalnom parku Mavrovo. U ovom parku svako je godišnje doba bajkovito, pa je ova destinacija savršena i zimi i leti. Naročito je zima u Mavrovu čarobna. Tada možete da posetite snežni grad Bunec i da se uputite ka skijaškim terenima. Prekrasne snežne staze na planini Bistri probudiće sportistu u vama, a teren nudi mogućnost i za noćno skijanje.

Zbog velikog broja sunčanih dana, turistički centar Popova Šapka u letnjem periodu predstavlja polazno mesto za nekoliko planinskih uspona i šetnji po živopisnim pejzažima, a teren je idealan i za ljubitelje biciklizma. Svakog leta ovde se održava planinski biciklistički maraton „Šarske vode“. Popova Šapka je pola godine pokrivena snegom. Ovaj najstariji i najpoznatiji zimski sportsko-rekreativni centar u Makedoniji, krasi prekrasni skijaški tereni površine 35 km². Na ovim stazama održava se i tradicionalni Šarplaninski kup u veleslalomu i slalomu.

Plivanje je vrlo rasprostranjen rekreativni i takmičarski sport u Makedoniji. Svake godine, u drugoj polovini avgusta, plivačka elita iz celog sveta okuplja se u Ohridu, gde se održava plivački maraton. Počinje od manastira Sveti Naum i pliva se duž obale gradskog pristaništa, oko 30 kilometara. Od 1998. godine Ohridski plivački maraton je ušao u Svetski plivački klub pod pokroviteljstvom FINA-e -Svetske plivačke asocijacije.

Ribolov je bio i dalje ostaje jedan od najpopularnijih sportskih rekreacija u Makedoniji. Dojransko, Mavrovsko i Tikveško jezero, kao i reka Radika najatraktivniji su i najmasovnije posećeni. Ribolov uz pomoć

mandre je najatraktivniji ribolov na Dojranskom jezeru. Traje oko šest meseci - počinje u oktobru, a završava pri kraju marta sledeće godine.

Nesvakidašnji način da se otkriju lepote Makedonije je jahanje konja.

Uzbudljiva planinska tura kroz Galičnik, daleko od gradske vreve i stresnog urbanog načina života. Iskustvo koje se pamti i prizor koji ne možete videti na drugom mestu.

MAKEDONIJA JE DOMOVINA GURMANA I NADALEKO POZNATOG MAKEDONSKOG GOSTOLJUBLJA

Makedonija je zemlja ukusa. Ako sedneš da jedeš u Makedoniji, apetit će ti se povećati već pri prvom zalogaju. Ako popiješ samo jedan gutljaj vina, nikada nećeš moći da ugasiš žeđ. Ovde ljudi znaju kako da uživaju u hrani, a hrana je svojevrsan ritual.

Mnogo sunčanih dana je izvor bogatih ukusa i

mirisa u makedonskoj kuhinji. Podneblje se odlikuje klimom koja je pogodna za gajenje voća i povrća, kao i raznovrsnih biljaka i začina. Svake godine voćnjaci i bašte pune su neodoljivo ukusnih plodova, bačve su uvek bogate, a meso je prirodno i izvanredno kvalitetno. U Makedoniji je lako zadovoljiti svaku kulinarsku želju – kako onih koji uživaju u mesu i ribljim specijalitetima, tako i onih kojima je prioritet raznovrsna vegetarijanska hrana. Svako godišnje doba ima određenu sezonsku hranu, a skoro svaki kraj ima svoj specijalitet. Pred vama je u svakom trenutku veliki izbor hrane i šta god da izaberete - ne možete da pogrešite.

Dolina ukusa gasi žeđ svakom turisti koji dođe da degustira najkvalitetnije makedonsko vino. Po jednoj legendi, u Tikveškom, najsušnijem regionu u Makedoniji, jedno vreme bilo je više vina nego vode.

U vreme antičke Makedonije održavali su se tzv. „Dionisovi dani“ u čast boga vina Dionisa. Svaki gutljaj



makedonskog vina je savršenstvo poklonjeno od bogova. Vinogradari za svog zaštitnika imaju Svetog Trifuna, zato je 14. februar dan posvećen ovom svecu, a tikveški vinogradari ga obeležavaju izvođenjem raznih običaja: rano ujutru ide se u crkvu, uzima se osvećena voda i njome se prskaju vinogradi i obredno se orezuju.

Makedonija ima 280 sunčanih dana i pogodna je za gajenje elegantnih vina sa





bogatstvom izazivajućih nota moćnih i jedinstvenih ukusa, bogate koncentracije mirisa i svežine. Kvalitetno vino za jake karaktere pravi se od kvalitetnog grožđa. Makedonske vinarije široko otvaraju vrata svim posetiocima koji zajedno sa timom somelijera na zabavni, neformalni i relaksirajući način mogu da zakorače u vinsku degustaciju, kombinovanu sa različitim vrstama hrane.

Pozivamo vas na gurmansku turu, da u mirisu vina što sazreva naučite tajne neotkrivene Makedonije!

BUDITE DEO PRIČE JEDNE UNIKATNE KULTURE

Makedonija je čudesan prostor gde na svakom koraku imate mogućnost da dodirnete bilo koji trenutak vremena – da vidite prošlost, da osetite budućnost. Putevi raznih kultura i civilizacija ukrštali su se baš na ovim prostorima i svaka od njih ostavila je svoj trajni trag, što ovu zemlju čini kolevkom kulture.

Na ovoj teritoriji postojalo je nekoliko skriptorskih centara, a sv. Kiril i Metodije su 855. godine stvorili glagoljicu, po kojoj se razvijalo ćirilsko pismo. A Sv. Kliment, koji je bio učenik sv. Kirila i Metodija, formirao je prvi slovenski Univerzitet 886. godine u Ohridu, koji se smatra za najstariji na teritoriji Evrope.

U centru Skoplja 2009. godine podignuta je Spomen-kuća Majci Terezi, povodom 100 godina od njenog rođenja. Na istoj lokaciji ranije se nalazila katolička crkva „Presveto srce Isusovo“, u kojoj je bila krštena Agnesa Gondža Bojadžiu, a koja je uništena u zemljotresu 1963. godine. U sklopu današnjeg objekta nalazi se izložbeni prostor, kapela i amfiteatar. Ispred spomen-kuće sačekajte vas monumentalna skulptura jedne od najvećih humanitarnih osoba u svetu, jedinstvene dobitnice Nobelove nagrade rođene u Makedoniji, a ambijent u koji ulazite stvarno će vas podsetiti na njene reči: „Hajde uvek međusobno da se dočekujemo sa osmehom, jer osmeh je početak ljubavi“.

Još pre hiljadu godina stanovnici ovih prostora posmatrali su nebeska tela. Dokaz za to je megalitska opservatorija Kokino, koja potiče iz 1800. godine p.n.e, iz ranog bronzanog doba, a nalazi se na planinskom vrhu poznatom kao Tatićev kamen. Tu su obavljani drevni rituali i obredi, na ovom mestu pratili su cikluse Sunca i Meseca i merili vreme. Ova iskonska opservatorija našla je svoje zasluženo mesto na listi najznačajnijih starih opservatorija u svetu od strane NASA-e, koja je smestila Kokino na visoko 4. mesto.

Lepote koje ćete videti u Makedoniji oduševiče vas jednako kao i ono nevidljivo što samo tu možete da osetite.

„GRAD SVETLOSTI“ POZIVA DA OSETITE MAGIJU BEZVREMENA

Ohrid je „Večni Grad“ u jugozapadnom delu Makedonije, grad koji svojim iskonskim pulsiranjem povezuje stara i nova vremena zauvek.

Grad Ohrid je kulturna istorija Makedonije u malom, najvažniji obrazovni centar i izvor pismenosti slovenskih naroda. Nazvan je i kolevkom kulture, jer je tamo zahvaljujući delovanju Sv. Klimenta i Nauma i najstariji univerzitet u Evropi (IX vek). Zbog velikog broja crkava i manastira, grad je poznat kao Balkanski i Evropski Jerusolim sa 365 crkava i manastira, neke od njih sa prekrasnim pogledom. Crkva Sveti Jovan-Kaneo u jezerskoj tišini i bisernom odsjaju ostaće u trajnom sećanju svih ljubitelja duhovnog mira i lepote nedodirne prirode.

Ohrid nudi brojne mogućnosti za uživanje, čak i za najprefinjenije ukuse. Brojni događaji u toku cele godine ne mogu da ostanu neprimećeni. Tradicionalno Ohridsko leto, na kojem su učestvovala mnoga vrhunska svetska imena, jedan je od najposećenijih kulturnih događaja.

Ohrid je pravo iznenađenje za posetioce koji očekuju tih istorijski gradić. Naročito noću možete videti različita lica Ohrida - od mističnog i mirnog do vibrirajućeg i modernog. Odlična mogućnost da vidite najpoznatiju stranu Ohrida, diskretno osvetljenu pod velom noći, među sakrivenim malim ulicama, crkvama i najlepšim mestima sa pogledom na jezero. Pabovi, barovi i klubovi su deo tradicije i uvek nude prijatnu zabavu i pozitivnu atmosferu, ali i uzbudljive i nezaboravne noći.

OHRIDSKO JEZERO – MAKEDONSKA I SVETSKA BAŠTINA

Ohridsko jezero proglašeno je za Svetsku baštinu i zaštićeno od UNESCO-a. To je jedno od najdubljih i najstarijih jezera u Evropi, sa više od 200 endemskih vrsta. Istina o starosti Ohridskog jezera, koje ujutru izgleda kao da se tog časa rodilo sa zorom, leži u tragovima koji se mogu naći na dnu njegovih voda. Pretpostavlja se da je staro između 4 i 10 miliona godina. Slatko jezero nudi dvojno zadovoljstvo za ljubitelje vodenih sportova i adrenalina. Neponovljiv doživljaj je ronjenje do podvodnih arheoloških nalazišta jedinstvenih na Balkanu, među atraktivnim endemskim oblicima života, kakav je, na primer, ohridski okrugli sunđer.

Predlažemo: pobegnite od realnosti i budite svedok svog sna u Ohridu - „Večnom Gradu“.

MAKEDONIJA JE ČUDESNO PARČE ZEMLJE,

OLIČENJE VEKOVNE TRADICIJE

Prožeće vas gostoljublje, bićete smireni mirom, oduševljeni blizinom sunca, pesmom ptica, šapatom jezera, otkrićete Makedoniju koju do sada niste znali.

Makedonija je Zemlja zvuka. Eho stoleća koja su tu prohujala, ali se svakodnevno sudaraju sa zvucima današnjice. Muzika je u Makedoniji način života, u njoj se krije mudrost i koreni tradicije, a sve druge umetnost ogledaju se u njoj. Mnogi obredi i običaji protkani su zvukom muzike, a skoro svaka proslava podstiče pevanje. Tokom cele godine u Makedoniji se održavaju tradicionalni događaji preko kojih Makedonci uzvišenom lepotom i slavom prenose folklor sa generacije na generaciju i to rade strasno, da se shvati suština i da se sačuva bogatstvo.



Razlog da još više zavolite Ohrid i da ga posetite naročito leti kada se održava najveća muzičko-scenska manifestacija u Makedoniji - Ohridsko leto. Posebnu lepotu programskim sadržajima Ohridskog leta daje čarobni prostor mesta koja su odabrana kao scena za manifestacije: predvorje katedralnog hrama „Sv. Sofija“, Samuilova tvrđava, kao i antički teatar. Od 1994. godine Ohridsko leto je deo Evropske asocijacije festivala.



Ljudi u Makedoniji su topli, gostoljubivi, jednostavni, ljudi velikog srca, duša ovog čudnog parčeta zemlje. Makedonija je, inače, boemsko mesto. Svake godine održavaju se festivali posvećeni vinu i pivu. Kavadarce je grad koji živi za vino, a ako ste i vi ljubitelj ovog eliksira - Tikveška berba grožđa događaj je koji ne smete da propustite.

A jedan od najposećenijih tradicionalnih događaja je Galička svadba koja se održava svake godine 12. jula, na Petrovdan. Bogata je, sa mnogo originalnih, jedinstvenih i neponovljivih svadbarskih običaja i rituala: pištanje zurla, udaranje bubnjeva, svekrvino kolo, nošenje neveste na vodu, postavljanje svadbarskog barjaka, pozivanje mrtvih, brijanje zeta, uzimanje neveste, mešenje hleba, venčanje u crkvi „Sv. Petar i Pavle“, a posebno je atraktivna nadaleko poznata galička nošnja - izrađena filigranskom preciznošću i tačnošću krojača.

Sigurni smo: zaljubljućete se u Makedoniju baš onako kako je svaki Makedonac zaljubljen u svoju čudesnu zemlju.



MAKEDONIJA MOŽE DA BUDE VAŠ NEZABORAVAN ODMOR, ISPUNJEN SJAJNIM ISKUSTVIMA I USPOMENAMA KOJE TRAJU CEO ŽIVOT

Za najautentičnije iskustvo, potrudite se da budete na Sve-toj Planini, na lokalitetu Kokino na dan prolećne ravnodnevnice, dočekujući prvi sunčani zrak sedeći na jednom od tronova. Još u drevna vremena planina se doživljavala kao mesto gde se sreću zemlja i nebo, gde odsedaju bogovi, gde je mogući susret čoveka i bogova. Gledano iz podnožja, planina ima simbol ose oko koje se vrti ceo kosmos, zato se vrh svete planine često izjednačuje sa pupkom sveta.

Kada se nađete u selu Kuklica, 8 kilometara severozapadno od Kratova, dočekaće vas neobičan prizor koji će vas naterati da pomislite da ga je priroda stvorila samo za vaše oči: 140 kamenih figura u vidu stubova visokih i do 10 metara, koji liče na uzvišena ljudska tela. Ovo mesto meštani su nazvali „Vesela svadba“ i govori o skamenjenim svadbarima i mladencima. A naučnici kažu da su kamene figure stvorene pre 10 hiljada godina, dugotrajnom erozijom stena, u kombinaciji sa geomorfološkim, klimatskim i vegetacijskim uslovima. U stvari, njihov odgovor je da je priroda vremenom iz njih izvajala remek-dela, koja se retko sreću u svetskim okvirima.

Misteriozna Makedonija poziva vas da je otkrijete. Mnogi svetski turisti već su nas posetili. Zašto da i vi ne osetite magiju Macedonia-timeless!

OTKRIJTE NAJVEĆE ARHEOLOŠKE ENIGME U MAKEDONIJI

Makedonija je Zemlja Dodira i riznica kulturnih bogatstava koja imaju neprocenljivu važnost u izgradnji našeg savremenog društva.

Na ogromnom broju arheoloških nalazišta, oko 4.000, pronađeni su artefakti koji svedoče o kulturi ove svete zemlje. Svaki predmet je unikatan, fascinira bojom i oblikom,





i ima jedinstvenu vrednost, a u sebi nosi duh vremena u kojem su stvoreni i priče koje i danas privlače pažnju. Posebno su značajni nalazi u Trebeništu, Ohridskom, gde su pronađene zlatne maske, zlatne sandale, narukvice i drugi ukrasni predmeti od srebra, zlata i slonove kosti.

Stobi je, bez sumnje, jedan od najatraktivnijih i najpoznatijih antičkih gradova na teritoriji Makedonije. Smešten u srcu Makedonije, ovaj lokalitet je neizbežan za svakoga ko želi da se upusti u arheološku avanturu, da vidi kulturne tekovine antičkog sveta i da uživa u prekrasnom pogledu na prirodu. Episkopska bazilika, antički teatar, teodosijanska palata na Poliharmu, veliko kupatilo i mnoge druge relikvije bogate istorijske prošlosti ovog antičkog grada - neće vas ostaviti ravnodušnim. Baciće vas u zagrljaj istorije i oduzeti dah svojom lepotom. A, o važnoj geostrateškoj poziciji koju je Makedonija imala u prošlosti govori i činjenica da kroz ovu teritoriju prolazi najpoznatiji od svih rimskih puteva - put Via Egnatija.

Sva ova duhovna i materijalna bogatstva nalaze vam se na dohvata ruke i čekaju da ispričate svoju priču o Makedoniji.

MAKEDONIJA JE IDEALAN IZBOR ZA LJUBITELJE EKSTREMNIH, ADRENALINSKIH SPORTOVA, ŽELJNIH AVANTURE

Makedonsko nebo je raj za paraglajding. To što svaki mlad čovek želi je da pronađe sebe u prostoru koji ga okružuje. Paraglajding to omogućava, blizina sa prirodom i pretvaranje sna u stvarnost. Paraglajding kao rekreativan, takmičarski i avanturistički sport, široko je rasprostranjeno u celoj zemlji. Pri poseti klubova u Skoplju, Prilepu, Mavrovu i Kruševu, dobićete kompletnu opremu i profesionalnog vodiča za ovaj sport. Makedonske planine zgodne su za poletanje, a doline omogućavaju bezbedno i udobno sletanje. Ovi regioni imaju neverovatne pejzaže koje svakako vredi videti.

Svi u kajak. Kajakaštvo kao sport je mnogo popularan u Makedoniji, posebno u kanjonu Matke i na Ohridskom i Prespanskom jezeru, koja su odlična za kajakašku regatu. U Makedoniji ima kajakaških klubova na mirnim i divljim vodama, a tradicionalno svake godine u sportsko-rekreativnom centru Matka održava se Ilindanski kajak-slalom.

Neponovljiv doživljaj je ronjenje u podvodnim arheološkim nalazištima. Ronjenje je veoma atraktivno i popularno na Ohridskom jezeru. Ono je prava arheološka riznica sa puno endemskih vrsta flore i faune, kakav je na primer *ohridski okrugli sunđer*, koji živi na dubini od 35 metara, koji se retko može sresti na drugom mestu. Zajedno sa profesionalnim instruktorima, svaki turista može da uživa u dnevnim i noćnim šetnjama pored podvodnih arheoloških nalazišta u Zalivu kostiju u Gradištu, gde se nalazi neolitsko naselje na kolcima, jedinstveno na Balkanu, kao i artefakti koji mogu da se vide u Muzeju.

Makedonija nudi i uzbudljivo iskustvo ljubiteljima pećina, kojih u Makedoniji ima 346, od kojih su stotine jame. Neke pećine imaju podzemne reke, jezera, kao i pećinske ornamente - stalagmite i stalaktite. Mnoge od njih su dom retkim podzemnim oblicima života, kao i praistorijskim fosilima. Najpoznatija i najdublja pećina Vrelo nalazi se u kanjonu Matke. Na svodovima je prava kiša stalaktita, a posebno oduševljavaju „stubovi blizanci“ visoki oko 6 metara, kristalno bele boje. Oduševljava i tri metara visoki stalagmit, nazvan „šišarka“ koji se taloži 2.700 godina. Prava dubina potopljene pećine još nije utvrđena, mada izgleda da je veća od 212 metara, pa mnogi misle da je pećina Vrelo možda najdublja podvodna pećina u Evropi.

Stvorite jedinstvene uspomene u zemlji neverovatne prirodne lepote, koja ima impresivne mogućnosti za odmor, uživanje i avanturu.

ŽIVOT INSPIRISAN PRIRODOM, obeležen putovanjem



Jedan od najpoznatijih srpskih slikara Mile Davidović, koji je zahvaljujući naivnoj umetnosti još odavno postao građanin sveta, putujući za svojim izložbama, kojih je do sada bilo više od 400 u 50 zemalja na svih pet kontinenata, tragajući za inspiracijom, ali i uzbuđenjima koja putovanja podrazmevaju – osvojio je, zajedno sa svojom suprugom Anom, visoko mesto na listi autentičnih turističkih nomada. I život, i posao, vodili su ih na najlepša mesta na planeti, a oni, odani hedonizmu kao stilu života, upijali boje, mirise i ukuse širom sveta, pretačući ih u sopstvene umetničke kodove, tako prepoznatljive onima koji očekuju da u slikama autora koje poštuju, otkriju svoju zaboravljenu šifru trajanja.

Kada više nije bilo velikih izazova, a potreba da se nešto menja postala sve snažnija - pojavio se Mandelos. Kućica i imanje kao iz bajke, daleko od gradske vreve i ubitačnog životnog ritma, postala je nova Miletova inspiracija. Uvereni da bi boravak u ovoj oazi prirode prijao i drugim ljudima sličnih potreba, Ana i Mile otvorili su vrata svoje kuće i ovog leta napravili prve korake u turizmu kao biznisu.

Umetnost i putovanja – u slučaju Mileta Davidovića, slikara naivca, za koga je svet odavno postao tesan, čitav život idu „ruku pod ruku“. Putujući za svojim izložbama, kojih je do sada bilo više od 400 u 50 zemalja na svih pet kontinenata, tragajući za inspiracijom, ali i uzbuđenjima koja putovanja podrazmevaju – osvojio je, zajedno sa svojom suprugom Anom, visoko mesto na listi autentičnih turističkih nomada. Njegova ili njihova životna priča, pošto su već odavno udružili i svoje živote i posao, prepuna je ostvarenih turističkih izazova, neobičnih doživljaja, uživanja na svakom mestu i u svakom trenutku zajedno provedenog vremena. I život, i posao, vodili su ih na najlepša mesta na planeti, a oni, odani hedonizmu kao stilu života, upijali boje, mirise i ukuse širom sveta, pretačući ih u sopstvene umetničke kodove, tako prepoznatljive onima koji očekuju da u slikama autora koje poštuju, otkriju svoju zaboravljenu šifru trajanja.

U SUSRET SVETU

- Moje prvo turističko iskustvo, devedesetih godina prošlog veka, bila je Grčka. U Atini sam i živio punih šest godina, slikajući i zarađujući za život, a potom krenuo u beli svet – kazuje Mile Davidović, prisećajući se odluke koju je još tada doneo: da će putujući dalje, biti sve bliže sopstvenom svetom gralu... Imao je hiljadu želja: da doživi karneval u Riu, ode na Bali, poseti Moskvu, stigne do Nijagare i toliko toga još... Ali je, naročito sa Anom, najbolje upoznao Evropu. Pitamo ga gde bi obavezno trebalo otići, koje turističke destinacije prvo posetiti, a on će kao iz topa:

- Moj prvi izbor je Rio u vreme karnevala. Predivan događaj, iz ove perspektive - gotovo nestvaran! Taj vatromet boja, muzika koja podiže adrenalin, nadmetanja najboljih škola sambe...



ne možete ni da zamislite iz ove perspektive. Ali biti u epicentru takvog vrhunskog turističkog spektakla – to je zaista Nešto! Posle toga, svakako treba otići na Bali – rajsko ostrvo u svakom smislu, dok je na trećem mestu: Pariz, za mene - najbolji grad na svetu! Kako sam samo u Parizu imao 30 izložbi (od ukupno u Francuskoj), imao sam dovoljno vremena da ga upoznam i – zavolim.

Umetnost je za Mileta Davidovića bila oduvek ne samo način da se izrazi, niti da zarađuje za život. Zahvaljujući umetnosti, bilo mu je dato da bude na mnogim mestima koja običnom smrtniku nisu dostupna, da upoznaje diplomate, plemstvo, javne ličnosti, svetski džet set...

- Da, umetnost mi je omogućila da živim život koji ja želim, da upoznam zanimljive ljude, umetnike... Upoznao sam, na primer, književnika Tonija Parsonsa, koji je bio oduševljen kada je od izdavača dobio moju sliku na poklon, kao i operna pevačica Elena Obrascova, Hoze Karrass i mnogi drugi.

Koliko je slika otišlo svet – ni sam ne zna. Računa da ih je na stotine, a da su mnoge danas i tamo gde on nikada nije stigao da ode.

A ONDA - MANDELÓS

- Kada često putujete, u nekom trenutku vam dosade hoteli, što je sasvim normalno – dodaje Ana Davidović. I nama se to desilo, pa smo rešili da odsedamo u manjim mestima i to u malim, ušuškanim



porodičnim hotelima koji nose pečat vlasnika ili u privatnim pansionima. Na severu Francuske bilo je nekoliko zanimljivih pansiona. One ne nose zvezdice kao obeležje kategorije, već klasje žita (najviše 5 klasova!) i po tome su prepoznatljive. Nude noćenje s doručkom, ali ništa više od toga. Ni približno kao kod nas, jer je za njih gostoprimstvo - odlika primitivnih ljudi!

Obilazeći svet, odsedajući u raznim zanimljivim objektima, sve više osećajući da ih grad pomalo guši i da im treba kontakt s prirodom, povezivanje sa zemljom, da im je potreban čist vazduh, voda na kojoj bi odmarali oči i punili svoje baterije, jer ništa pa ni energija nije večno... malo po malo počeli su da razmišljaju o kućici i imanju na kojem bi mogli da se ušuškaju i da, kad im to vreme dozvoljava, borave u prirodi. Odluka je doneta 2011. godine, a onda su krenuli da traže to neko parče zemlje iz njihovog sna, koje neće biti daleko od Beograda i koje mora da ima vodu – bilo izvor ili bunar, i drveće, a sve drugo i nije bilo mnogo važno. Traganje je potrajalo, ali su onog trenutka kada su videli sadašnje imanje, znali da je to to. Mandelos.

- Kupili smo ga odmah, jer smo ga prosto prepoznali. Bilo je po našoj meri. Podudarile su nam se energije – kažu uglas Ana i Mile.

Kućica i imanje kao iz bajke, na Fruškoj gori, daleko od gradske vreve i ubitačnog životnog ritma, postala je nova Miletova inspiracija. - Prvo smo želeli da to bude samo naša oaza mira, ali kako smo tu priču razvijali, pomislili smo da bi boravak ovde prija i drugim ljudima sličnih potreba. I rešili smo da pokušamo da se konačno bavimo turizmom, u kojem ćemo možda manje uživati, a više raditi na tome da drugima omogućimo da dožive nešto prijatno i lepo, da se opuste i da uživaju u prirodi, druženju, odmoru, delicijama koje im pripremimo... – u svim malim radostima koje mnogo znače, naročito kad ih nemate. Iskustvo koje smo stekli putujući po svetu, u Mandelosu smo mogli da primenimo. I tako smo ovog leta, skromno, ali rešeni da uspemo, krenuli u turizam - kao biznis. Za početak eksperimentalno, samo vikendima.

BAJKA ZA DECU I ODRASLE

Na imanju 5 km udaljenom od sela, dolazi se malo teže, seoskim putem, ali oni najuporniji, kad stignu – shvate da se trud isplatio. Jer,



na imanju od hekta i po, kao s neba spuštenom usred ravnice, punom zelenila, drveća i cveća, čeka ih beli kućerak na sprat (sa 3 dupleks sobe), ljupka trpezarija – restorančić (oplemenjen Miletovim slikama), prostrano dvorište, malo jezerce, igralište za decu, livadica na kojoj može da se odmara, bere cveće, postavi šator, igra...šta god je kome mило. Umesto Brene, Cece ili Seke – ovde pevaju ptice, a naročito izjutra protrče tu i zečevi, veverice, a mogu se videti i srndaći. Idealno za porodice s decom, koje su ove godine i bile najčešći gosti. Slavili su se i dečji rođendani, za koje je ovo imanje i ambijent - idealan prostor.

Od 13 do 16h je ručak, koji se priprema u vidu švedskog stola, a kako Ana kaže: nema čega nema. Jela su domaća - sremačka, od kvalitetnih, svežih lokalnih namirnica, a po starim isprobanim recepturama. Iako su na samom imanju nasledili 300 stabala voća, svake godine dodaju još po neko. Prave domaće sokove bez konzervansa, slatka, džemove, kompot... Sve prirodno, ekološki, baš kakav je i koncept kuće koja nema struju, ali ima solarne panele.



One of the most famous Serbian painters Mile Davidović, who, thanks to naive art, has become a citizen of the world a long time ago, traveling for his exhibitions, which so far has been more than 400 in 50 countries on all five continents, searching for inspiration, and also with the excitement that travelling usually give – he won, together with his wife Ana, a high place on the list of authentic tourist nomads. Both life and work led them to the most beautiful places on the planet, and they, devoted to hedonism as a lifestyle, absorbed colors, fragrances and tastes all over the world, translating them into their own artistic codes, recognizable to those who expect that in the paintings of authors they respect discover their forgotten codes of duration.

When there were no major challenges anymore, and the need to change something became more and more powerful - Mandelos appeared. The house and property like the ones from a fairytale, far from the city noise and life-threatening rhythm, has become the new Mile's inspiration. Convinced that the being in this oasis would also be pleasant to other people of similar needs, Ana and Mile opened the door of their home and this summer made the first steps in tourism as a business.

- Iako smo u ovaj posao ušli pionirski i ima mnogo toga što, iskreno, nismo očekivali, niti znali, već učimo i ispravljamo se u hodu, mislim da smo položili ispit, bar sudeći prema komentarima naših zadovoljnih gostiju – ističe Ana i dodaje da ne bi želeli da mnogo šire čitavu priču, koja po njima nije za masovni turizam. - Radije bih da se fokusiramo na kvalitet usluge i da ljudima koji nam ukažu poverenje pružimo bar malo više od očekivanja. Za sada, naš limit biće oko 50 gostiju, onoliko koliko to i zakon propisuje.

Krajem septembra za goste se zatvara imanje. Domaćini će, kada podvuku crtu, znati šta im je činiti. Svakako planiraju dalje kultivisanje i obogaćivanje prostora, izgradnju bungalova, galerije, organizaciju različitih radionica... Ideja je mnogo, kao i mogućnosti. Ali, ne postoji ništa zbog čega bi Ana i Mile Davidović dozvoliti da se naruši eko-sistem na imanju, pre svega zato što je duboka povezanost s prirodom, njihova naj-snažnija veza sa – životom.

Ljiljana Rebronja



KOPAONIK – za odmor tokom čitave godine

Jedna od najpopularnijih i najposećenijih destinacija za odmor tokom čitave godine je, bez konkurencije - Kopaonik. Ne samo što ima mnoštvo kvalitetnih smeštajnih objekata, već i sa oko 62 km staza uređenih za alpsko i nordijsko skijanje, povezanih sistemom žičara i ski liftova kapaciteta više od 34.000 skijaša na sat pruža neizmerno uživanje svim kategorijama skijaša. Za ljubitelje noćnog skijanja osvetljena je staza „Malo jezero“. Žičara četvored „Pančičev vrh“ u funkciji je čitave godine, a najmodernije šestosedne žičare postavljene su na lokacijama Krčmar i Gvozdac. Sistemom za veštačko osnežavanje pokriveno je 97 odsto skijališta.

Adrenalinski sadržaji bob na šinama, zip-line i tubing predstavljaju vid zabave na Kopaoniku tokom cele godine. Puštanjem u rad Avantura parka - adrenalinske atrakcije za decu i odrasle, turistička ponuda

Kopaonika je postala bogatija za još jedan sadržaj. Za najmlađe skijaše i početnike, obezbeđen je prostor „ski vrtića“ sa pokretnom trakom i karusel koja olakšava da se ovlada osnovnim skijaškim veštinama.

Mesto gde se mogu dobiti sve potrebne informacije o smeštajnim kapacitetima, aktuelnim dešavanjima, ugostiteljskim objektima i njihovoj ponudi kao i sadržajima za slobodne aktivnosti je Turističko informativni centar Kopaonik. Turistima su dostupni štampani promotivni materijali, katalozi, prospekti hotela i restorana, mape, razglednice, autentični suveniri.

NOVI OBJEKAT: „VILA RAS“

U samom središtu turističkog centra otvoren je novi smeštajni objekat, kojim upravlja Turistička organizacija Raška. Gostima je na raspolaganju 15 savremeno opremljenih apartmana. U sklopu vile nalazi se izdvojeni objekat Predškolske ustanove „Veselo detinjstvo Raška“ koji pruža usluge celodnevog boravka dece i igraonice.

Boravak na Kopaoniku turisti mogu upotpuniti izletom do Jošaničke Banje (24 km) koja se rekonstrukcijom balneološkog kupatila iz 1935. godine i otvaranjem ambulante fizikalne medicine ubrzano vraća na mapu zdravstvenog turizma i preobražava u savremenu wellness i izletničku destinaciju.



Nemanjina 1/2, 36350 Raška
036/738 670, 036/5471-333
www.raska-turizam.rs
www.lovekopaonik.com

DIFUZNI HOTELI – za moderne nomade



Tekst i fotografije:
Prof. dr Dragica Tomka

Ideja i naziv "difuzni hotel" (na engl. Scattered hotel, na ital. albergo diffuso), nastala je osamdesetih godina na prostoru Italije. Ideja je proizašla iz potrebe oživljavanja malih, starih, delimično napuštenih seoskih naselja, od kojih su mnoga u sebi čuvala vidljive tragove kulturne baštine. Osnovni korak je bio da se brojčano osiromašenim naseljima organizuje pomoć oko zajedničke prezentacije, razvoja ideja, promocije, prodaje i prijema gostiju. Tako su prvo nastale zajedničke recepcije, dežurstva, a zatim promocija i sve ostale funkcije. Ideja difuznih hotela u Italiji je veoma razvijena i postala je prepoznatljiv brend na turističkom tržištu. Danas funkcionise oko 40-tak difuznih hotela u 13 italijanskih regija, koji su okupljeni u asocijaciju kojom se podržavaju sve aktivnosti, planovi i razvoj ovog koncepta. Ovakvu ideju koja nosi snagu podsticaja odgovornog lokalnog razvoja kroz turizam podržale su i Ujedinjene nacije kao sjajan model lokalnog odgovornog održivog razvoja.

Turizam ili putovanja su danas masovna pojava. Kao i u svakoj masi, tako i u turističkoj, postoje veoma različiti ljudi koji deo svog života, godine, nekog vremena žele da provedu van svog mesta boravka. Različitih po svemu. Ali za ovo posmatranje je bitno da ljudi koji putuju jesu različiti po svojim očekivanjima i načinima ispunjenja tih očekivanja. Osvrnucemo se samo na one koji svoj izlazak iz svakodnevice žele da ostvare u prostorima koji nude mir, prirodu, neku toplinu, dubinu, kontakte sa ljudima i sa bezbroj sitnih malih stvari koje ih podsećaju na detinjstvo, na priče iz

bakinog krila ili na slike iz spomenara. Prepoznamo – to jesu ruralni prostori. Prostori kojih ima u celom svetu i koji su, stagnirajući ili razvijajući, prostori u kojima ljudi žive tradicionalnije, drugačije i najčešće sa primesama starih navika, običaja, u kojima su se očuvali tragovi prošlih vremena. Boravak u selima, među ljudima, životinjama, uz očuvanu prirodu i ruralne ambijentalne prostore, postaje sve masovniji. Znamo i zašto. Čoveku iz užurbanih i haotičnih gradskih sredina treba resetovanje, treba čišćenje i praznjenje, a onda punjenje nekim mirom, toplinom, dodirrom ljudske ruke, samoangažova-



Dobrodošnost seoskih domaćina

njem, udisanjem čari prirode, učenjem ili podsećanjem na izvornu muziku, pokrete, igre, stvaralaštvo. Tim tražacima je ponuđen odgovor.

Ruralni prostori sve više nude smeštaj, hranu, aktivnosti u prirodi, opuštanje ili radno naprezanje, mirise i zvuke. Svuda po svetu, a i kod nas u Srbiji, sve je više domaćinstava na selima koja adaptiraju svoje objekte, uređuju ih, prilagođavaju za boravak gostiju. To prilagođavanje je nekada uspešno, nekada pogrešno, ali je za svako poštovanje napor da očekivanim gostima pruže ono što imaju. Da li baš uvek znaju šta je to vredno što imaju, pitanje je. Uostalom, i ljudi su sa svojim zahtevima različiti. No, ostavimo to.



Lep primer seoske kulturne baštine:
ambijent dvorišta crkve Sv. Trojice
(1818.g.) u selu Vrmača

Na tržištu ponude i tražnje susreću se ljudi koji žele doživljaj seoskog prostora i ljudi koji im sa tih prostora nude ono što smatraju da je vredno i na način koji smatraju da je dobar. No u tom susretanju i ispunjavanju želja "uvek zahtevnim gostima" domaćini nailaze na razne poteškoće. Obuzeti svojim osnovnim poslovima, ljudi iz ruralnih prostora teško uspevaju da zadovolje sve zahteve očekivanih gostiju. Počesto nisu ni edukovani da to sve znaju i umeju, niti mogu tako mali, pojedinačno da prate sva dešavanja neophodna da se ponudi prilagođeno očekivanje.

DILEME

Da sumiramo bar neke poteškoće ili dileme sa kojima se susreću domaćini, ponuđači seoskog užitka, gostima:

- Smeštaj gostiju u objektu zajedno sa seoskim domaćinom u autentičnom ambijentu najščeće bi podrazumevalo da se objekat i gazdinstvo što manje podvrgnu promeni i osavremenjavanju.
- Ukoliko gost očekuje domaću hranu, gostoprimstvo domaćina – situacija dovodi u dilemu domaćina da li da se bavi turiz-

mom ili nekim seoskim poslom (ratarstvom, stočarstvom i sl.), što otežava posao ili smanjenje prihoda od osnovnog zanimanja.

- Uključivanje cele porodice je takođe opcija, kada bi se među članovima porodice podelili poslovi. No tu je najčešće problem što su porodična domaćinstva stara ili dvočlana, dok su mladi najčešće otišli iz sela.
- Savremeni nastup na tržištu zahteva od ponuđača stalno prisustvo u sve zahtevnijim medijima, socijalnim mrežama sa kon-

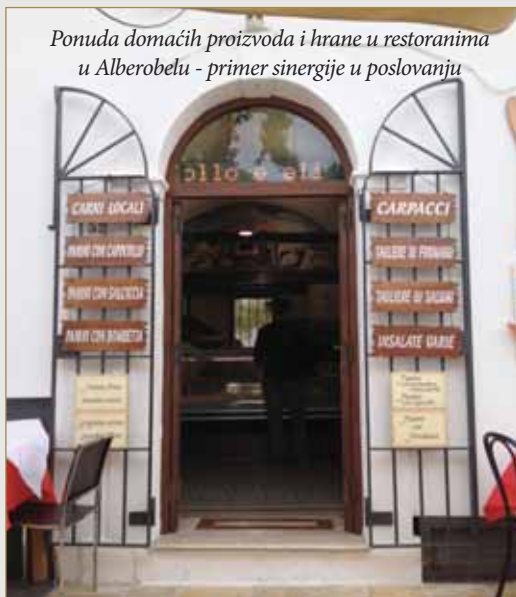
PRIMER ALBEROBELI ILIČNO ISKUSTVO

Tada ne znajući da postoji pojam i sistem organizacije difuznih hotela, preko interneta sam pronašla divno, očaravajuće slikovito mesto Alberobelo, kao cilj majskog putovanja. Izabrala sam jedan objekat – truli, udaljen od centra mesta, sa željom da boravim u tradicionalnoj kući, u kakvim su živeli nekadašnji stanovnici Apulije, gradeći tehnikom suvog slaganja kamena, kako bi kuće, pod najezdom nepoželjnih grupa, ili državne kontrole, mogli da pomere na drugo mesto. U centar Alberobela smo lako došli i pronašli adresu recepcije. Na samom trgu, na zavijutku, omanja prostorija sa jednim pisaćim stolom, ormarom sa divnim ručno rađenim suvenirima i policama sa domaćim proizvodima. Pamtim srdačan osmeh mladića koji je, davši nam kartu mesta, ključ za naš



Difuzni hotel u Alberobelu, divan topao ambijent naselja trulija

Ponuda domaćih proizvoda i hrane u restoranima u Alberobelu - primer sinergije u poslovanju



truli i dobru volju da nam se nađe za šta god želimo, objasnio kako da dođemo do 5km udaljenog trulija. Ništa tada nisam razumela i pomalo bila razočarana izborom smeštaja. Brzo su se raspršile strepnje. Grupu trulija smo lako našli, otključali našu kućicu u kojoj nas je čekao zadivljujući ambijent malene kuće sa svim što je potrebno unutra. U ruci smo imali bonove za večeru. Mogli smo da biramo jedan od nekoliko lokalnih restorana. Za tri dana boravka isprobali smo sve. U svakom nas je čekala domaća hrana za doručak ili večeru i velika polica sa domaćim proizvodima svih domaćinstava koja su u sklopu difuznog hotela. Shvatila sam i osetila brzo snagu ideje. Jedan mladić koji obavlja sve oko promocije i recepcije. Povezanost domaćina u pružanju usluga sa lokalnim ukusom. Posle tri dana provedena lutajući putevima ukrašenim rascvetalim bulkama po preporuci domaćina, i lutajući ulicama Alberobela, ulazeći u kuće domaćina koji su nas pozivali da im se pridružimo u pijenju vina, napunila sam dušu više nego što sam i mogla zamisliti. Vratili smo ključ na recepciju i, uz mahanje onog istog mladića, napustili Alberobelo, zadivljeni jednostavnošću organizacije boravka gostiju.



The idea and the name of the “scattered” hotel originated in the 1980's in Italy. The idea emerged from the need to revive small, old, partly abandoned rural settlements, many of which kept visible traces of cultural heritage in themselves. The basic step was to help the numerically impoverished settlements to help with common presentation, development of ideas, promotion, sale and reception of guests. So first, there were joint receptions, on-call duties, then promotion and all other functions. The idea of scattered hotels in Italy is very developed and has become a recognizable brand in the tourism market. Today operate about 40 scattered hotels in 13 Italian regions, which are assembled in an association that supports all activities and plans and the development of this concept. Such an idea that has the power to promote responsible local development through tourism has also been supported by the United Nations as a great model of local responsible sustainable development.

tinuiranim osveživanjem informacija, što zahteva od domaćina i savremena znanja ali i dovoljno vremena za te poslove.

- I ne manje zapaženo i značajno je i to što posetioci i gosti u ruralnim prostorima traže aktivan, zanimljiv odmor. Iako im je mir, prirodni ambijent, tišina i gostoprimstvo glavni motiv dolaska, gosti uglavnom već nakon 2-3 dana očekuju da budu animirani najrazličitijim aktivnostima kako bi popunili svoj doživljaj, a za to su potrebni novi ljudi i nova umeća, koja se mogu ostvariti i povezivanjem sa komšijama.

- I na kraju, mada skoro i najvažnije je da je izlazak na tržište pojedinačnih domaćinstava veliki rizik gubljenja u moru ponuda mnogo agresivnijih i jačih ponuđača. Snaga ruralnih prostora je u sinergiji kulturnih, istorijskih, prirodnih vrednosti i umeća ljudi sa šireg prostora, a ne samo iz jednog domaćinstva.



Domaća ukusna hrana u domaćem ambijentu u selu Vrmdža

Nemamo dilemu da li treba ili ne razvijati turizam u ruralnim prostorima. Svakako da treba, ali čini se da je potreban podsticaj. Gotovo sigurno je da, sem dobrih i korisnih edukacija, i male i nedovoljne finansijske pomoći, domaćinima u ruralnim prostorima treba organizacione pomoći. Treba olakšati odvijanje funkcija koje su im daleke i koje ih odvlače od obavljanja svih ostalih aktivnosti zbog kojih su tamo i zbog kojih gosti dolaze. Takođe, treba rešavati problem razdvojenosti, usitnjenosti i time nedovoljne konkurentnosti u odnosu na veće sisteme koji se pojavljuju na tržištu. Postoji jedna ideja, jedan način koji funkcioniše, sada već u više zemalja više godina i koji daje dobre rezultate. To su difuzni hoteli, ili difuzni smeštaj u ruralnim prostorima.

Očuvana priroda, mir, i aktivnosti su očekivane vrednosti u seoskom turizmu - pešačenje do Rtnja

PRIMER SELA VRMDŽE

Vrmdža je već poznato selo smešteno podno Rtnja i možda jedan od primera koji pokazuje da lokalne inicijative imaju rezultate. Domaćini se povezuju, kombinuju svoje usluge, edukuju se, međusobno preporučuju. A rezultati su divni, vidljivi, ponuda sve raznovrsnija i kvalitetnija. No, boraveći tamo, iz razgovora sa domaćinima i posmatranjem procesa, uvidela sam da bi jedno zajedničko povezivanje i drugih funkcija još više olakšalo poslovanje, ali i doprinelo prepoznatljivosti kod potencijalnih turista. Zajednička recepcija u, recimo vrlo lepoj, a napuštenoj i oronuloj staroj školi uz kompleks divne crkve koja ima svoju istoriju, sa ponudom svih lokalnih proizvoda kojih ima sve više, pa zajednički sajt, objedinjena ponuda, usklađene cene i postupci rezervacija, zajednička promocija, pa i realizacija boravka sve brojnijih gostiju samo bi doprinelo da jedno selo koje se odavno

probudilo može da pređe iz faze dečijih bolesti u fazu snage mladosti.

Ovaj oblik organizacije bi doprineo održavanju i unapređenju lokalne kulture i lokalnih prirodnih i kulturnih vrednosti koje prevazilaze lokalni nivo. Doprinelo bi smanjenju operativnih troškova organizacije poslovanja i ujednačavanju stila prezentacije.

Vrmdža već danas nudi raznovrsnu ponudu smeštaja i ishrane u nekoliko domaćinstava, vrlo zanimljivu kulturnu i prirodnu baštinu. Vrmdža ima svoju priču, ali i mlade ljude koji su svoj život isplanirali da ostvaruju baš tu u autentičnom, očuvanom prirodnom i kulturnom ambijentu i da svoja znanja i veštine svesrdno pružaju gostima. Malo dobre organizacije, još malo povezivanja i sinergije donelo bi olakšanje ponuđačima usluga, a verujem i veći broj zadovoljnih gostiju.



Stari porodični mlin, sa proizvodima i restoran u prirodnom ambijentu sela Vrmdže



Aktivan odmor na selu - eko-objekat sa salom za vežbanje porodice Ninković

SUŠTINA I PREDNOSTI DIFUZNIH HOTELOVA

Ideja i naziv "difuzni hotel" (na engl. Scattered hotel, na ital. albergo diffuso), nastala je osamdesetih godina na prostoru Italije. Ideja je proizašla iz potrebe oživljavanja malih, starih, delimično napuštenih seoskih naselja, od kojih su mnoga u sebi čuvala vidljive tragove kulturne baštine. Osnovni korak je bio da se brojčano osiromašenim naseljima organizuje pomoć oko zajedničke prezentacije, razvoja ideja, promocije, prodaje i prijema gostiju. Tako su prvo nastale zajedničke recepcije, dežurstva, a zatim promocija i sve ostale funkcije. Ideja difuznih hotela u Italiji je veoma razvijena i postala je prepoznatljiv brend na turističkom tržištu (www.albergodiffuso.com). Danas u Italiji funkcioniše oko 40-tak difuznih hotela u 13 italijanskih regija, koji su okupljeni u asocijaciju kojom se podržavaju sve aktivnosti i planovi i razvoj ovog

koncepta (www.responsalliance.eu/rplearn/?page_id=301). Ovakvu ideju koja nosi snagu podsticaja odgovornog lokalnog razvoja kroz turizam podržale su i Ujedinjene nacije (www.stratech.it/uploads/AlbergoDiffuso-ENG.pdf).

To je sjajan model lokalnog odgovornog održivog razvoja.

ISKUSTVO VREDNO POKUŠAJA PRIMENE

Aberobelo je danas i pod zaštitom Unesco-a i veoma razvijen i možda bi neko rekao nije najbolji primer za primenu u našim prostorima. Ali ne bih tako rekla. Odlična ideja, čitav niz prednosti i rezultati koji se ostvaruju treba da ohrabre. Prateći razvoj ovog koncepta naišla sam divne primere i u drugim zemljama. Nama susedna Hrvatska koja je svojim master planom zacrtala razvoj turizma na celoj teritoriji, već uveliko takođe podržava

ovakve hotele. Primera ima dosta, ali i mera koje država Hrvatska preduzima već više godina i koji daju vidne rezultate: promene u master planu, promene u kategorizaciji smeštajnih objekata u kojoj su se našli difuzni hoteli, kao i promene u poslovanju podstiču dalje povezivanje lokalnih inicijativa. Pravila funkcionisanja se svakako prilagođavaju lokalnim uslovima.

Sigurna sam da bi tako nešto bilo veoma poželjno i u našim uslovima. Brojna sela, sada već u celoj zemlji ulažu napore za razvoj i ponudu ruralnog prostora. Domaćini se i dalje suočavaju sa nedovoljnom podrškom. Svim tim inicijativama bi sigurno bilo od koristi povezivanje i zajedničko obavljanje operativnih funkcija promocije, prodaje i prijema gostiju. Takođe bi se povezivanje u difuzne hotele, postigla sinergija i veća vidljivost ponude.

NEIZOSTAVNA HRANA na svim meridijanima

Nekada davno, jedan arapski trgovac nosio je kroz pustinju u mešini mleko na prodaju. No, jako pustinjsko sunce i prirodno sirište u mešini, pretvorili su mleko u prve grudve sira. Tako se, prilično umoran i izgladneo, pustinjski putnik nenadano okrepio dobrom večerom. Sa ovog mesta na Bliskom istoku, na kojem je po legendi nastao, sir se otisnuo u osvajanje evropskih i svetskih trpeza.

Poznat je još kod starih Grka i Rimljana, koji su razvijali proces sazrevanja sira, znajući da različiti uslovi i tretmani dovode do raznovrsnih ukusa i karakteristika. „Sir je dar bogova“ – uzvikivali su stari Grci. Ova postastica „kraljeva i prosjaka“ odigrala je važnu ulogu i u ishrani Rimljana, jer je bio dostupan i kompaktan, a podnosio je i putovanja u rancima legionara. Ovom namirnicom hranili su se i stari Germani – pisao je Julije Cezar u svom delu o Galskom ratu. Smatra se da su njegove legije 400. godine p.n.e. u Švajcarsku prenele znanje o pravljenju tvrdih sireva. Sir su cenile i horde Džingis Kana, kao i vojska Karla Velikog. U Ameriku je stigao 1620. godine, sa prvim američkim hodočascima, kao deo tereta čuvenog broda „Mayflower“. Sir je oduvek predstavljao osnovnu hranu ljudima na selu, dok su građani morali da čekaju da ova namirnica putem železnice stigne na njihove trpeze.

Zahvalnost za današnju raznovrsnost sireva dugujemo monasima, koji su u srednjem veku bili inovatori brojnih ukusa i oblika. U periodu renesanse naglo opada popularnost ovog mlečnog proizvoda, jer se smatralo da je nezdrav. Tek u XIX veku ponovo zadobija naklonost ljudi, kada otpočinje i njegova industrijska proizvodnja. Prva fabrika u Americi osnovana je 1851. godine u državi Njujork, a u Longfordu u Britaniji 1870. godine. Danas je u zemljama razvijenog sveta znatno prisutnija industrijska proizvodnja, dok se u našoj zemlji i dalje veliki deo sireva proizvodi u domaćinstvima, na tradicionalan način.





nje, podela se vrši i prema tvrdoći sira, starosti, vrstama bakterija ili plesni. Razlike između sireva potiču i od porekla mleka iz kog je dobijena surutka (kravlje, kozje, ovčije...), vrste surutke (slatka ili kisela), do-davanja obranog mleka, pavlake ili mešavine.

FAKTOR GEOGRAFSKOG POREKLA

U dobar sir sliva se sva priroda okoline u kojoj se proizvodi. Voda, vazduh, vetrovi, trava, aromatično bilje – daju siru prirodni pečat kvaliteta po kome se prepoznaje i zato se čuvenim sirevima pamti geografsko poreklo. Švajcarci su još početkom XVII veka zakonom zaštitili kvalitet ementalera, pa se njegov ukus vekovima ne menja. Sirevi švajcarskog tipa danas su rasprostranjeni širom

KLASIFIKACIJA SIREVA

Proizvodnja sira oduvek je bila i nauka i umetnost. Vekovne tajne čuvenih ukusa i mirisa dešifrovali su genetičari, usmeravajući igru mikroorganizama ka željenom obliku, boji, ukusu... Tako danas razlikujemo kiselo koagulišuće sireve (*cottage, krem sir, quark*), toplotno-kiselo koagulišuće (*ricotta, questo blanco*), sireve dobijene kristalizacijom (tzv. „braon sirevi“) i najzastupljenije – slatko koagulišuće sireve. U ovu grupu spadaju sirevi sa unutrašnjim zrenjem – ekstra tvrdi (*grana padano, parmezan, asiago, sbrinz*), tvrdi sirevi (*cheddar, cheshire, graviera, ras*) i polutvrdi (*caerphilly, mahon, monterey jack*); sirevi sa rupicama – švajcarski (*ementaler, grojer, maasdam*) i holandski sirevi (*edam, gauda*); beli sirevi u salamuri, sa visokim sadržajem soli (*feta, domiati*); sirevi parenog testa (*mozzarella, kačkavalj, provolone*); sirevi sa plesnima – na površini (*brie, camembert, carre de l'est*) ili u unutrašnjosti sira (*roquefort, gorgonzola, stilton, danablu*); sirevi sa mažom (*brick, havarti, limburg, munster, port du salut, trapist, taleggio, tilzit*) i mnogi drugi. Sirevi se klasifikuju i prema sadržaju masti u suvoj materiji sira, i to na: visoko masne (više od 60% mlečne masnoće), punomasne (45-60%), polumasne (25-45%), niskomasne, delimično obrane (10-25%) i obrane (manje od 10%). Najgrublja podela je na prirodne sireve, topljene (čija sirovina nije mleko, nego sir) i imitaciju sireva, kod kojih su mlečne komponente zamenjene biljnim sastojcima. Osim po tehnici i procesu proizvod-



SERVIRANJE SIREVA

Sirevi se uglavnom serviraju kao predjelo, dok se u Francuskoj sir služi i kao dezert. Ovaj francuski običaj praktikuje se iz jednostavnog razloga: da bi se sa sirom popilo preostalo crveno vino od ručka. U Evropi uz sireve služe kesten, lešnik, orah, sveže i suvo voće. Kao poseban dodatak servira se i mladi luk, masline, celer, špargle... U Italiji se preko sireva sa plavom i belom plesni sipa zagrejan med, dok se u Engleskoj uz sir servira kiseli ili voćni ajvar. U Španiji je običaj da se uz sve vrste sireva služe slasne voćne paštete od dunja, smokava, badema i grožđica.

Sireve treba slagati po boji, a uz njih nuditi i sezonsko voće: jabuke, kruške, grožđe, ali ne i tropsko, jer je puno slatkog ili kiselog ukusa. Uz sir uvek ponuditi više vrsta hleba, a najbolji su: seljački hleb, baget, crni, kiselkasti, hrskavi i sl. Sireve treba seći u potpuno istim ili sasvim nepravilnim oblicima. Sirevi se takođe mogu servirati i kao glavno jelo za ručak, uz mešanu salatu sa laganim dresingom, kisele krastavce, sveže voće, orah i seljački hleb, i naravno – adekvatno vino kao aperitiv.



Once upon a time, an Arab trader carried milk in a bucket for sale through the desert. However, the hot desert sun and natural rennet in the bucket turned the milk into the first curdle of cheese. Thus, a rather tired and starving desert traveler suddenly refreshed himself with a good dinner. From this place in the Middle East, on which by the legend it originated, cheese went to conquer European and other tables throughout the world.

sveta, a odlikuje ih cilindričan oblik, velike dimenzije i masa (60-130kg!), čvrsta kora i pravilne šupljine u sredini (*ementaler* u preseku ima tri rupe u sredini, a *trapist* tri do četiri šupljine, takođe u sredini, ali znatno manje – veličine graška). Osim *ementalera*, koji je glavni predstavnik, u ovu grupu sireva spadaju *gruyere*, *raclette*, *gruyere de comte*, *beaufort* (Francuska), *apenzeller* (Švajcarska), *maasdammer* (Holandija), *jarlsberg* (Norveška) i drugi.

Najpoznatiji sirevi koji vode poreklo iz Holandije jesu *edam* i *gauda*. Tipu polutvrđih holandskih sireva sa rupicama pripadaju i oni proizvedeni u drugim krajevima sveta: *danbo* (Danska), *colonia* i *hollanda* (Argentina), *svecia* (Švedska)... Sirevi tipa *čedar* potiču iz Velike Britanije, a danas se u velikoj meri proizvode i u SAD, Australiji, Novom Zelandu, Kanadi i Irskoj. Spadaju u grupu tvrdih sireva, a na tržištu se mogu naći u više oblika, različitog stepena zrelosti i karakteristika. Vrste *čedar* sira su *chesire*, *derby*, *dunlop*, *leicester*, *lanchashire*.

Sirevi parenog testa (*mozzarella*, *kačkavalj*, *provalone*) potiču iz oblasti Mediterana, gde prevladava topla i suva klima. Klimatski i geografski uslovi u oblasti proizvodnje, loša higijena i otežan transport doprineli su da dobijena sirna gruda bude veoma lošeg kvaliteta, te se kao takva nije mogla čuvati duže vreme. Poboljšanje mikrobiološke slike i produženje trajnosti proizvoda ostvareno je uvođenjem termičkog tretmana grude. Testo sira se obrađuje na pari, tako što se rasteže i na kraju oblikuje.

Za oblast Mediterana vezuje se i proizvodnja belih sireva u salamuri. Karakteriše ih kiselost i veći procenat soli. Izrađuju se od ovčjeg, kravljeg, kozjeg ili mešanog mleka. U našoj zemlji proizvodnja belih sireva u salamuri veoma je rasprostranjena i stoga se sjenički, homoljski, zlatarski i drugi domaći sirevi smatraju autohtonim. Važni predstavnici ove grupe su i *feta* sir (Grčka), *domijati*, *beda* (Egipat), *teleme* (Grčka), *halloumi* (Kipar), *linghtvan* (Iran), *bugarski beli sir*, i mnogi drugi poput *travničkog* i *pljevaljskog*.

NEPREVAZIDENI FRANCUSKI SIREVI

Najfascinantniji i najpoznatiji sirevi potiču iz Francuske, koja je podarila čak 750 vrsta. Uglavnom je reč o tradicionalnim sirevima, čije su recepture čuvane u samostanima Francuske tokom srednjeg veka. Redovnici su učili farmere kako da im stoka bude zdrava, a mleko čisto. Pokazivali su im i kako ova namirnica, koja je bila njihov glavni izvor belančevina, treba da sazreva. Brojni dani posta naterali su ih da izume nove recepte, te je 960. godine u jednoj opatiji u severnoj Francuskoj nastao *marilles*, prvi samostanski sir.

Francuski sirevi zadržali su svoj individualni karakter, dopuštajući hirovima prirode i domišljatošću čoveka da diktiraju njihovu vrstu, veličinu i konačan ukus.

U dolinama su se izrađivali mali sveži sirevi koje su porodice mogle pojesti ili brzo prodati, dok su se u planinama proizvodili veliki kolutovi, koji bi sazrevali više meseci ili godina.

Najstarijim francuskim sirom smatra se *roquefort*, koji je opisivao kao „sir koji redovno odnosi nagradu u Rimu“. Jedan od najpoznatijih sireva, *camembert*, nije omiljeni francuski sir. Ta čast pripada tvrdom planinskom siru *comte* iz severozapadne Francuske, kog odlikuje voćna aroma. Veoma popularni su i ovčiji *abbaye de belloc* – pogodan za gril i sosove, *beaufort* – idealan za zakuške, fondi, ribanac i pite, kao i stoni sirevi *brie de meaux*, normandijski *camembert* i *neufchatel*, ili kozji *valencay* u obliku krnje piramide, posut pepelom.

Svakako, ne treba zaboraviti ni čuvene italijanske mlečne delicije, kao što je *dolcelatte*, koji se u ustima topi poput sladoleda, ili plava *gorgonzola*, tradicionalni *mascarpone*, *provalone*, *parmigiano*, *mozzarella*, ni mnoge druge svetske i domaće sireve, koji su neizostavan detalj savremene trpeze.



UNIKATNI DAROVI našeg podneblja

Zlatarski, homoljski, sjenički, svrljiški, pirotski ili somborski sir – svojim nazivima jasno oslikavaju područja u kojima se vekovima na jedinstven način izrađuju od svežeg mleka. Ubirući od sredine samo najbolje – mirise, lekovita svojstva, klimatske uslove, kvalitet ispaše, vazduha i zemljišta, nastaju jedinstveni domaći sirevi, specifičnog hemijskog karaktera, kakav se ne može proizvesti nigde u svetu, do u Srbiji.

Sir je tradicionalna hrana stanovnika stočarskih krajeva, na kojoj su odrastale i generacije sa brdovitog Balkana. Bogat je proteinima, kalcijumom i ostalim supstancama zaslužnim za dobro stanje organizma. Ovaj mlečni proizvod, koji je nekada predstavljao osnovnu namirnicu u ishrani, i danas zauzima počasno mesto u srpskoj kuhinji. Zahvaljujući velikoj upotrebnoj vrednosti, neretko se konzumira samostalno, ali i u brojnim kombinacijama sa drugim namirnicama. Uglavnom se služi kao predjelo, u pratnji pršute, šunke, kulena... Čest je sastojak pita, salata, kanapea, sendviča i mnogih kuvanih i pečenih jela, kojima daje poseban i prepoznatljiv ukus. U poslednje vreme, ulazi i u smeđe kombinacije sa slatkim

jelima, tako što se služi sa voćem ili koristi u dezertima. Provereni šmek daju mu i kvalitetna domaća vina, koja u svakom zalogaju ističu pečat podneblja sa kog je potekao.

Autohtoni sirevi u Srbiji uglavnom se proizvode na tradicionalan način, tako što se sveže, tek pomuženo mleko prosirava i dalje obrađuje, dok sirevi u industrijskoj proizvodnji prolaze kroz određenu termičku obradu – prave se od pasterizovanog mleka. Prisustvo raznovrsnih bakterija u svežem mleku povećava količine kvalitetnih sastojaka u siru, dajući mu specifične senzorne karakteristike.

Domaći autohtoni sirevi svrstavaju se u tri grupe: sveže, tvrde i bele sireve u salamuri. Proizvodnja belih sireva u salamuri rasprostranjena je širom Srbije. Najčešće se izrađuju od sirovog ovčijeg, kravljeg, kozjeg ili mešanog mleka. Zrenje ovih sireva odvija se u slanoj salamuri, zbog čega njihov ukus karakteriše izraženija kiselost i veći procenat soli. Sirevi odgajani u surutki uglavnom nose nazive prema regijama u kojima se izrađuju, pa tako razlikujemo homoljski, zlatarski, sjenički i svrljiški sir, koji nose oznaku geografskog porekla.



Kad govorimo o autohtonosti i zaštiti sira, vrlo je važno tačno definisati klimatske uslove, kvalitet ispaše i mleka, njegovog sastava i mikroorganizama koji utiču na tok zrenja, kao i na tehnologiju i proces proizvodnje.

Države poput Francuske, Italije, Holandije, Španije, Švajcarske... imaju svoje autohtone sireve kojima se ponose. Predstavnik naše zemlje je, bez sumnje, pirotski kačkavalj – čuveni sir od parenog testa, čije je geografsko poreklo zaštićeno ove godine. Njegovo testo ručno se obrađuje, razvlači i savija, čime dobija lisnatu strukturu. Uzgaja se u tačno definisanim uslovima, kako bi poprimio sve senzorne kvalitete. Pre dvadesetak godina, „Pirotska mlekara“ je ovaj čuveni tvrdi sir izvozila i na američko tržište, dok je danas Mlekarska škola „Dr Obren Pejić“ u Pirotu glavni proizvođač i jedini ovlašćeni korisnik imena i porekla ovog proizvoda visokog kvaliteta.

DOMAĆI SIREVI I VINA

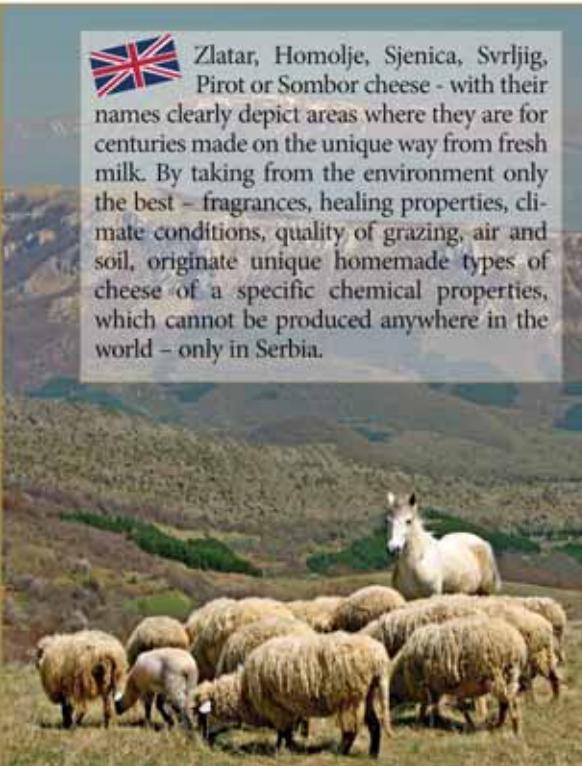
Sjenički sir – konzumira se sa belim suvim vinima i sa mladim voćnim crvenim vinima, kao što je božole ili Rubinov game.

Kačkavalj – dobro se slaže uz rizling i sovinjon.

Svrljiški sir – odlično pristaje uz vrhunska bela vina izraženog karaktera.



Zlatar, Homolje, Sjenica, Svrljig, Pirot or Sombor cheese - with their names clearly depict areas where they are for centuries made on the unique way from fresh milk. By taking from the environment only the best – fragrances, healing properties, climate conditions, quality of grazing, air and soil, originate unique homemade types of cheese of a specific chemical properties, which cannot be produced anywhere in the world – only in Serbia.



Tradicija venčavanja SIRA I VINA

Istorija sparivanja sira i vina seže još u antički period, zadržavši se i danas u svim zemljama sa razvijenom vinskom kulturom. Iako svaka zemlja ima svoje „srećne parove“, ne postoje čvrsta pravila u spajanju sira i vina. Najvažnije je uspostavljanje harmonije i ravnoteže ukusa.

Stara izreka kaže da zemlja bez odgovarajućeg aperitiva uz sir, zapravo i nema adekvatan mlečni proizvod ove vrste koji bi pristajao uz piće. Grčka je bila prva zemlja koja je funkcionisala u skladu sa ovom floskulom, pre svega zahvaljujući epikurejskom stavu koji se zalagao za gurmankluk i uživanje u velikim količinama vina, uz koje se obavezno grickao ovčji sir. Klasični grčki sir oduvek je bila feta, koju je i zanosna čarobnica Kirka kombinovala sa odgovarajućim vinima, kako bi načinila oproštajni napitak za svoje ljubavnike.

Poznato je da se u zemljama sa čuvenim vinskim područjima, kao što su Francuska, Italija, Španija i Portugal, u svim vinskim podrumima kupcima uz vino služi i sir, da bi se dočarao pun ukus berbe. Ali profesionalni degustatori strogo zabranjuju konzumiranje sireva između gutljaja. Oni će radije

svoje nepce neutralisati običnim hlebom, znajući da mrvica *Roquefort*-a ili kocka *Gruyere*-a mogu i prosečnom vinu dati uzvišeni ukus.

Kad već pominjemo *Roquefort*, ovaj „kralj sireva“ najbolje se kombinuje sa *Romanée* vinom. Uspešno je i slaganje sira *Pont-l'Évêque* sa *Beaujolais*-om, bria sa crvenim šampanjcem, kao i *Coulommiers*-a sa bilo kojim kvalitetnim rozeom. Rajske „brakovi“ sklapani su u Burgundiji između crnih i belih vina iz čuvenih vinskih regija *Côte de Nuits* i *Côte de Beaune* sa burgundijskim sirevima kao što su

Époisses, *Soumaintrin* i *Saint-Florentin*. Vino *Pommard* i sir *Port-Salut* kao da su stvoreni jedno za drugo, takođe i *Château Margaux* i *Camembert*.

I u ostalim francuskim regijama poštuje se veza kvalitetnih sireva i vina. Tako je ovo pravilo zblížilo sireve *Sainte Maure* i *Valençay* sa *Vendôme*, *Vouvray*, *Saumur* i *Anjou* vinima. Sir *Gruyère* odlično se uklapa sa *Chablis* vinom, *Camembert* sa *St. Emilion*-om; a nije tajna i da je svako renomirano suvo



The history of cheese and wine matching dates back to the ancient period and retains even today in all countries with developed wine culture. Although each country has its own "happy couples", there are no firm rules for combining cheese and wine. The most important is the establishment of harmony and balance of taste.

„PRAVILA“ SLAGANJA SIRA I VINA

Ne postoje čvrsta pravila u spajanju sira i vina, jer to zavisi od ukusa svakog čoveka posebno. Cilj ovog spoja treba da bude kreiranje harmonije i ravnoteže ukusa. Jedno od najjednostavnijih pravila je da se lakši sirevi spajaju sa laganijim vinima, a teži sirevi sa jačim vinima. Sve je stvar balansa. Ako je vino prejako, sir neće doći do izražaja i obrnuto. Neke kombinacije su dobre, neke manje dobre, ali lepota je u eksperimentisanju. To je jedna velika igra i nikada se ne treba strogo držati pravila.

Evo nekoliko preporuka:

Sveži sirevi – sa svetlim, reskim belim vinima,

Meki beli sirevi – sa blagim, lagano oštrim, slanim vrstama i blago slatkim vinima,

Polutvrđi sirevi – sa belim vinima puznog ukusa ili crvenim voćne arome,

Sirevi oprane kore – uz „Gewurztraminer“ ili krepko crveno vino, kao i uz pivo,

Tvrđi sirevi – uz crvena i voćna vina, ali i slatka, pojačana vina kao što su Madera ili Porto.

Plavi sirevi – blaži plavi sirevi zahtevaju blaga voćna bela vina, dok pikantniji se plavi sirevi bolje slažu uz krepka začinjena crvena vina.

crno vino, najčešće klaret, odgovarajuće piće i uz stotinu drugih prefinjenih francuskih sireva.

Kad je Engleska u pitanju, još davne 1929. godine André Simon, trgovac vinom i plodan pisac o ovoj tematici, u knjizi „Umetnost dobrog življenja“ preporučuje sledeće koloritne spojeve: „Crveni Cheshire sa svetlim Tawny Port-om, beli Cheshire sa Oloroso Sherry-jem, plavi Leicester sa starim Vintage Port-om, zeleni Roquefort sa mladim Vintage Port-om“. Englezi takođe sipaju porto u sir Stilton, sušen na suncu, a u Cheddars dodaju i druga vina i alkoholna pića, poput jakog tamnog piva, kako bi se obogatilo ukus ovog sira.

Svaka zemlja ima svoje „srećne parove“, pa italijanski standard najverodostojnije predstavlja sir Provolone u kombinaciji sa toskanskim crvenim vinom Chianti. Potom sledi najneobičniji par – francuski Neuchâtel sir iz Normandije i švajcarsko Neuchâtel vino. Švajcarska takođe ima svog favorita kada su sirevi u pitanju – tzv. „groždani sir“ Trauben, koji je dobio naziv po pomenutom Neuchâtel vinu u kojem sazreva.

Jedna vrsta francuskog Neuchâtel sira, Bondon, zauzima jedinstveno mesto u društvu dobrih vina, zato što se izrađuje u obliku i veličini zapušača na vinskom buretu. Slično je i sa

Branzas sirom, koji se nekad pakovao u minijaturne vinske buriće, što je strogo sugerisalo da bi uz tako izvrsne sireve trebalo piti isključivo mađarski Tokay. Neki sirevi u markete stižu i umotani u listove vinove loze. Asocijacija je sasvim jasna – uz adekvatno vino, degustator će se osetiti kao u raju! Jer su sir i vino, bez sumnje, božanstvena kombinacija.

IDEALNE KOMBINACIJE

Rokfor – konzumira se uz slatka vina, kao što je Porto, ili uz laganija crvena vina.

Gorgonzola – italijanski sir, koji se slaže sa vinima zemlje porekla, poput Chianti, Barbaresco, Barbera, Barolo, ali i sa crvenim vinima voćnog karaktera kao što je Cabernet Sauvignon ili Ice-Wein.

Parmezan – suva crna vina Amaronne, Chianti classico, Barolo.

Edamer – najbolje se slaže sa crvenim vinima izraženog voćnog karaktera. Stariji sir se odlično slaže sa Pinot Noir-om, a kombinuje se i uz rajanski rizling.

Gauda – ide uz trešnje i mlada vina voćnog ukusa.

Appenzeller – slaže se sa voćem i povrćem i laganim crvenim vinima voćnog ukusa.

Tete de Moine – servira se sa svežim crvenim vinima sa izraženim taninima kao što su Cabernet Sauvignon, Nebbiolo ili Syrah.

Kačkavalj – konzumira se sa crvenim snažnim vinima, tipa Cabernet Sauvignon ili Merlo.

Feta – idealan sa grčkim suvim belim vinom tipa Retsina, sa aromatičnim poluslatkim tramincem, mladim voćnim crvenim vinima kao Boujolais ili Game.

Ementaler – najbolje se slaže sa slatkim nemačkim rizlingom ili sa mladim crvenim vinima izraženih voćnih ukusa, ili sa laganijim Merlo-om.

Brie/Camambert – roze vino i šampanjac.

Asiago – slaže se uz vina kao što su Valpolicella ili Bianco di gusto.

Kozji sirevi – Francuzi uz kozje sireve često piju slatka vina ili mlada crvena vina sa malo tanina, čak i šeri.



EKSKLUZIVNI SIREVI

Svake godine, u svetu se proizvede više desetina miliona tona raznih sireva.

Neki od njih su vrlo neobični...



SIR OD LOSOVOG MLEKA

Postoji samo jedna farma na svetu na kojoj se proizvodi ovaj izuzetni sir. Nalazi se na severu Švedske u seocetu Bjurholm. Vlasnik farme, Krister Johanson i njegova supruga Ula pripitomili su četrnaest losova, od čijeg mleka proizvode godišnje 300–500 kilograma sira. Proizvodnja sira je jako otežana i usporena, jer od jedne ženke losa može da se dobije samo 2 litra mleka dnevno, a period njihove laktacije traje samo četiri meseca godišnje.

Sir od losovog mleka sadrži 12% masti i 12% proteina. Vlasnik farme i pored najbolje volje ne može da udovolji svima koji žele da uživaju u ovom siru, pa ga isporučuje samo najprestižnijim restoranima i hotelima u Švedskoj. Cena sira je oko 1.000 evra za kilogram.

VRLO SMRDLJIVI SIR

Mnogo je vrsta vrhunskih sireva sa jakim i neprijatnim mirisom. Među njima se izdvaja francuski sir „Boulette d'Avesnes”, koji ponosno nosi titulu najsmrdljivijeg.

Ovaj čuveni sir, od čijeg mirisa zastaje dah, proizvodi se od davnih vremena. Pominje se u crkvenim dokumentima iz daleke 1760. godine.

Prilikom proizvodnje ručno se oblikuje u vidu kupe visine 10 cm, a težine 180 grama. Sadrži 45% mlečne masti. Prodaje se kao sveži sir, sa rokom čuvanja od 30 dana. Cena jedne kupe od 300 grama je 10 evra. Postoji i dugotrajniji sir ove vrste, koji je crvene boje, jer sadrži prirodnu biljnu boju „ruku”, koji se uvozi iz Južne Amerike.

Dobri poznavaoци izuzetno cene ovaj sir, koji se ni u Francuskoj ne može lako pronaći i kupiti.



SASVIM PIJANI SIR

Da bi postigli specifičan prefinjeni ukus, proizvođači ispiraju sireve u alkoholnim pićima: brendiju, vinu ili šampanjcu.

Jedan od „najpijanijih” sireva svakako je burgundski „Trou du Cru“. Prvi je počeo da ga proizvodi farmer Robert Berthaut, pre tridesetak godina.

To je meki sir svetlo žute boje, sa narandžastom, jestivom korom. Proizvodi se u kolutićima težine 60 i 250 grama. Tokom sazrevanja, u trajanju od četiri nedelje, sir se više puta preliva jakim brendijem „Marc de Bourgogne“, koji se proizvodi od koštica grožđa.

Sir „Trou du Cru“ je jakog ukusa, sa aromom koju njegovi ljubitelji opisuju kao mešavinu „voća, cveća i slame“. Cena mu je oko 100 evra za kilogram.



CRVLJIVI SIR

„Casu marzu“ je jedinstveni italijanski sir, koji sadrži u sebi larve muva i drugih insekata. To su živi crvi, dužine oko 8 milimetara. Proizvodi se na Sardiniji.

Ovo je varijanta poznatog sira „Pecorino Sardo“, koji je izložen dugotrajnoj fermentaciji, do stanja truljenja. Smatra se da je ovaj crvljivi sir opasan i štetan za zdravlje onih koji ga konzumiraju. Njegova proizvodnja je zvanično zabranjena, ali ga pastiri krišom proizvode i plasiraju na crno tržište.

Kupuju ga ljubitelji sira sa jakim želucem. Pojedinci pre jela očiste sir, ali većina ga konzumira zajedno sa crvima. Na Sardiniji se služi kao poseban specijalitet na svečanostima kao što su rođendani i venčanja. Veruje se da je jak afrodizijak.

„Casu marzu“ je dvostruko skuplji u odnosu na „Pecorino Sardo“. Jedan kilogram košta oko 40 evra.

Pripremila: Zorica Tatomirović

Rovinjnske delicije

Hotelu s pet zvezdica „Monte Mulini“ u Rovinju, koji pripada turističkoj kompaniji Maistra, i koji se smatra jadranskim Sen Tropeom, ništa nije dovoljno dobro za uživanje njegovih zahtevnih gostiju: od arhitektonskog koncepta da svaka soba ima pogled na more, udobnog salona s kutkom za klavir i ljubitelje džina, vina s više od 550 različitih etiketa iz Hrvatske i sveta, preko wellnesa i spa u kojima se za tretmane koriste najkvalitetniji proizvodi kao što su *Maria Galland* itd., do vrhunske enogastronomske ponude u elitna dva restorana - „Mediterraneo“ i „Wine Vault“.

U enogastronomskom „Vinskom svodu“ predseđava glavni kuvar ili šef kuhinje Englez Endi Gaskin. Duhovit, šarmantan i druželjubiv, kosmopolita sa zavidnom karijerom zasluženom radom po čitavom svetu, šef smatra da gostima treba ponuditi samo ono najkvalitetnije sa ak-



centom na proizvode lokalnih dobavljača, ali i izazovne kombinacije koje, uz njegovu pomoć, sâmi gosti „kroje“ kako im volja.

Njegov gastronomski put išao je od Kine, Tajlanda, preko Afrike, do Sardinije, Francuske, Španije... Radio je sa najpoznatijim svetskim kuvarima i u restoranima sa 1, 2 i 3 Mišelin zvezdice (u Velikoj Britaniji). Hranu je pripremao čak i za englesku kraljicu Elizabetu tokom njenog boravka na Malti!

Kako je došao u Rovinj - pitam ga, a on kaže: - Dok sam radio za hotelski lanac „Starwood“, moj kolega koji radi za Maistru, pozvao me je da dođem u Rovinj. Došao sam i...zaljubio se u grad!

ŠEFOV STO

U ovom restoranu s podrumskim tavaničnim svodovima i nameštajem u tamno crvenoj



SVET JE KNJIGA I AKO NE PUTUJETE ISTO JE
KAO DA STE PROČITALI JEDNU STRANICU I
PROPUSTILI SVE OSTALE.

Endi Gaskin



The five-star Monte Mulini Hotel in Rovinj, owned by the tourism company Maistra, and considered to be the Adriatic Saint Tropez, is nothing good enough for the enjoyment of its demanding guests: from the architectural concept that each room has a sea view, a comfortable lounge with a corner for piano and gin lovers, wines with more than 550 different labels from Croatia and the world, through wellness and spa in which the best quality products are used for treatments, such as Maria Galland, etc., to the highest level gastronomy: two restaurants - "Mediterraneo" and "Wine Vault", headed by chef Andy Gaskin.

boji, Endi osmišljava najluđe kombinacije koje očigledno prijaju gostima. U svoj gastronomski program uveo je takozvani *Šefov sto*, u kome gosti smišljaju, pod njegovim budnim okom, šta im je jesti iz bogate ponude morskih i povrtarskih bogatstava Jadrana i Istre. U skrivenom kutku restorana samo jedan sto za najviše šest osoba. Gosti praktično „jedre“ kroz razna jela, pa ko izdrži. Šef kaže da je imao gosta koji „išao“ čak do dvadeset šestog jela!

- Jela treba da budu inovativna, laka, ukusna, originalna, emotivna i duhovita! Treba da se sastoje od četiri elementa: ukus, izvornost, emotivnost i duhovitost – kazuje šef Gaskin, a ja primećujem kako je upravo to pravi opis i sâmog Endija Gaskina. Brzo govori, ubacuje šale, neprestano šeta, pa smo se moj brat Peđa Filipović, u ulozu fotografa, i ja umorili od jurnjave za njim koji je želeo da nam pokaže sve, pa čak i svoj mali povrtanjak ispred sâme terase restorana.

DOBRA BERBA

- Postoje pravi sladokusci kojima ništa ne znači da prelete avionom nekoliko hiljada kilometara samo da bi u „Vinskom svodu“ uživali u nizanju specijalnih obroka. Takva je bila porodica za koju sam mislio da je na proputovanju. Ali, ne, oni su specijalno zbog *Šefovog stola* došli čak s Tajvana! Goste ohrabrujemo da biraju, volimo da ih razmazimo i, ako treba, i šokiramo – kazuje šef restorana elitnog hotela "Monte Mulini". Izražajnog lica, drži vas pogledom svojih plavih očiju privezanim za njegovo izlaganje puno oduševljenja. Kažu da je zato nezamenljiv šef koji vodi brigadu od oko 150 kuvarica i kuvara u tri hotela koliko ih pripada Maistri. Za sebe kaže da je "dobra berba" ili urbani nomad: - *Svet je knjiga i ako ne putujete isto je kao da ste pročitali jednu stranicu i propustili sve ostale* – njegov je životni moto.

Zidovi ovog kutka išarani su porukama na raznim jezicima i komentarima zadovoljnih gostiju.

- Moj najmlađi gost zvao se Edvard i imao je samo pet meseci. Bio je sve vreme

da proslave godišnjicu braka, pojeli su 22 vrste jela, a jedna gošća iz Švedske je, posle šestog jela, izjavila da se razvodi od muža i udaje za mene!

Najzad, za Endi Gaskina se ne može reći da



JELA TREBA DA BUDU INOVATIVNA, LAKA, UKUSNA,
ORIGINALNA, EMOTIVNA I DUHOVITA!

Endi Gaskin



miran dok su njegova majka Australijanka i otac Englez kušali naša jela – priseća se šef Gaskin i nastavlja: - A najveći kritičar bio je gost iz Pacific Palisades (jednog od najskupljih kvartova Los Anđelesa); Kristina i Aleksis, koji su došli

je kuvar, čak ni da je šef kuhinje... Pre se može reći da je on hiperaktivni umetnik s hranom kao sredstvom svog izražavanja i kuvanjem kao šefovskom tehnikom.

Jelena Kalićanin

Foto: Peđa Filipović i fototeka Maistra

Berbanska fešta u „MAČKOVOM PODRUMU“

- Svaki pravi vinar koji ima dušu i voli vino, ne može da uživa u njemu ako ga ne podeli sa prijateljima – kazuje **Sava Jojić**, vlasnik „Mačkovog podruma“ iz Iriga, koga smo zatekli u vinogradu, okruženog veselim gostima, pozvanim da uz dobar zalogaj, vino iz domaćinog podruma i druženje uz tamburaše, obeleže početak ovogodišnje berbe grožđa.

Taj običaj, ustanovljen 2010. godine, u ovom podrumu redovno se praktikuje, a gostiju je iz godine u godinu sve više, baš kao i ljubitelja vina iz „Mačkovog podruma“. Ovogodišnja berbanska fešta počela

je na padinama Fruške gore na potesu Budakovac, gde je nekada bio vinograd, pa iskrčen, da bi ga posle mnogo godina Sava Jojić ponovo zasadio. Na Budakovcu je 15 ha pod vinovom lozom, sorte portugizer i sovin jon blanc, od ukupno 32 ha koliko ovaj podrum ima ukupno.

- Portugizer je jedna sorta koja je skoro izumrla na Fruškoj gori 60-ih godina prošlog veka. Ja se kao dete toga sećam i moja je velika želja bila da imam portugizer koji daje lepa crvena, pitka, lagana vina, koja mogu da se piju i kada su visoke temperature – ističe gospodin Jojić. – Mi od njega pravimo mlado vino, po istom tehnološkom postupku kako se pravi čuveni božole (beaujolais) i svakog trećeg četvrtka u novembru iznosimo ga na tržište. To je dan mladih vina u celom svetu, a mi u Novom Sadu pravimo jedan veliki vinski događaj na kojem svim ljubiteljima vina besplatno točimo portugizer, uz naše tamburaše, sremske pesnike i folklor. Ne možemo da vratimo vreme, ali možemo da pokušamo da zadržimo tradiciju koja je trajala do 60-ih godina prošlog veka, a onda nekim čudom nestala. Prosto, treba ovim mladim urbanim ljudima koji misle da je ceo svet na kompjuterima, omogućiti da vide da život može da bude i drugačiji. A može – dodaje Sava Jojić, nazdravljajući svojim gostima, srećan što je portugizer dobro rodio i što tu radost ima s kim da podeli.



RESTORAN NA KROVU

Na poslednjem spratu luksuznog beogradskog hotela Heritage, u aprilu 2018. godine biće otvoren atraktivni rooftop restoran. Gosti će ovde moći da uživaju u predivnom panoramskom pogledu na Beograd, kao i u vrhunskim gastronomskim specijalitetima uz raznovrsne muzičke večeri.

Radovi se trenutno privode kraju, a kada bude otvoren, restoran će biti dostupan svakog dana u periodu od aprila do novembra.



Restoran „Priča“ - Novi Banovci



U najstariju kuću u centru Novih Banovaca, koja je sagrađena davne 1730. godine kao tipična vojnograničarska zgrada koja je dugo služila kao poštanska stanica, uselila se Priča. I to ne bilo kakva, već *Priča o ribljoj čorbi*, za koju **Slavko i Branka Savić**, vlasnici "autorskih prava", garantuju da će se dopasti njihovim gostima. I to, pre svega, zbog posve originalnog enterijera u kojem je svaki detalj nameštaja i dekora ili skinut sa nekog tavana, ili izvučen iz bakinog ormara, ili "hand made by Slavko & prijatelji", pa je za opis ovog neobičnog restorana najbliža istini formulacija: etno restoran u retro stilu. Kao i u svim sličnim pričama, u kojima je glavna ideja da prostor što više zadrži autentičnost, i u ovoj je prisno i toplo, skromno i jednostavno ali lepo. I ovde se od gostiju naprosto očekuje da budu opušteni, kao kod kuće, i da ulaskom u Priču zaborave na vreme, za kojim časovnici u najstarijoj kući u Banovcima ionako odavno ne jure.

Dok se gosti odomaćuju, hvataju muzičke signale s radia, model 1955, u debeloj hladovini, iza prozora sa uštrikanim bakinim firangama, počinju polako da osećaju mirise koji dopiru iz otvorene kuhinje, kao nagoveštaj uzbudljive gastronomske priče koju će umeti da isprati i neko vino "po meri". U Priči o ribljoj čorbi, sasvim normalno, glavna uloga je dodeljena ribi, a ona je u Priči za priču: uvek sveža i majstorski pripremljena, jer do Dunava je tu kao kad bi malo više zabacio pecaroshi štapa. Uz riblju čorbu i rečnu ribu na razne načine, obavezni deo svakodnevnog menija je i nadaleko najbolji riblji paprikaš sa domaćim rezancima ili kačamakom, zaliven nekim od dobrih domaćih vina.

Za one koji su više klasično ortijentisani i ne baš spremni da eksperimentišu - iznenađenje! U Priči se sprema i najbolji roštilj, jer Slavko se od dvanaest godina koliko je živeo u Francuskoj, osam godina bavio ugostiteljstvom i to kao vlasnik nacionalnog restorana "Fontana" u Strazburu. Po svom povratku u Banovce, otvorio je riblji restoran "Krokodil", ali ga je posle par uspešnih godina zatvorio. I evo Slavka po treći put u ugostiteljstvu, u svojoj Priči koju, ko zna zašto, tako uporno i s toliko entuzijazma želi da ispriča svojim gostima.

I da već koliko sledeće godine siđe na Dunav i tu na najlepšem mestu u Banovcima napravi pravu dunavsku Priču. Do tada, Banovci će, ušuškani uz najveću evropsku reku, za mnoge postati nova zanimljiva turistička destinacija nadomak Beograda. Da čisto, lepo i prijateljsko malo mesto konačno uđe u turističke vodiče, doprineće na svoj način i Priča. Slavkova i Brankina Priča o kojoj se već govori.



BURŽOAZIJA I PROLETARIJAT za istim stolom



Varšavski restoran „Ispod crvenog vepra“ oživaljava duh i meni ere komunizma između 60-ih i 80-ih godina prošlog veka. Smešten je na prostoru gde su se nekad nalazile fabrike i pivare, gde je bio epicenatar poljske radničke klase. Zahvaljujući zanimljivoj istoriji, specijalno uređenom enterijeru, kao i autentičnom meniju podeljenom na dva dela – za buržoaziju i proletarijat, poseća ovom restoranu je danas i kulinarska i turistička atrakcija poljske prestonice.



The „Inn Under the Red Hog“ revives the spirit and menu of the communist era between the 60-ies and the 80-ies of the XX century. The theme is a stormy but interesting history of the restaurant and its location, where in those times all the factories and breweries could be found; in the epicentre of working class within the first Polish communist/socialist movement was born. Thanks to not only famous history, but specially decorated interior, menu divided into two parts – for bourgeoisie and proletariat, a visit to this restaurant is at the same time culinary and tourism attraction of the Polish capital.





Prolaskom kroz crvena vrata, gosti restorana „Ispod crvenog vepra“ (*Oberża pod Czerwonym Wieprzem*) ulaze u priču koju su ispleli vlasnici oko intrigantne prošlosti ovog varšavskog ugostiteljskog objekta. Legenda počinje pre mnogo godina kada je izgrađena gostionica, a pripoveda o buntovnim radnicima sa kraja veka koji su se na tom mestu okupljali da bi uz pivo raspravljali o politici, nastavlja se pričom o rušenju gostionice zajedno sa Varšavom tokom Drugog svetskog rata, i značajnom ali tajnom ponovnom otvaranju restorana od strane velikodostojnika Komunističke partije 1960-ih godina XX veka.

Tadašnje otvaranje moralo je da protekne u tajnosti, zato što je restoran bio mesto za luksuzna obedovanja nedostupna proletarijatu, a u epicentru poljske radničke klase. Članovi komunističkog aparata i vrhovni lideri jeli su i pili skriveni u podrumu ispod neupadljivog bara zvanog „Magda“, koji je služio samo kao paravan.

Priča se da su Fidel Kastro, Mao Ce Tung i Leonid Brežnjev uživali u svinjetini i rashlađenoj votki, dok su na ulici iznad njih obični građani u redu čekali da kupe kobasice iz loše snabdevenih prodavnica. Postoje i glasine da je restoran povezan podzemnim tunelom sa varšavskom Palatom kulture,

ogromnim zdanjem, koje je grad dobio na poklon od Staljina i gde su se održavali svi važni kongresi komunističke partije. Ovo „igralište“ za pomenutu gospodu zatvoreno je, prema priči sadašnjih vlasnika, nakon pada komunizma 1989. godine, kada je u određenim političkim krugovima proglašen za „nepodobno“ mesto.

CRVENO DO DETALJA

Sadašnji restoran, smešten izvan turističkog centra grada, u stambenom i komercijalnom delu poljske prestonice, otvoren je 2006. godine pod nazivom „Gostionica ispod crvenog vepra“, koji je navodno proistekao od nadimka koji je restoran dobio kao mesto okupljanja „crvenih“ revolucionara ranog komunizma, uključujući i Lenjina.

U unutrašnjosti restorana velika pažnja posvećena je detaljima. Dugački drveni stolovi i crveni separei zamenili su nameštaj gostionice „Magda“ iz ere komunizma, a na mestu nekadašnje tajne sobe u podrumu sada se nalazi kuhinja. Teške crvene zavese, posteri i slike socijalističkih heroja, konobari sa crvenim detaljima odeveni su u skladu sa temom, a hostese koje dočekuju i ispraćaju goste do stola obučene su u uniforme iz tog perioda. Čak i muzika potiče iz perioda od 1950-ih do 1980-ih godina. Najinteresantniji deo enterijera predstavlja sto izdignut na plat-

formi (za velikodostojnike i buržoaziju) iza kojeg na zidu visi slika zvana „Poslednja komunistička večera“ na kojoj su naslikani za istim stolom Lenjin, Brežnjev, Mao Ce Tung, Kasto i, naravno, drug Tito, kao i ostali lideri zemalja „iza Gvozdene zavese“.

ŠTA JEDE PROLETARIJAT, A ŠTA BURŽOAZIJA?

Meni uglavnom sadrži poljske specijalitete, ali tu se nalaze i jela zemalja koje više ne postoje – SSSR, Čehoslovačke, Jugoslavije, Nemačke Demokratske Republike. Meni je zasnovan po ugledu na omiljena jela tadašnjih lidera i specijalnih recepata tog vremena, a podeljen je na dva dela: „za proletarijat“ i „za buržoaziju“. Meni je zapravo atrakcija za sebe sa šaljivim opisima i nazivima jela, kao što su „Oblino dekorisan Leonidov svinjski vrat“, „Maova piletina“, „Fidelova cigara“ – svinjska rebra rolovana u obliku cigare i poslužena sa ljutim sosom od paradajza. Jedno do najpopularnijih jela je „Erihova svinjska leđa“ pečena u rerni u sosu od karamelizovanog bavarskog piva – spremljena na isti način kako ga je baka bivšeg lidera Istočne Nemačke Eriha Honekera nekada pravila, navodi se u meniju.

Ni predjela nisu ništa manje interesantna. Meni za proletarijat nudi slaninu sa kiselim krastavčićima, dok buržoazija ima na meniju izbor divljači. Palačinke od krompira namenjene su proletarijatu, a uz njih stoji da se prave od krompira sa najboljih farmi u zemlji, koje su seljani hrabro branili od invazije američkih sorti krompira.

Restoran „Ispod crvenog vepra“ omiljeno je mesto za odlazak na večeru ne samo stanovnika Varšave i njenih gostiju, već i poznatih svetskih zvezda današnjice, poput glumca Brusa Vilisa, bokserskog šampiona Lenoksa Luisa i mnogih fudbalskih velikih imena, čije fotografije takođe krasi zidove ovog autentičnog restorana.

Marija Obradović



HRANA NA ČETIRI TOČKA

Kada se kaže ulična hrana prvo što pada na pamet su nemaštoviti kiosci u kojima se prodaje takozvani *fast food*, najčešće lošeg kvaliteta. Maštoviti restorateri rešili su da promene imidž ulične hrane, uzimajući stara *vintage* vozila i preuređujući ih u lepe inovativne prodavnice hrane, interesantnih boja i oblika, u kojima se prodaje svašta od kafe i koktela do pice, šećerne vune, belgijskih čokolada i peciva. Predstavljamo vam neke od interesantnih restorana na točkovima parkiranih širom sveta.

„APOLLO 70“, OKSFORDŠIR, VELIKA BRITANIJA

Spajajući u svojoj ponudi klasičnu američku uličnu hranu i kvalitetne belgijske čokolade i peciva, ova svetluca „Land Yacht Airstream“ prikolica svojim nesvakidašnjim „metalik“ dizajnom i spoljašnjim, i unutrašnjim, privlači pažnju posetilaca sportskih događaja, na kojima najčešće kombi i bude parkiran. Unutrašnji bar osvetljen neonskim svetlima koja menjaju boju, opremljen je za pripremu raznih šarenih koktela, koji su izloženi na improvizovanom šanku, zajedno sa drugim pićima, poput vina i piva.

„CLOUD NINE COTTON CANDY“, VANKUVER, KANADA

Ova simpatična prikolica – poslastičarnica svojim interesantnim nijansama bele i nebo-plave boje odaje opuštenu „dečiji“ utisak. Nasuprot donekle neozbiljnom spoljašnjem izgledu, unutrašnjost kombija krije „ozbiljnu“ proizvodnju slatkisa od isključivo organskih sastojaka, poput mini krofni i dezerta od leda u raznim ukusima nalik sladoledu. Najpoznatiji proizvod je sopstveni brend šećerne vune, po kojoj je poslastičarnica i dobila ime, a prodaje se u više od 20 ukusa u simpatičnim lepo ukrašenim pakovanjima – plastičnim ili staklenim teglama, izloženim na malim policama.

„INTELLIGENTSIA“, NUJORK SITI, SAD

Poznat kao „Minibar“, ovaj mobilni kafe smešten u školjku kombija marke „Citroen“ iz 1963. godine, parkiran je ispred jednog hotela na Menhetnu u Njujorku. Ovaj neobičan kafe u retro kombiju obojenom u tamno zelenu boju brendiran je prepoznatljivim logotipom „Intelligentsia“ lanca kafića iz Čikaga i u njemu su u ponudu različite vrste *espresso* kafe za poneti.

„COBBLE KITCHEN“, NORT JORKŠIR, ENGLESKA

Okrečen u sivo, ovaj „Citroen H Van“ iz 1955. godine sa žutim slovima i sopstvenim brkovima na kojima na francuskom jeziku piše da se zove „Marcel“ - nudi pravi francuski retro šik lokalnom stanovništvu na severoistoku Engleske tokom festivala i privatnih događaja na otvorenom. U ponudi su napici od sveže mlevene kafe, domaći kolači, sendviči, slane i slatke pite i mnoštvo šarenih bombona, a svi proizvodi u ponudi su lokani, sezonski i kako kaže vlasnica „napravljeni sa dušom od srca“.

„PRESS WAFFLES“, MILVOKI, VISKONSIN, SAD

Ukras na pijacama i uličnim festivalima u najvećem gradu Viskonsina – *vintage* kamper prikolica iz 1962. godine okrečena u *mint* zelenu neodoljivo odiše kombinacijom srednjevekovno – modernog šika, a u njoj se prave i prodaju ništa manje interesantni i popularni belgijski biskviti sa inovativnim prelivima, na primer od limuna ili lokalnog krem sira. Testo za biskvite se pravi ručno po tradicionalnom receptu koji potiče iz davnih 1700-ih godina, a belgijsku notu daje i šećer uvezen iz te zemlje koji služi da se testo karamelizuje.

„DEL POPOLO“, SAN FRANCISKO, SAD

Ugradnja peći na drva unutar transportnog kontejera u vidu kamionske prikolice nije jednostavna, ali kako bi drugačije piza majstor mogao da dobije tako hrskavu koru? Parkirana na privatnim zabavama i drugim događajima, ova spolja plehana kamionska prikolica preuređena u kuhinju sa drvenim prozorima nudi kao specijalitet pizzu pečenu u tradicionalnoj italijanskoj peći na drva. Mobilna picerija otvorena je 2012. godine, a tri godine kasnije vlasnici su otvorili i piceriju od „cigle i maltera“.

Marija Obradović



When you say street food, the first thing that comes to mind is the unimaginative kiosks where so-called fast food is sold, usually of poor quality. Innovative restorers have decided to change the image of street foods, taking old vintage vehicles and rearranging them into beautiful innovative food stores of interesting colors and shapes, where everything from coffee and cocktails to pizza, cotton candy and Belgian chocolates and waffles is sold. We present you the most interesting restaurants on wheels around the world.



Apollo 70



Apollo 70



Cloud Nine Cotton Candy



Cloud Nine Cotton Candy



Intelligentsia



Intelligentsia



Cobble Kitchen



Cobble Kitchen



Press Waffles



Press Waffles



Del Popolo



Del Popolo

KAKO „ŽIVETI DOBAR ŽIVOT“?

Najveći događaj svetske wellness industrije, Svetski wellness samit okupiće jedanaestu godinu za redom najuticajnije predavače, paneliste, ponuđače i učesnike iz celog sveta, gde će razmenjivati rezultate najnovijih istraživanja, kao i bogata praktična iskustva, ovoga puta na temu kako nagli rast interesa potrošača za kvalitetnim životom, promene u demografiji i novi poslovni modeli utiču na 3.7 bilijardu dolara vrednu wellness industriju. Važna tema biće i kako wellness iskustvo pojedinca određuje njenu ili njegovu budućnost u privatnom i poslovnom životu, a delegati će imati priliku da isprobaju i upoznaju se sa najnovijim wellness tehnologijama (od DNK do biomarker testiranja) i poslovnim modelima (wellness zajednica i arhitektura).

Svetski wellness samit (Global Wellness Summit), godišnji događaj koji okuplja lidere wellness industrije iz celog sveta fokusirane na rast i mogućnost da se nađu u 3.7 bilijardi dolara vrednoj svetskoj wellness ekonomiji, održaće se od 9. do 11. oktobra u rizortu „Breakers Palm Beach“ na Floridi, SAD.

Tema ovogodišnjeg 11. po redu samita je kako „živeti dobar život“, sa ciljem da se naglasi kako će wellness trendovi uticati na svaki aspekt života pojedinca, te će trodnevni događaj okupiti 50 predavača i panelista, koji će deliti svoja znanja od tome kako i zašto wellness menja živote ljudi i šta donosi budućnost wellness-a, odnosno najveći wellness sektori, uključujući beauty, putovanja, spa, fitness, ishranu, medicinu i okruženje.

Eminentni predavači, govornici i panelisti govoriće o aktuelnim, atraktivnim i inovativnim temama. Iz oblasti wellness-a, nauke i tehnologije zapažena predavanja baviće se temama od DNK preko aparata koji prate svaki naš korak do najnovijih istraživanja o kvalitetu sna i vazduha koji dišemo. Biće reči i o mentalnom wellnessu u vidu novih pristupa kako unaprediti način na koji razmišljamo i osećamo, najnovijih istraživanja iz oblasti neurologije vezano za lepotu, ali i kako ples pomaže pri lečenju od Alchajmerove bolesti.

Jedan deo predavanja baviće se i wellness-om na radnom mestu, gde će se između ostalog izložiti najnovija istraživanja o tome kako ljudi žele da rade i „ergonomiji wellbeing-a“, dok će učesnici imati privilegiju da nauče više o novim pojmovima u sferi wellness industrije, koji će imati sve veći uticaj na živote ljudi u celosti, kao i investicije u poslovima izgradnje nekretnina širom sveta, a reč je o „wellness zajednicama“, „zdravim građevinama“ i „wellness arhitekturi“.

Predsednica i osnivač ovog samita Susie Ellis rekla je da je to jedina konferencija na svetu gde se svetski lideri povezuju oko teme zdravlja i wellness-a iz ugla preventive, uz prezentovanje najnovijih istraživanja i veće mogućnosti da se utiče na živote ljudi i svetske ekonomije.

Kao i svake godine, Svetski wellness institut (Global Wellness Institute) će prezentovati izveštaj svog godišnjeg istraživanja, a ovog puta tema je bila brzorastuće novo tržište „wellness zajednice i lifestyle nekretnine“, u kome su istraženi potencijali za razvoj zajednica i objekata koji u svojoj suštini i osnovi imaju težnju za zdravim načinom života ljudi.

Samit je poznat ne samo po eminentnim predavačima i važnim temama koje se obrađuju, već i kao događaj idealan za

Sektori koji čine 3.7 bilijardi dolara vrednu wellness industriju, prema najnovijem izveštaju Svetskog wellness instituta su:

- Beauty i *anti-aging* (\$999 milijardi)
- Zdrava ishrana, nutricionizam i gubitak telesne težine (\$648 milijardi)
- Wellness turizam (\$563 milijardi)
- Fitness i vežbe uma i tela (\$542 milijardi)
- Preventivna i personalizovana medicina i javno zdravlje (\$534 milijardi)
- Prateća i alternativna medicina (\$199 milijardi)
- Wellness *lifestyle* nekretnine (\$119 milijardi)
- Spa industrija (\$99 milijardi)
- Termalni/mineralni izvori (\$51 milijardi)
- Wellness na radnom mestu (\$43 milijardi)

povezivanje, gde top menadžeri iz celog sveta sklapaju vredna poznanstva, koja su za 11 godina održavanja ovog samita dovela do brojnih saradnji i poslovnih odnosa. Delegati će uživati i u wellness centru rizorta „Breakers“, poznatog 121 godinu starog eko rizorta, smeštenog na prelepoj plaži i okruženog velikim zelenim površinama idealnim za *outdoor* wellness i fitness aktivnosti.

Marija Obradović



The biggest event of the global wellness industry, Global Wellness Summit will gather world's most influential speakers, panellists, producers and participants who will exchange latest researches and rich practical experiences, this year on the topic of how surging consumer interest in „Living a Well Life“, changing demographics, and new business models will impact on 3.7 trillion dollars worth wellness industry. Important topics will also include how an individual's experience of wellness will determine his or her personal and business future, and delegates will have the opportunity to experience new wellness technologies and business models, from DNA and biomarker testing to wellness communities.



GLOBAL WELLNESS SUMMIT 2017

PARTIAL LIST OF SPEAKERS & PRESENTERS FOR
OCTOBER 9-11 AT THE BREAKERS PALM BEACH, FLORIDA



Denise Bober,
The Breakers



Prof. Gerry
Bodeker, PhD,
Univ. of Oxford



David Bosshart,
PhD, Gottlieb
Duttweiler Inst.



Alexia Brue,
Well+Good



Dr. Richard
Carmona, Canyon
Ranch Institute



Dr. Anjan
Chatterjee, Univ.
of Pennsylvania



Jan-Emmanuel
De Neve, PhD,
Univ. of Oxford



Elissa Epel, PhD,
University of
California, SF



Madelyn
Fernstrom, PhD
NBC Universal



Nancy Etcoff, PhD,
Harvard Medical
School



Jan D. Freitag,
STR



Silvia Garcia,
Feel > Logic



Mohamed
Gawdat,
Google [X]



Melisse Gelula,
Well+Good



Maggie Hsu,
Zappos.com



Dr. Lisa Ishil,
Johns Hopkins
School of Med.



Jessica Jesse,
BuDhaGirl



Dr. Paul Limburg,
Mayo Clinic, Global
Business Solutions



Thierry Malleret,
The Monthly
Barometer



Clare Martorana,
United States
Digital Service



Dave McCaughan,
AI.agency



Ali Mostashari,
PhD,
LifeNome Inc.



Steve Nygren,
Serenbe



Dr. Dean Ornish,
Preventive Med.
Research Institute



Dr. Mehmet Oz,
The Dr. Oz
Show



Dr. Kenneth R.
Pelletier, UCSF
School of Medicine



Andrew Pleasant,
PhD, Canyon
Ranch Institute



Paul Price,
Digital Marketing
Leader



Dr. Michael
Roizen,
Cleveland Clinic



Louie
Schwartzberg,
Moving Art



Ted Souder,
Google



Deborah Szekely,
Rancho La Puerta



Frits Dirk van
Paasschen,
Author & Speaker



Dr. Andrew Weil,
Arizona Center for
Integrative Med.



Edie Weiner,
Future Hunters

GLOBALWELLNESSUMMIT.COM

Jedinstvena OAZA ZDRAVLJA

Po povratku s putovanja, kako vreme odmiče sve se više detalja zaboravlja, a u pamćenju ostaje samo ono što nas je snažno dotaklo i pokrenulo u nama procese kojih tada nismo mogli biti svesni. Sa puta u Indiju, zemlju mnoštva blagoslova, mnogih sam se slika odrekla, polako nestaju i mirisi i ukusi, ali još uvek osećam kišu u Laknau, jasno vidim blagi lik monaha Svamija Vivekanande, koji se smeši sa ogromnog postera na jedinstvenom u svetu Univerzitetu za jogu, u glavi mi odzvanjaju Gandijeve reči: „Budi promena koju želiš da vidiš u svetu!“... Iz mog oka možda nikada neće nestati umirujuća lepota indijskih hramova, a teški miris jasmína vraćće me stalno u Bangalor, gde još uvek vidim svaki detalj u Internacionalnom holističkom i medicinskom centru SOUKYA, gde sam, zastavši pred jednom od mnoštva cvetnih aleja kojima šetaju paunovi, izgovorila glasno, iz samog srca: „Ovako ja zamišljam raj!“ I zaista, ništa me nije tako snažno dotaklo kao Soukya i njeni vlasnici dr Issac Mathai i dr Suja Issac. Kao u bajci, morala sam nešto tamo da ostavim da bih se ponovo vratila. I tako, monografija Kraljevske banje Srbije ostade u njihovoj raskošnoj biblioteci kao poklon iz Srbije... Ko zna zašto je tako trebalo.

Soukya - Internacionalni holistički i zdravstveni centar jedinstvena je rezidencijalna holistička i integrativna medicinska ustanova na svetu, smeštena na 30 ari organske farme na periferiji Bangalora, glavnog grada indijske države Karnataka. Udaljena je manja od sat vremena od međunarodnog aerodroma, koji je odlično povezan sa mnogim svetskim centrima, što Centar Soukya čini veoma traženom wellness institucijom, u kojoj se pacijenti posmatraju celovito, kao um, telo i duh, a primenjuju različiti tradicionalni, vremenski testirani, prirodni medicinski pristupi lečenju, kao što su ajurveda, homeopatija, joga i naturopatija, uz više od 30 komplementarnih terapija, poput refleksologije, akupresure, akupunkture i dijetetike – i sve to pod jednim krovom. Ipak, u ovom centru sve je fokusirano na preventivu, promovisanje zdravih stilova života i ranu intervenciju i lečenje čak i nekih retkih, hroničnih i bolesti koje zapadna medicina ne može da izleči.

OSTVARENJE VIZIJE

Inače, Soukya je osnovana 2002. godine. Osnovao ju je i njome upravlja dr Issac Mathai zajedno sa svojom suprugom dr Suja-om Issac. Dr Mathai potiče iz porodice u kojoj je tradicija homeopatske medicinske prakse duža od 50 godina. Radeći sa svojom majkom, još kao dete stekao je ne samo znanje, već i empatiju za ljudsku patnju, i osetio potrebu da služi čovečanstvu. On je doktor homeopatije i međunarodno priznat konsultant za holistički pristup zdravlju. Studirao je kinesku pulsnu dijagnostiku i akupunkturu na W.H.O. Institutu za tradicionalnu kinesku medicinu u Nanjingu, u Kini, i pohađao kurs Um-telo medicinskog programa u Medicinskoj školi na Harvardu, u SAD. Radio je sa nekoliko renomiranih doktora u raznim centrima u Londonu, gde je i stvorio viziju o holističkom centru u Indiji, u kojem bi bili integrisani različiti medicinski pristupi lečenju. Tokom svoje prakse



Upon returning from the journey, as time goes by, more and more details are forgotten, and in memory remains only what touched us strongly and started within us processes we could not be aware of at that time. From the trip to India, a land of many blessings, many of images have been lost and slowly disappear smells and tastes, but I still feel the rain in Laknau, I can clearly see the mild face of the monk Swami Vivekananda, who is smiling from a huge poster on a unique in the world Yoga University, Gandhi's words are in my head: "Be the change that you want to see in the world!"... From my eye maybe the sweetening beauty of the Indian temples will never disappear, and the heavy smell of jasmine will return me back to Bengaluru, where I still see each detail in the SOUKYA International Holistic and Medical Center, where I, standing in front of one of the many flower rows with peacocks walking, pronounced loudly, from the very heart: "This is how I imagine paradise!" And indeed, nothing touched me so strongly as Soukya and her owners, Dr. Issac Mathai and Dr. Suja Issac. Like in a fairy tale, I had to leave something there in order to come back again. And so, the monograph of the Serbian Royal Spas remained in their lavish library as a gift from Serbia... Who knows why it was so necessary.





SOUKYA FONDACIJA

Visok stepen društvene odgovornosti i etike, dr Mathai je na najbolji način pokazao osnivanjem *Soukya fondacije*, s vizijom da se obezbedi zdravstvena nega, lečenje uz pomoć bezbedne i prirodne medicine, bez nus-pojava za najšire slojeve stanovništva, kvalitetni integrativni medicinski tretmani sa holističkim pristupom, sanitarni objekti, edukacije, obuke za zanimanja, da se radi na podizanju svesti o zdravlju i higijeni, edukaciji ljudi o organskoj održivoj poljoprivredi i promociji *eco-friendly* sistema. Ove usluge su subvencionisane za sve sektore društva i besplatne za one koji ne mogu sebi da ih priušte.

SOUKYA fondacija vodi nekoliko dobrotvornih i besplatnih klinika u raznim delovima Bengalora za pacijente iz raznih sektora društva: tri dobrotvorne holističke homeopatske klinike i sedam besplatnih klinika, većinom u selima, od kojih jedna pokriva čak 38 sela i više od 40.000 ljudi!

u renomiranim klinikama u inostranstvu, uočio je da integrisanje različitih pristupa medicini daje mnogo bolje rezultate, bez neželjenih efekata. Kako je Indija zemlja drevne medicine, posebno 5.000 godina stare ajurvede, koja i potiče iz Indije, odlučio je da u Indiji otvori centar u kojem bi ljudima širom sveta bila dostupna alternativna medicina, prikazujući Indiju kao holističku destinaciju. Godine 1989. vratio se u Bengalor i oformio *Bangalore Homeopathic Medical Centre*, ali i danas radi kao gostujući konsultant u holističkim centrima u Londonu i SAD.

Dr Suja Issac nije samo supruga slavnog, u svetu afirmisanog lekara, ni majka troje sjajnih mladih ljudi. Ona je više od 25 godina konsultant za nutricionizam. Diplomom je stekla na Madras univerzitetu. Upravo je ona, posvećeno, sa strašću radila na ostvarenju zajedničkog sna, koristeći svoj urođeni osećaj za dizajn i estetiku, pažnju o svakom detalju. Logo SOUKYA koji je ona dizajnirala, simboliše jedinstvo prirode i ljudskog života u potrazi za sveukupnim wellbeing-om.

Sve u svemu, *Soukya* je ostvarenje dugo sanjanog sna dva doktora, u koji je već uključena i njihova ćerka Anna, potpredsednik za razvoj, a dvojica sinova Mathew i John trenutno studiraju i očekuje se da se uskoro uključe u ovaj porodični posao. Svi oni žive u Centru i vode računa o svakodnevnim poslovima.

HOLISTIČKA BAJKA

Svi objekti u ovom centru izgrađeni su tako da promovišu wellness uma, tela i duha. Vrhunski estetski dizajnirani objekti u mirnom okruženju, u kojem živi više od 100 vrsta ptica, uključujući i one retke, uz organsku baštu sa više od 800 različitih vrsta drveća voća, povrća, aromatičnih biljaka i trava - odlično su mesto za učenje i introspekciju. Sve sobe su komforne, luksuzno opremljene, i imaju prostrana privatna dvorišta. Odvojeni delovi za muške i ženske terapije pružaju komfor privatnosti koji je po ukusu čak i najkonzervativnijih društava.

U Centru, na sertifikovanom imanju za organsku proizvodnju, uzgaja se oko 300 ajurvedskih lekovitih biljaka, koje čine 80% sastojaka potrebnih za sopstvenu proizvodnju ajurvedskih ulja i lekova, koje pravi specijalno obučeno osoblje, a nadgledaju ajurvedski lekari. Njihova organska hrana je potpuno vegeterijanska, bezmasna, bez mnogo začina i soli. Tehnike joge, disanja, meditacije i opuštanja podučavaju doktori naturopatije, a dva km duga staza za šetanje i bazen za plivanje - pružaju idealne uslove za zdravo vežbanje. Pritom, na čitavom posedu zabranjeni su duvan i alkohol. Predavanja o zdravlju i wellness-u koja drže njihovi lekari, raskošna biblioteka sa mnoštvom knjiga iz čitavog sveta o zdravlju i lečenju, organska, zdrava, individualna vegeterijanska kuhinja i klasični kulturni programi - unapređuju well-

ness iskustvo. Oni koji to žele, mogu da probaju da vode holistički način života, u potpuno ekološkim uslovima, gde se koristi samo solarna energija, voda zagreva solarima, sakuplja kišnica, koristi organsko đubrivo i vrši kontrola štetočina. U ovom svojevrsnom parku prirode nalazi se više od 3.000 stabala, uključujući avenije sa više od 500 primeraka raznog cveća, koje cveta tokom čitave godine, pozivajući goste da se vraćaju godinu za godinom.

Ono što *Soukya* centar suštinski izdvaja od većine je njihov odnos prema pacijentima. Oni edukuju i treniraju ljude da preuzmu odgovornost za sopstveni život i da upravljaju njime. Njihovi tretmani su tradicionalni i izrazito individualni. Svaki pacijent prolazi kroz detaljnu evaluaciju od strane doktora, kvalifikovanih i iskusnih u oblasti medicine za koju su specijalizovani. Na osnovu zajedničkog pregleda, osmišljava se protokol lečenja da bi se odgovorilo na individualne potrebe pojedinca, a program tretmana se nadgleda i ocenjuje na dnevnoj bazi, da bi moglo odmah da se reaguje ukoliko dođe do neke neočekivane promene. Rade se autentični i veoma kvalitetni ajurveda, panchakarma, joga, naturopatski i dodatni tretmani koje vešti terapeuti sprovode uz pomoć iskusnih terapeuta, obučeni za *Soukya* nivo usluge.

Specijalizovani wellness programi uključuju detoksikaciju, podmlađivanje, anti-ageing, upravljanje stresom i telesnom težinom, kao i *signature* tretmane koji uključuju ajurvedsku masažu toplim kamenjem i specijalne tretmane lica i pakovanja od blata.

Ali ono što je najvažnije: kompletno osoblje ovog centra brine o svakom pacijentu 24 časa kao o nečem najdragocenijem na svetu.

ZA ČLANOVE KRALJEVSKIH PORODICA, BIZNISMENE, JAVNE LIČNOSTI...

U ovom ekskluzivnom centru lečili su se ljudi iz više od 90 zemalja, uključujući članove kraljevskih porodica Velike Britanije, Bliskog istoka, Butana i Indije. Neki od klijenata dolazili su više puta, poput NJ.V. Kamile, supruge princa Čarlsa, nobelovca nadbiskupa Desmond-a Tutu-a, mnogih vodećih industrijalaca, biznismena i političara iz Indi-



je i inostranstva, kao i poznatih ličnosti iz celog sveta, poput glumice Eme Tompson (*Guest experiences - www.soukya.com*).

Da, *Soukya* je skupa, ali je pokrenut njen sestriinski koncern Sahaya - holistički i integrativan medicinski centar, kako bi medicinske usluge centra *Soukya* postale pristupačne svim sektorima društva, uz subvencije *Fondacije Soukya* za neprivilogovane. SAHAYA nudi medicinske i zdravstvene programe sa smeš-

tajem ili bez njega. Nalazi se 5 km od centra Bangalora.

I tu se ova priča ne zaustavlja, kao ni ambicije osnivača centara *Soukya* i *Sahaya*. Njihova želja je da ovaj projekat zaživi u različitim delovima sveta, čineći tako integrativnu medicinu dostupnu svim sektorima društva.

Ljiljana Rebronja

NAJBOLJI U SRBIJI I REGIONU

Spa centar beogradskog hotela Metropol Palace – Limegrove Fitness & Spa, nedavno je, na osnovu glasova korisnika spa usluga širom sveta, dobio dva prestižna priznanja: za najbolji luksuzni hotelski spa centar u Srbiji i najbolji luksuzni fitness spa centar u regionu, čime je već treću godinu zaredom nosilac laskavih priznanja organizacije World Luxury Spa Awards.

Limegrove je omiljeno mesto za opuštanje i rekreaciju, ne samo gostiju hotela Metropol Palace, nego i Beograđana, koji odatle kreću na nezaboravno „putovanje“ kroz čarobni svet masaža i *beauty* tretmana, ili se jednostavno odlučuju za odmor u relax sobi, sauni i parnom kupatilu, te za oblikovanje i jačanje tela u fitness centru, ili za druženje sa porodicom i prijateljima na bazenu i u čakuziju.

NAJDUŽI HOTELSKI BAZEN

Kako ističu u ovom fitness & spa centru, Limegrove ne pruža samo navedene usluge, već i osoben životni stil svima koji teže zdravom načinu življenja.

- Naš spa centar specifičan je po tome što imamo najduži hotelski bazen u Beogradu – čak 25 metara, čija je dubina 1,37 m i temperatura vode 28°C, pa je izuzetno prijatan za plivanje. Bazeni i čakuzi idealan su kutak za druženje, dok posetioci koji žele mir i tišinu mogu da uživaju u relax zoni iz koje se pruža očaravajući pogled na Tašmajdanski park – kazuje **Danijela Nikolić**, menadžer Limegrove fitness & spa centra.

Gostima koji žele da poboljšaju svoje zdravlje i figuru, naša sagovornica preporučuje tzv. „mokru zonu“ gde se naizmenično koriste toplo-hladne instalacije: sauna, hladan tuš, parno kupatilo i soba sa ledom kao završnica celokupnog procesa.

ZA LEPUTU I ZDRAVLJE

- Savetujemo da se u ovoj zoni provede najmanje 15 minuta, jer se kroz ove postupke pospešuje cirkulacija, izbacuju toksini, čisti se koža i povećava njena elastičnost, a sauna je neizostavna i prilikom procesa mršavljenja – tvrdi Danijela, naglašavajući da je ovaj spa centar dostupan svima: kako gostima hotela, tako i ljudima koji posete Beograd na samo jedan dan, dok je Beograđanima na raspolaganju dnevna karta, kao i nedeljna, dvonedeljna, mesečna, višemesečna i godišnja članarina.

Da Limegrove wellness koncept pruža odlične uslove svima koji žele da poboljšaju svoju



Spa center of the Metropol Palace Belgrade hotel – Limegrove Fitness & Spa is awarded as the Best Luxury Hotel Spa Country Winner and the Best Luxury Fitness Spa Regional Winner 2017. Based on the reviews of the users of spa services around the world, these flattering awards Limegrove has been receiving for the third year in a row by The World Luxury Spa Awards, which is the world's leading rewarding initiative in this sector.

fizičku spremu, potvrđuje i ovogodišnje priznanje *World Luxury Spa Awards* za najbolji luksuzni fitness spa centar u regionu.

- Gosti hotela i članovi našeg fitness centra mogu vežbati na *Technogym* spravama ili pohađati časove joge, pilatesa i high-intensity treninge. Novost je da smo renovirali salu za vežbanje i uveli *TRX* treninge na trakama koje vise sa plafona. Imamo i *Power Plate* mašinu, i sve te inovacije naišle su na sjajan prijem kod naših gostiju i članova – otkrivaju nam iz ovog luksuznog fitness & spa centra koji je od svog otvaranja 2013. godine višestruko nagrađivan.

ČETIRI PRIZNANJA

Naime, Limegrove se za prestižne *World Luxury Spa Awards* takmiči od 2015. godine, kada mu je dodeljeno priznanje za najbolji dnevni spa u Srbiji, a godinu dana kasnije nagrada za najbolji luksuzni hotelski spa u našoj zemlji. Ove godine, na osnovu glasova korisnika spa usluga iz celog sveta, proglašen je za najbolji luksuzni hotelski spa centar u Srbiji i najbolji luksuzni fitness spa centar u regionu, dok je 2016. nagrađen i od strane *Luxury Travel Guide*-a.

Biljana Bosnić Ognjenović



Jedinstven WELLNESS&SPA koncept za Vaš hotel!



Pridružite se lancu svetskih hotela koji privlače turiste
ekskluzivnim francuskim brendom Mary Cohr Paris!

Generalni zastupnik i distributer za Guinot Institut Paris i Mary Cohr Paris

+381 11/311-76-62 +381 62/22-59-49

DERMAVITA

MARY COHR
PARIS

E-mail: dermavita@gmail.com

Web: www.marycohr.rs

fb: Dermavita Guinot

Mary Cohr Srbija Dermavita

ig: [guinot_marycohr_serbia_bih_mne](https://www.instagram.com/guinot_marycohr_serbia_bih_mne)

PLUTAJUĆI SPA CENTAR U LAPONIJI



„Arctic Bath“ - jedinstveni luksuzni hotel i spa centar, koji će plutati rekom Lule (Luleälven) u švedskoj Laponiji otvara se sledeće godine. Po ugledu na ptičje gnezdo ili prirodnu branu, eksterijer kružne spa građevine biće pokriven naslaganim drvima, što će pružiti jednu vrstu izolacije i utopli enterijer u hladnijim mesecima. Spa centar će posedovati sobe za tretmane i relaksaciju, restoran i lounge bar, ali i hladnu kupku na otvorenom. Smeštajni deo će se nalaziti u šest minimalističkih plutajućih kabina prikačenih za glavnu „zgradu“.

„Arctic Bath“ – koji će biti otvoren tokom cele godine – slobodno će plutati rekom tokom leta, a zimi će biti zaleđen na jednom mestu, nedaleko od sela Harads, 50km južno od arktičkog kruga. „Arctic Bath AB“, švedska kompanija koja je vlasnik ovog hotela, stoji i iza globalno poznatog „Treehotel“ projekta – kolekcije sedam kabina na drveću u tundrama, svaka dizajnirana u drugačijem obliku, koji podsećaju na – ptičje gnezdo, kocku od odgledala, NLO...

U selu Árskógssandur na severu Islanda otvoren je „beer spa“ centar u vlasništvu Kaldi pivare. Spa nazvan „Bjórþöðin“ nudi gostima mogućnost da se okupaju u pivu, odnosno mešavini toplog piva, vode, kvasca i hmelja, za koju se smatra da ima lekovita svojstva.

- Kupanje u mladom pivu i živom pivskom kvascu i tuširanje nekoliko sati kasnije, ima veoma moćan efekat na telo i kožu – kažu iz spa centra. Ovaj tretman, osim što pročišćava kožu, ima i pozitivno dejstvo na zdravlje. Spa centar sadrži kade napravljene od prirodnog drveta i kako pivo u kome se klijenti kupaju nije za piće, svaka kada je opremljena ličnom točilicom za degustaciju, za goste starije od 20 godina.



SPA CENTAR U KRANU ZA PRENOS UGLJA



Neobični multi-senzorni spa centar smešten unutar kрана za prenos uglja u luci u Kopenhagenu, opisan je kao „estetska oaza usred industrijskog pejzaža“. Objekat nazvan „THEKRANE“ nalazi se u višespratnoj strukturi i čine ga recepcija na prizemlju, soba za sastanke zvana „Glass Box“ na prvom spratu, spa centar i terasa na drugom spratu i restoran na krovu sa panoramskim pogledom na more. Dizajneri su uglavnom koristili crnu boju kao odraz prošlosti kрана, ali i da bi se umanjila vizuelna ometanja i istaklo osvetljenje i pogled na panoramu. Širom prostora korišćeno je više od 100 nijansi crne boje, što se najbolje vidi tokom dana kada u unutrašnjost prodire dnevna svetlost. Koža, drvo, kamen i čelik korišćeni su za nameštaj i detalje u dekoru, pravljeni posebno za ovaj skućeni prostor. Enterijer je konstruisan tako da kreveti, stolice i stočići nestaju u skrivenim panelima u zidu, pružajući po potrebi dodatni prostor.

NEOBİČNI SPOJ ZABAVNOG I SPA PARKA U JAPANU

Zabavni park sa spa temom, projekat koji je prvobitno započet internet kampanjom sa namerom da promoviše 2.000 onsen-a (toplih izvora) u japanskom gradu Beppu-u, nedavno je postao stvarnost, kada je postojeći „Rakutenchi“ zabavni park u ovom gradu promenio namenu i nazvan „Yu-Enchi“ –



kombinacija reči zabava i spa – sa brojnim voznjama koje su transformisane na temu onsen-a. Posetioci se pre odlaska na rolerkoster potapaju u sapunicu, a kabine u rolerkosterima su ispunjene vodom, tako da se „putnici“ uporedo voze i kupaju. Park je nastao kao rezultat ironičnog videa koji prikazuje goste kako sede u rolerkosteru do pola u toploj vodi iz onsen-a, i na kraju se gledaocima obraća gradonačelnik Beppu-a, Yasuhiro Nagano i obećava da će takav park postati stvarnost ako video zabeleži milion pregleda na Youtube-u – što se i ostvarilo. Gradonačelnik je održao reč i park je bio otvoren na tri dana, privukavši više od 12.000 posetilaca. Beppu je poznat po svojim 2.000 toplih izvora i kratak film je bio deo planova gradonačelnika da promoviše grad kao destinaciju wellness turizma. Izgleda da je medijska pažnja bila velika, te je u junu hotelski gigant „InterContinental“ najavio otvaranje prvog onsen rizorta u Beppu-u 2019. godine.



Zdravlje i uživanje u MERKURU

Bez obzira na godišnje doba, Vrnjačka Banja je destinacija za koju nikada nije kasno, niti suviše rano, kao ni za boravak u Merkur – najsavremenijem centru za dijagnostiku, lečenje, rehabilitaciju, koji u svom sastavu ima polikliniku sa 40 lekara različitih specijalnosti, kao i četiri smeštajna objekta i najveći SPA centar u ovom delu Balkana.



NOVO u MERKURU

Specijalna **FIRST MINUT** ponuda paketa (za januar/april 2018), uz **popust od 13% u odnosu na redovni cenovnik + 5% popusta na rani buking:**

- ŽIVETI SA DIJABETESOM
- GASTRO PAKET
- POKRET BEZ BOLA
- BRZA DIJAGNOSTIKA
- SAČUVAJTE LEPOTU
- ODMOR ZA DUŠU I TELO
- ZA SVAKI DŽEP

Isplanirajte svoj odmor u 2018. po najboljim cenama i uslovima!



Dobro došli u Merkur!



+381 36 515 515 0
+381 36 618 860
info@vrnjcispa.rs
www.vrnjcispa.rs

SITNICE koje tako mnogo ZNAČE

Prostorije za masaže, tretmane i rituale zahtevaju posebnu posvećenost. Tu veliku ulogu igraju detalji, te posebnu pažnju treba obratiti na mirise, osvetljenje, muziku, higijenu i temperaturu, uz neizostavno zadovoljenje čula ukusa i dodira kod klijenata.

Prostorije koje su predviđene za masaže, tretmane i rituale – perle su u čijem sjaju svaki gost očekuje da suptilno uživa. Zato su one jedinice koje žive u posebno predviđenom delu spa centra, u koje se ne ušunjava buka sa bazena, hodnika, iz saune... One same po sebi predstavljaju mir, lepotu i harmoniju. Iz tog razloga, u praksi se pokazalo nepraktično pregrađivanje rigips pločama, paravanima između stolova ili pleksiglasom.

VODITE RAČUNA O MIRISIMA

Prvi utisak sa kojim doživimo prostor je olfaktorni – mirisni. Mirisni identitet je u današnje vreme postao tema kojoj se posvećuje posebna pažnja. Nenapadni, osvežavajući, mirisi „čistoće“, oni koji zagolijaju nozdrve i podsete nas na trenutke kada smo bili najopušteniji, mirisi koji prizovu slike mora, cvetnih poljana, miomirisnog biljnog rastinja – uvek su dobrodošli. Dešava se da upravo neprijatan miris, ustajao ili kombinacija izmešanih isparenja preparata, odbije gosta ili ga učini „dalekim“. To isto čini i miris koji je preintenzivan, ma koliko prijatan bio. Umetnost je u pronalaženju mere. Kao što pamtimo ljude po mirisu njihove kože, parfema, zadaha, tako i iz wellnessa sa sobom nosimo uspomenu. Sve je popularnije angažovanje aromaterapeuta koji kreiraju kombinacije prirodnih mirisnih nota. Posvećenost ide dotle da ceo hotel ima svoju notu, a goste za uspomenu čeka bočica ove lepote, koju ponesu sa sobom – da naprskaju jastučnicu i da im na putovanju kroz san

društvo prave slike i sećanja iz hotela u kom su boravili. Da imaju želju da se sa radošću u njega vrata.

VLAGA I

ADEKVATNA

TEMPERATURA

Vrlo često, zbog tem-

perature prostorije, tretmana koji uključuju prežnojanja, vlage koja se potkrada iz ostalih delova wellnessa, ili zbog malih prostora, veći procenat vlažnosti budi neprijatnost i osećaj da se ne



Piše: Peđa Filipović

može disati punim plućima. Ova stavka ujedno i onemogućava terapeutu da radi punim kapacitetom. Zato su apsorberi vlage neizostavan deo opreme u sobama za tretmane.

Bez obzira na godišnje doba, temperatura u prostoriji za masaže i tretmane treba da iznosi 26°C. Sve ispod toga je neprijatno za klijenta, daje realni osećaj hladnoće i skupljanja tela, neretko jeze i drhtavice, a sve preko toga je otežavajuće za rad samog terapeuta. Imao sam prilike da vidim klima uređaje i otvore za ventilaciju koji su postavljeni direktno iznad stola na kom klijent leži, što je nedopustivo.

OSVETLJENJE

Rasveta je poseban i vrlo važan segment. Hromoterapija je sve popularnija – spektar boja i njeno delovanje na psihofizičko stanje tela. U kombinaciji sa istočnjačkom medicinom, u zavisnosti od toga šta se želi kroz tretman pokrenuti ili harmonizovati, sve češće gost biva okupan plavom, crvenom, zelenom, purpurnom ili zlatnom svetlošću. Sve da i ne idemo toliko daleko, svetlost u prostoriji se postavlja indirektno. Nenametljiva je, sve su češće ugrađeni dimeri, pa terapeut može da podešava intenzitet osvetljenosti. Diskretna osvetlje-



www.pedja-filipovic.net



nost, uvek uz neku sveću koja ispušta negativne jone, neće iritirati očne žilve i prepuštanje relaksaciji biće laganije i blagotvornije. Imao sam prilike da se susretнем i sa prostorima u kojima sva rasveta bude isključena i samo plamen sveća pleše po zidovima. Ovu romantičnu instalaciju preporučujem isključivo u svom domu i najintimnijem prostoru sa bićem koje udiše i prepoznaje trenutak.

HIGIJENA

Tuš kabina je dobrodošla, posebno ako tretmani sadrže i pilingovanje kože tela, umotavanje u maske i blatne obloge. Daleko je komfornije da gost sa stola zakorači pod tuš i pripremi se za nastavak tretmana bez šetnje kroz hodnike, pored ostalih gostiju wellnessa, u zajedničke kupaonice. Međutim, ako nema uslova da se tuš kabina pozicionira pored stola za masažu, uvek postoji rešenje. Navešću primer renomiranog hotela „Kraljevi čardaci spa“ na Kopaoniku. U posebnoj prostoriji iznad toplog kamenog mozaik kreveta, instaliran je VICHY stub sa pet mlaznih glava. I na njemu se rade sve napomenute procedure rituala koje zahtevaju pranje tela. Po završetku, gost se odšeta do sobe za masažu i tretman se nastavlja. Međutim, deo koji je obavezan u prostoriji je lavabo. Treba da bude predviđeno da terapeut pred sam početak rada, dok klijent leži na stolu, opere ruke i da gost registruje ovu radnju. Terapeut isto čini i ako je tretman koncipiran tako da masaža lica i glave sledi nakon masaže leđa, nogu, ruku...

MUZIKOTERAPIJA

Izuzetno važan, lekoviti segment i saveznik na balansiraju fizičkog, mentalnog i duhovnog je i muzika. Muzikoterapija ima posebno mesto u savremenim wellness konceptima. Instrumentali, široki i slojeviti zvuci prirode. Izbor muzike mnogo govori o rafirmanu kreatora i domaćinima wellnessa. Neophodno je da ceo prostor wellnessa bude okupan istovetnom muzikom i da se vibracija zvuka utka u svaku poru prostora. S obzirom na to da čula prilikom opuštanja postaju osetljivija na draži, ne treba prevideti da je muzika u prostorijama u kojima se izvode tretmani uvek dikretnija. I tu treba naći meru...

Na žalost, imao sam prilike da se nađem u wellness prostorima u kojima je sa lokalne radio stanice dopirala popularna, pa i folk muzika, sa sve vestima i reklamama. Treba li da vam pišem o ovom ugođaju?

ČULO UKUSA I DODIRA

Kada smo ispoštovali čulo mirisa, vida i sluha, ne zaboravimo i ukus. Osmislimo napitak koji je takođe deo kreativnosti i odiše autentičnošću! Da se pamti, bez obzira da li je u pitanju čaj, sveže ceđeno voće sa nekim „caka začinom“ ili koktel.

A za čulo dodira i sve ono što daje život prostoru, što ga dušom boji i što nikada ne zaboravljamo, zaduženi su terapeuti i osoblje. Njihovo znanje, posvećenost, profesionalnost, neposrednost i ljubav koju žive. A mi ih imamo, baš takve!



Rooms for massages, treatments and rituals require a special dedication. Details play a great role so special attention should be paid to fragrances, lighting, music, hygiene and temperature, with the inevitable satisfaction of taste sensations and contact with clients.

NEMAŠ IZGOVOR, OBIĐI SRBIJU!



Petoro prijatelja – **Aleksandra Miladinović, Tanja i Bojan Vasojević, Rade Rogać i Marjan Dragić**, od januara 2016. godine svakog meseca obilaze različite destinacije u Srbiji, s ciljem da što bolje upoznaju našu zemlju van utabanih turističkih staza. Samo u 2016. godini prevalili su oko 4.500 km i obišli više od 30 lokaliteta. Na društvenim mrežama, poznati pod nazivom „Trippin Srbija“, dele svoja iskustva i atraktivne fotografije iz različitih krajeva naše zemlje, poručujući jednoglasno: „**Nemaš izgovor, obiđi Srbiju!**“.

- Sve je počelo novogodišnjom odlukom da vreme koje provodimo zajedno iskoristimo na kvalitetniji način tako što ćemo svakog meseca izdvojiti po jedan dan ili vikend za putovanje. Izbor je pao na Srbiju, jer smo shvatili da o našoj zemlji znamo vrlo malo, tako da smo odmah

u januaru krenuli u obilazak – otkriva Tanja, a Aleksandra nastavlja:

- Naša prva destinacija bilo je Valjevo i okolina. Posetili smo centar grada, brdo Vidrak i spomenik Stevanu Filipoviću. Išli smo i na Markovu stolicu odakle se pruža pogled na grad. U odnosu na kasnije ture, ova je bila amaterska, obzirom da nekada dnevno predemo i po 600 kilometara!

CILJ: INSPIRISATI LJUDE DA SE POKRENU!

Ova petorka, koju čine tri politikologa (Tanja, Marjan i Aleksandra), jedan arhitekta (Bojan) i građevinski inženjer (Rade), na put kreće u jutarnjim satima. Od zajedničkog budžeta, koji u zavisnosti od dužine puta iznosi od dve do pet hiljada dinara po osobi, plaćaju obroke, gorivo, prenočište, ulaznice u muzeje...

Njihov cilj je da prilikom svakog putovanja obiđu što više atrakcija, o kojima izveštavaju na društvenim mrežama i tako inspirišu ljude da se pokrenu i bolje upoznaju Srbiju. Kako tvrde, ovakva putovanja ne iziskuju mnogo materijalnih sredstava, niti oduzimaju mnogo vremena, već samo zahtevaju dobro društvo, volju i organizaciju.

Putuju kolima, tako što naizmenično koriste svoja dva automobila. O destinaciji koju će posetiti informišu se preko prijatelja, štampe, televizijskih emisija, Interneta, i unapred prave itinerer. Iako koriste turističke mape, lokalno stanovništvo im neretko pritiče u pomoć u

pronalaženju nekog zabačenijeg mesta, do kojeg nema ni asfaltiranog puta, ni turističke signalizacije.

Zbog toga na terenu doživljavaju brojne avanture, od kojih im se neizbrisivo urezala u pamćenje letošnja dogodovština na Staroj planini.

AVANTURA ZA PAMĆENJE

- Uputili smo se u Pirot i na Staru planinu. Trebalo je da noćimo u selu Dojkinci, gde smo rezervisali smeštaj. Međutim, mojom greškom, završili smo u drugom selu – Gostuši, koje se nalazi na suprotnoj strani Stare planine. To ne bi bio problem da u ovo „kamenilo selo“ nismo stigli u ponoć – započinje priču Rade, a Tanja dodaje:

- Pritom, čim izađete iz Pirota, više ne postoji domet. Nema mobilne mreže, nema signala.

Rade: - Do jednog dela postoji asfaltiran put, a onda kreće makadam, i tako naizmenično u nedogled. Apsolutno ne znate gde se nalazite ni kuda idete, jer nema ulične rasvete. Takav mrak odavno nismo videli. I onda u nekom momentu ulazimo u selo, ali u – pogrešno.

Bojan: - To selo sa kamenim krovovima bilo je na našoj listi, ali ne za tu noć.

Rade: - Nismo znali šta da radimo, pa smo počeli da dozivamo meštane kroz prozore kuća. Da je mene neko tako dozivao usred noći, mislim da bih presvisnuo od straha. (smeh)

Aleksandra: - A u selu ukupno 52 stanovnika, i to sve starije žene.



Vražji kamen





Five friends – Aleksandra Miladinović, Tanja and Bojan Vasojević, Rade Rogač and Marjan Dragić, since January 2016, once a month, have been visiting different destinations in Serbia, in order to get to know better our country off the known tourist roads. In 2016 alone, they traveled more than 4,500 km and visited over 30 sites. On social networks, known as Trippin Serbia, they share their experiences and attractive photos from different parts of our country, saying unanimously: "No excuses, visit Serbia!"



Solotnik

Tanja: - Mi se interno šalimo kako sve babe gledaju kroz prozor. E, upravo jedna takva baka je postala naš spasitelj.

Bojan: - Meštani su nas sjajno ugostili, tj. našli su osobu koja će nas primiti na prenoćište. To selo je inače turistički aktivno i igrom slučaja je gospođa koja iznajmljuje smeštaj za turiste bila tada u selu.

Tanja: - No, to nije bio kraj našim „mukama“. Sutradan, kad smo krenuli u obilazak Pirota, pukla nam je guma – prvi put za ovih godinu i po dana.

Aleksandra: - I menjali smo je na tom makadamu, odmah ispred Zavojskog jezera.

Bojan: - Bar smo imali lep pogled. (smeh)

Rade: - Stvarno je lepo bilo dok smo menjali gumu na 40 stepeni... (smeh)

Aleksandra: - Ova avantura na Staroj planini vratila nam je veru u ljude, jer su meštani sela Gostuša bili toliko srdačni! Pomogli su nam u pola noći, nahranili nas, napojili, našli nam prenoćište... Bili su izuzetno prijateljski nastrojeni, a mi smo, živeći u gradu, pomalo izgubili pojam o gostoljubivosti naših ljudi.

ZABORAVLJENO KULTURNO BLAGO

Kada ih pitamo koje su destinacije ostavile najveći utisak na njih, ova vesela družina kao iz topa počinje da nabraja relativno nepoznate turističke atrakcije, kao što su: **Vražji kamen** na jugu Srbije, **Gornja i Donja isposnica Svetog Save** na obroncima planine Rodočelo, ili **stara crkva Arača** iz 13. veka kod Novog Miloševa – građevina bez krova, koja se nalazi na sred njive i do koje se stiže lošim traktorskim putem. Oduševila ih je, takođe, **tvrđava Solotnik** kod

Bajine Bašte – sa koje se, kako tvrde, pruža fantastičan pogled, ali je i ona u izuzetno lošem stanju, baš kao i zapuštena crkva Gorovič – zadužbina Despota Lazarevića, u kojoj se venčao Karadorđe, i u kojoj se, po legendi, deo vojske kneza Lazara pričestio pre odlaska u Kosovski boj.

- U Srbiji postoji toliko mnogo lokaliteta koji imaju svoju priču: nije potrebno ništa izmišljati, samo ih treba dovesti u red – obnoviti i zaštititi od propadanja – kazuje Rade, dodajući da je svrha ove grupe prijatelja, organizovane u „Trippin Srbija“, da nadležnim institucijama na lokalnu, koliko je u njihovoj moći, skrenu pažnju na propuste na toj destinaciji.

Ipak, njihova želja je, pre svega, da inspirišu i pokrenu ljude da bolje upoznaju Srbiju.

- Cilj nam je da „probudimo“ ljude, jer ima mnogo toga da se vidi u njihovoj neposrednoj blizini. Primera radi, mnogi ne znaju da se u Brestoviku kod Grocke nalazi rimska grobnica iz 3. veka. Ne postoji izgovor da se ne obiđe Srbija, što je i naš slogan. Niko ne spori, svi volimo da putujemo u inostranstvo, ali činjenica je da može mnogo kvalitetnije vreme da se utroši na upoznavanje Srbije, što je u neku ruku i dužnost svakog od nas. Pritom, to ne košta mnogo – tvrde ovi mladi ljudi, i poručuju:

- Omladina u Srbiji misli da je naša zemlja turistički mrtva. Da nema šta da se vidi, ni doživi. Ali to nije istina. Ona je možda „mrtva“ u smislu saobraćajne infrastrukture i turističke signalizacije, ali ponuda je živa i raznovrsna, i svi to treba da shvate. Srbija je sjajna, potrebno je samo upoznati je da bismo je još više voleli.

Biljana Bosnić Ognjenović



Crkva Arača



Gornja isposnica Svetog Save



Crkva Gorovič

Dobro došli u MILOŠEV PRESTONI GRAD!

Kragujevac kao veliki regionalni privredni, zdravstveni, obrazovni, kulturni, sportski i sajamski grad nudi brojne sadržaje koji u grad privlače sve veći broj turista. Najnoviji atraktivni sadržaji namenjeni su, pre svega, mladima koji sve češće i u sve većem broju dolaze u Šumadiju.

SPOJ TRADICIJE I MODERNOG

Nekada nezaobilazna stanica na karavanima đačkih ekscurzija u vreme stare Jugoslavije, kao grad stradalnik, Kragujevac je poslednjih godina menjao imidž i sve više postajao festivalski, umetnički i sportski centar, grad mladih i dobre zabave. Iako je prepoznatljiv po Memorijalnom parku Šumarice i „fićama“, kojima u čast njihovi ljubitelji organizuju Festival svake godine u junu, nijedan Kragujevacanin neće pustiti goste da odu bez priče o slavnim prestonim vremenima, dobre šumadijske zakuske, degustacije vina i rakija iz ovih krajeva i bez provoda u starim gradskim kafanama, kako to priliči tradicionalno gostoljubivim Šumadincima.

Priča o Kragujevcu počela je davno. Tragovi života na ovim prostorima datiraju iz kamenog doba. Arheološka iskopavanja polovinom prošlog veka, u kojima su učestvovali akademici Dragoslav Srejić i Milenko Bogdanović, kao i Amerikanac Alen Mekferon, otkrila su čitavo naselje sa 23 kuće i velikim centralnim objektom u

Divostinu, selu nadomak Kragujevca. Pronađeno je 7 antropomorfnih figurina iz doba neolita (7-4 milenijum p.n.e.) u obliku ili sa likom vinčanske figurine. Divostinska je danas jedinstveni suvenir grada Kragujevca.

Kragujevac se prvi put zvanično pominje pod sadašnjim nazivom 1476. godine u turskim dokumentima kao „Kragujevdža“. Ime je dobio najverovatnije po ptici kraguj iz roda grabljivica, sličnoj sokolu ili orlu, koja je sve do početka XX veka naseljavala šume ovih krajeva.

Ipak, zlatno doba razvoja Kragujevca počinje 1818. godine, kada je grad izabran za prvu prestonicu moderne Srbije na predlog Miloša Obrenovića.

*KRAGUJEVAC 2018. GODINE OBELEŽAVA 200 GODINA
OD PROGLAŠENJA ZA PRVU PRESTONICU MODERNE SRBIJE.
NA PREDLOG KNEZA MILOŠA OBRENOVIĆA KOJI SU
NAHIJSKI KNEZOVI AKLAMACIJOM PRIHVATILI NA
ĐURĐEVANSKOJ SKUPŠTINI U MANASTIRU VRAČEVŠNICA,
6. MAJA 1818. GODINE,
KRAGUJEVAC JE IZABRAN ZA PRESTONICU.*





Kragujevac je izabran za prestoni grad zahvaljujući dovoljnoj udaljenosti od turskih garnizona, povoljnom geografskom položaju i homogenom stanovništvu.

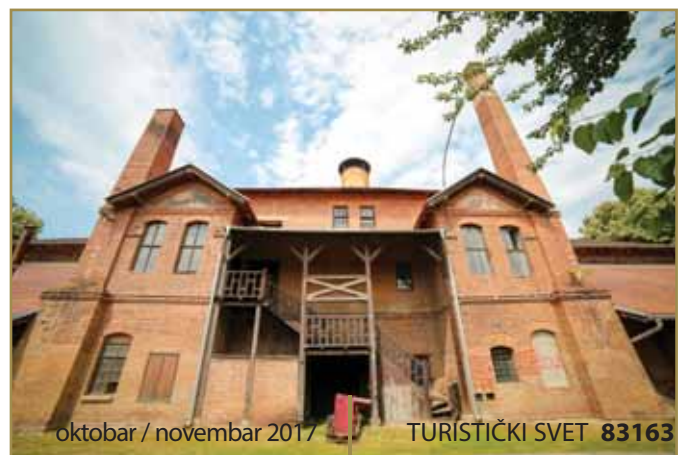
Na ubrzani ekonomski i kulturni razvoj grada odlučujuće su uticala dva faktora. Razvoj vojne industrije uzdigao je Kragujevac među najznačajnije gradove u Srbiji, dok je proglašenje za prestonicu iniciralo sveopšti razvoj grada, osnivanjem institucija koje predstavljaju temelje srpske državnosti, naučnog i kulturno-prosvetnog razvoja savremene Srbije.

PRVI U SRBIJI...

Prestona vremena i vlast Obrenovića Kragujevcu su donela mnogo. Novoizgrađeni dvorski kompleks obuhvatao je Staru Miloševu pridvorni crkvu sa očuvanim ikonostasom, Milošev konak koji je srušen u bombardovanju 1941. godine, zatim Šareni konak u kojem je živela kneginja Ljubica sa decom (knez Mihajlo, kasnije vladar Srbije, u njemu je rođen) i Amidžin konak - jedini sačuvan objekat iz tog vremena izgrađen u balkansko-orijentalnom stilu u kojem je radio upravnik Kneževog dvora Sima



The story of Kragujevac started a long time ago. Traces of life in this region date back to the Stone Age, but Kragujevac was officially mentioned under the present name for the first time in 1476 in Turkish documents "Kragujevdzha". Nevertheless, the golden era of the development of Kragujevac began in 1818, when the city was elected as the first capital of modern Serbia on the proposal of Miloš Obrenović. Today, Kragujevac is a large regional economic, health, educational, cultural, sports and fair city with diverse amenities that attract more and more tourists to the city. The latest attractive facilities are intended, first of all, for young people who more often and in greater numbers are coming to Šumadija.





Milosavljević Paštrmac i u kojem su boravili Miloševi momci, lična garda, takozvani „kavazi“.

U ovim i oko ovih objekata stvarala se istorija nove Srbije. Tu je napisan i usvojen Prvi (Sretenjski) ustav 1835. godine, jedan od najliberalnijih ustava ondašnje Evrope. U Kragujevcu je osnovana prva sudska ustanova, prvi Licej, prva srpska Gimnazija, prva zanatlijska i prva učiteljska škola, zatim prvi Teatar pod upravom Joakima Vujića, prvi profesionalni orkestar „Knjaževsko-serbska banda“, prva škola slikanja, prva galerijska i muzejska postavka, prvo pevačko društvo, prva škola igranja, prvi bilijar i prve igre na sreću... U Kragujevcu su štampane prve „Novine serbske“, grad je imao prvu električnu centralu, prvu apoteku...

Milošev venac, staro gradsko jezgro, danas je polazna tačka za vodičke ture koje za sve veći broj turista iz zemlje i inostranstva organizuje turistička organizacija. Broj gostiju iz godine u godinu raste za oko 17 odsto u proseku i u vreme velikih dešavanja, manifestacija, sajmova i kongresa oko 1.000 kreveta u 36 smeštajnih jedinica na teritoriji grada nije dovoljno za sve zainteresovane. Posebno u maju i oktobru kada Kragujevac obeležava dva značajna datuma: 6. maja proglašen je za prestonicu, dok je 21. oktobar, dan kada su 1941. streljani đaci u Kragujevcu, ostavio neizbrisiv trag u istoriji ovog grada i zemlje. Grad je u tom periodu domaćin delegacijama iz celog sveta koje odaju poštu streljanima. To je i vreme naučnih skupova, internacionalnih pozorišnih i muzičkih festivala, književnih večeri, izložbi i koncerata umetnika iz celog sveta.

GRAD MLADIH I DOBRE ZABAVE

Ako hoćete da čujete kako kuca Srce Srbije, morate da dođete u Kragujevac. Grad u kojem još odjekuju „Daire“ ostaje veran tradicionalno dobrom zvuku gitare Radomira Mihajlovića Točka. Za univerzitetski centar ka kojem gravitira oko 18.000 studenata iz cele Srbije ali i iz inostranstva karakteristične su dobre žurke do ranih jutarnjih sati, leti pod otvorenim nebom a zimi neretko kraj kamina. Dobar provod upotpunjuju brojni kafići, restorani, barovi, stare gradske kafane gde se uz dobru svirku uživo nude sjajni gastronomski specijaliteti. Ali, to nije sve.

Sastavni deo današnjih dačkih ekskurzija, osim kulturno-istorijskih spomenika je poseta prvom javnom akvarijumu koji radi u okviru Instituta za biologiju Prirodno matematičkog fakulteta, kao i Botanička bašta koja se prostire na 16 ha.

Knežev arsenal kao jedinstvena ambijentalna celina u Srbiji pokazala se kao odličan izbor za **Arsenal fest** koji, svake godine krajem juna, poseti na hiljade ljubitelja dobrog zvuka tokom tri festivalska dana na nekoliko stejdževa. **Šumadija fest** u oktobru i **Vibe fest** u septembru dodatak su odličnoj festivalskoj ponudi.

TRI DANA – DVA SAJMA

U Kragujevcu će od 24. do 26. novembra biti organizovan 8. Međunarodni sajam turzma i seoskog turizma na kojem će se osim domaćina predstaviti više od 100 izlagača iz Srbije i zemalja u okruženju. Osim nacionalnih i lokalnih turističkih organizacija, turističkih agencija koje nude programe za zimu 2017/2018 i Novogodišnje i Božićne praznike, predstaviće se i hotelijeri, banjska lečilišta, seoska domaćinstva, vinarije itd. Za posetioce i izlagače biće organizovane brojne radionice i zabavni sadržaji. Stručni žiri dodeliće nagrade za najuspešnijiu promociju, najuređeniji izlagački prostor i najbolji promo materijal. I ove godine, tokom tri sajamska dana, biće organizovan i Sajam zimnice na kojem će proizvođači hrane i pića ponuditi najbolje proizvode iz malih kućnih radionica po povoljnim, sajamskim cenama.

Jedna od omiljenih destinacija sve većeg broja Kragujevčana je jezero u Šumaricama koje nudi brojne sportsko-rekreativne sadržaje. Tu je lociran prvi Avantura park u Centralnoj Srbiji, a posetiocima su na raspolaganju i uređena plaža sa terenima za odbojku i stoni tenis, kao i mogućnost za vaterpolo, pecanje, pedaline, stand up paddle, zip line dug 260 metara, ugostiteljski sadržaji itd.

GRAD U SRCU SRBIJE

U prelepom prirodnom ambijentu, okružen Rudnikom, Crnim vrhom i Gledičkim planinama Kragujevac ima odlične predispozicije za planinarenje i pešačenje, pa je neretko i domaćin planinarima iz drugih gradova Srbije. Mogućnost da poletite i preletite pitomu Šumadiju omogućava vam ovdašnji paraglajding klub. Ponudu aktivnog odmora upotpunjuju ljubitelji i uzgajivači konja koji gostima omogućuju jahanje ali i vožnju čezama kroz Šumadiju.

Svu lepotu ovih predela možete da osetite u pravom srcu Srbije, jer se na 8 km zapadno od centra grada nalazi i geografski centar Srbije. U neposrednoj blizini ovog, nažalost za sada neuređenog lokaliteta, nalaze se dva srednjevekovna manastira - Drača i Divostin, klisura Dračke reke, jedna od najlepših u ovim krajevima, brdo Rujevica na kojem rastu tri od 30 zaštićenih vrsta gljiva u Evropi, arheološki lokaliteti koji pripadaju vinčanskoj i starčevačkoj kulturi.

Ovaj kraj poznat je i kao odlično podneblje za vinovu lozu, pa je ukus Dračkog vina nadaleko poznat. Sve to zajedno predstavlja odličan potencijal za razvoj turizma u narednom periodu.

Grad istorije, tradicije i kulture, sporta i zabave očekuje vas raširenih ruku. Ako hoćete da čujete šapat na mostu ljubavi i bat koraka na mostu skorojevića, zatvorite oči i udahnute Šumadiju punim plućima, morate da dođete u Kragujevac.

Dobro došli u Milošev prestoni grad!

*Tekst: Snežana Milisavljević
Fotografije: Jovan Živanović*



„ROMANTIKOM“ do grada BRANKA RADIČEVIĆA

Činilo mi se kao dobra ideja otići tog sunčanog letnjeg dana vozom „Romantika“ u Sremske Karlovice. Grad u kom je stvarao i učio naš čuveni pesnik Branko Radičević. Grad bogat vinarijama, prelepom arhitekturom, srdačnim meštanima i uvek atraktivnim sadržajima za goste.

Voz „Romantika“ ili kako ga zovu - „Srpski Orient Express“, saobraća za Karlovice tokom leta svake prve subote u mesecu. Ovu zaista posebnu atrakciju trebalo bi, po mom mišljenju, ubaciti što češće tokom leta, sa redovnijim polascima, jer bi to zaista bila avantura za turiste, a i goste koji dolaze iz inostranstva. Reč je o romantičnom, starom vozu koji će vas vratiti u prošlost. Ovaj muzejsko-turistički voz ima tri razreda koja su posebno restaurirana, kako bi se upotrebio doživljaj prošlog veka.

Kada sam ušla u voz, imala sam osećaj da sam se našla u nekom scenariju za film i da samo treba da sačekam režisera koji će da mi kaže kako

da se okrenem, kako da pogledam u kameru, da li da se smejem ili da budem tužna – sve ne bih li bila u tom filmu iz prošlog veka. Ali, nigde ga nije bilo. Bili smo prepušteni sami sebi – da sami stvorimo svoj film.

KAMERA – SNIMA!

Putovanje ovim vozom prolazi baš brzo, jer traje oko jedan sat. Za to vreme možete posmatrati slikovite predele ili se smestiti u bife voza, ali pod uslovom da na vreme osigurate svoje mesto, jer najveći broj putnika želi da bude baš tu.

Na samoj stanici u Karlovcima nas je sačekalo prijatno iznenađenje. Troje razigranih mladih ljudi, sa osmehom na licu, stajalo je ispred nas, držeći tablu u rukama sa natpisom „VODIČI“.

„Šta li će sad?“ - svi smo se pogledima upitali.

Okretosmo se nekoliko puta i ispred naše grupice ugledasmo Saru. Divna mlada osoba, prepuna entuzi-

jazma i znanja o svom rodnom gradu, gradu Branka Radičevića, gde su neke ljubavi počinjale, a neke se završavale – Sremskim Karlovcima.

I tako, prepustili smo se Sari i sa njom smo krenuli u zajedničku avanturu. Ideja Turističke organizacije ovoga grada bila je da u čast Festivala kuglofa, koji se održavao tih dana, gosti dobiju gratis vodiča, koji će im na lepši i svakako korisniji način predstaviti Karlovice. Kakav divan gest. Malo je reći da je cela grupa bila prijatno iznenađena.

START KOD ČETIRI LAVA

Tako smo od železničke stanice krenuli pešice ka centru grada – Trgu Branka Radičevića, a Sara nas je lagano, uz priču provela kroz istoriju Karlovaca. Kako smo se bližili centru grada, tako je do nas dopirala muzika koja je dolazila s festivala. Bio je to valcer. Kakvo iskustvo, kakav događaj! Znete da ste u Srbiji, ali nekako se štipate za ruku, jer muzika koju čujete, arhitektura koja vas okružuje, detalji u baroknom stilu – kao da vas je neko spustio na





neko drugo mesto. Stigli smo u centar, kod česme Četiri lava, odakle je počeo naš obilazak grada.

Česma je podignuta davne 1799. godine i postavljena na uzvišenju od tri mermerna stepenika. Sa ove česme možete piti vodu, a kako legenda kaže, svako ko popije vodu sa izvora, u ovaj grad će se vratiti, a ima i zašto!

Tog dana, u Sremskim Karlovcima je, kao što rekoh, bio Festival kuglofa. Tradicija i istorija kuglofa je nadaleko poznata. Priča se da danas postoji čak 400 vrsta recepata za ovaj tradicionalni kolač. Na svakom štandu mogli ste probati ove ukusno spremljene poslastice iskusnih vojvođanskih domaćica, koje će vas ljubazno uslužiti i sa vama o svemu popričati, ali će recept sačuvati samo za sebe.

Osim ovog festivala, u Sremskim Karlovcima se održava i Grožđebal – Karlovačka berba grožđa, i to poslednjeg vikenda septembra ili prvog vikenda oktobra.

KARLOVAČKE ZNAMENITOSTI

U samom centru grada nalaze se građevine iz XIX veka, koje bi svakako trebalo obići. Najpoznatija je Karlovačka gimnazija, čija je današnja zgrada podignuta 1891. godine, i kroz čiju istoriju će vas sprovesti studenti ove gimnazije.

Glavni finansijer i idejni tvorac za izgradnju gimnazije bio je mitropolit Stevan Stratimirović. Gimnazija je počela sa radom 1. septembra 1791. godine i prvobitno je imala šest razreda. Nastavni jezik bio je latinski, a sve profesore je lično birao Stevan Stratimirović.

Zgrada koja je na mene ostavila najjači utisak jeste Patrijaršijski dvor, koji je tokom leta rezidencija srpskog patrijarha. Zgrada dvora spada u jednu od najlepših građevina u celoj Srbiji. Sagrađena je u XIX veku, kao kombinacija baroka i renesanse, i zaista ostavlja bez reči. U samom dvoru nalaze sa



The train "Romantika", or how people call it - "Serbian Orient Express", during the summer on every first Saturday in the month drives to Sremski Karlovci. The city in which Serbian famous poet Branko Radičević was creating and learning. A city rich in wineries, beautiful architecture, friendly locals and always attractive features for guests.

dela najpoznatijih i manje poznatih slikara sa naših prosotra, i kao takva čini jednu od većih riznica muzeja Srpske pravoslavne crkve.

Odmah pored Patrijaršijskog dvora nalazi se Saborna crkva Svetog Nikole – najveći pravoslavni hram u Karlovcima i spomenik kulture od izuzetnog značaja.

VINARIJE

Veliki broj vinarija upravo se nalazi u ovom gradu. Tradicija proizvodnje vina datira s početka prošlog veka. Merlo, kaberne sovignon, rizling, šardone – sva vina možete degustirati u nekoj od vinarija. Degustacije možete dogovoriti i ranije, a ako su veće grupe u pitanju, organizuju se i zakuske sa slanim pecivom, šunkom i nezaobilaznim sirevima. Od vodiča u samoj vinariji čućete interesantnu priču o njenoj istoriji i tradiciji, uz šaljive anegdote, a na kraju, ako vam se dopadne neko posebno vino, možete ga i kupiti. Neke od poznatih vinarija su "Dulka", "Bajilo" ili podrum "Kosović".

Osim vinarija, u gradu ćete naći i veliki broj restorana, gde možete naručiti vojvođanske specijalitete i uživati u centru grada ili na samoj obali.

Kada završite obilazak znamenitosti u centru, pravac kretanja odredite sami.

NEZAIBILAZNE STANICE

Možete se uputiti na:

1. *Stražilovo*, koje se nalazi na 4 km od centra grada. Ako ste u kondiciji, možete i peške do vrha. Stražilovo je poznato izletišta,

na kom se nalazi grob velikog pesnika Branka Radičevića. Ovo mesto predstavlja jednu od nezaobilaznih stanica prilikom poseta Sremskim Karlovcima. Na samom brdu se nalazi i odmaralište i planinarski dom „Stražilovo”, za sve one koji žele ovde da provedu nekoliko dana.

2. *Dvorska bašta*, kažu najlepša bašta Sremskih Karlovaca, pa i cele Vojvodine, koja je 1974. godine stavljena pod zaštitu kao spomenik prirode. Ovde se gaji veliki broj autohtonih vrsta egzotičnog drveća i cveća. Za stanovnike Sremskih Karlovaca idealno je mesto tokom leta, da se sklone od vrućine, sednu na neku od klupica i uživaju u cvrkutu ptica, dok se na gornjem nivou bašte nalaze sportski tereni.

3. *Vidikovac* je mesto do kog se stiže penjući se uz veliki broj stepenika i nalazi se na Magarčevom bregu. Kada dođete do vrha, pogled na Sremske Karlovce i bačku ravnicu ostaviće vas bez reči. U jednom delu vidikovca nalazi se pozlaćeni krst, delo akademskog vajara Stevana Filipovića.

SMEŠTAJ

Ako želite u ovom prelepom gradu da provedete više dana, u samom centru, iza gostione "Četiri lava", nalaze se prostorije Turističke organizacije Sremski Karlovci, u kojoj rade vredni i ljubazni ljudi. Tu možete dobiti sve informacije o izletima, provodu, kafanama i smeštaju. U Karlovcima postoje dva hotela, od kojih je poznatiji "Premier Prezident" u samom centru, kao i veliki broj soba u privatnim kućama za izdavanje.

Na kraju, kada ste završili obilazak, možete otići na Dunav, i uz neku klopicu, riblju čorbu ili nešto slično, sabirati utiske. Ili možete samo biti nemi posmatrač i osluškiivati prirodu. Izbor je vaš.

A ja znam. Pila sam vodu s česme. Čekajte me Karlovci!

Ana Plavšić
Ana Traveller

OSTRVO SA BLAGOM

Krčedinska ada – najveće rečno ostrvo od ušća Drave do ušća Tise u Dunav, stanište je retkih vrsta biljaka i životinja, značajno je mrestilište riba i mesto na kom nesputano boravi na stotine konja, magaraca, krava, podolskih goveda, svinja mangulica... Zahvaljujući Turističkoj organizaciji opštine Inđija, ova oaza slobode dostupna je i turistima.

„Savremeni čoveče, stani malo, ovde je vreme odavno stalo. Čuvaj prirodu i njeno bogatstvo, jer i ti si deo prirode“, natpis je na tabli koja će vas dočekati prilikom iskrcavanja sa brodića ili motornog čamca kojim ste se od Beške dovezli na parče raja: Krčedinsku adu, gde tokom cele godine nesputano obitava na stotine konja, magaraca, krava, podolskih goveda, svinja mangulica, ovaca, pasa pulina, kokošaka, ćurki, paunova... O svima njima stara se stočar **Mile Plavšić** iz Kovilja, koji sa životinjama komunicira zasebnim „jezicima“, a ljude leči najzdravijim mlekom – magarećim.

- Ovde se nalazi oko 600 krava, konja i magaraca, koji su u privatnom vlasništvu. Ja se brinem o svim životinjama, bez obzira da li su moje ili drugih ljudi iz okolnih mesta – Krčedina, Kovilja, Beške i Gardinovaca. Ovaj

posao je težak, ali ga ja volim, pa mi ne smeta ni vetar, ni kiša, a ni sneg. Meni je najteže kad je neka životinja bolesna, a najsrećniji sam kad uspem da je izlečim – kazuje Mile, koji obolelim životinjama daje injekcije, spasava ih kada se nađu u nevolji i ženkama pomaže da na svet donesu mladunce... A brojni su i oni ljudi koje je Mile, zahvaljujući domaćem magarećem mleku, „digao iz mrtvih“, iscelivši im bolesnu jetru ili pluća.

STANIŠTE RETKIH BILJAKA I ŽIVOTINJA

Na Krčedinskoj adi gosti se dočekuju domaćim specijalitetima, tu imaju priliku da se upoznaju sa brojnim životinjama, da ih hrane i fotografišu se sa njima. I sve to zahvaljujući Turističkoj organizaciji opštine Inđija, koja u periodu od maja do septembra organizuje posete manjim grupama ovoj jedinstvenoj prirodnoj oazi, s ciljem razvoja eko turizma.



Mile Plavšić





Krčedinska ada – the largest river island from the confluence of the Drava to the confluence of the Tisa in the Danube, the habitat of rare species of plants and animals, is a significant fish hatchery and a place where live hundreds of horses, donkeys, cows, Ukrainian cattle, mangulica pigs... Mile Plavšić from Kovilje takes care of them and also communicates with those animals with specific "languages" and heals people with the healthiest milk – donkey's milk.

Krčedinska ada je, zapravo, deo Specijalnog rezervata prirode „Koviljsko-petrovaradinski rit“ i nalazi se pod zaštitom države. Stanište je retkih vrsta biljaka i životinja, kao i značajno mrestilište riba.

- Ovo područje nastanjuju 172 registrovane vrste ptica, od toga 103 spadaju u vrstu izuzetno retkih. To je orao belorepan, velika bela čaplja, banatski soko i drugi. Krčedinska ada, takođe, obiluje vlažnim staništima i četvorolisnom detelinom, koja je zaštićena u Evropi. Ona je i najveće mrestilište ribe u Evropi, prvenstveno šarana, a potom i kečige i štuke – kazuje **Dejan Jakšić**, vodič kroz Krčedinsku adu.

AUTOHTONE SORTE

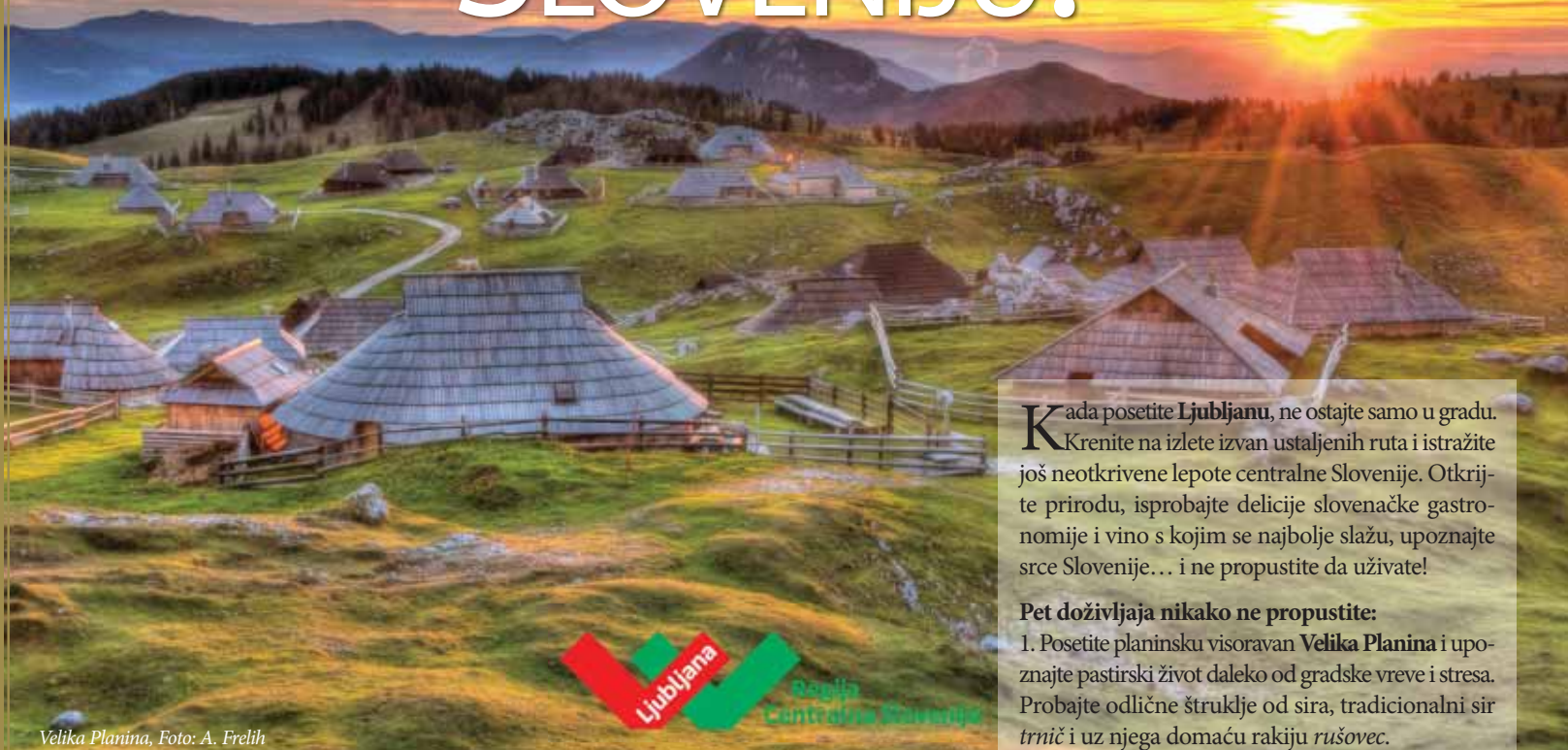
On otkriva i da na ovom jedinstvenom „ostrvu sa blagom“ slobodno živi oko stotinu konja, isto toliko i magaraca, ali i autohtonih sorti svinja – mangulica, te belih podolskih goveda sa velikim rogovima, koje vode poreklo iz Ukrajine.

- Postoje tri teorije kako je ovo stepsko goveče došlo u Srbiju: jedni tvrde da su ih doneli Huni prilikom osvajanja, drugi tvrde da su ih doveli Sloveni prilikom naseljavanja, a treći da su rezultat klasične trgovinske razmene. Na Krčedinskoj adi imamo negde oko 80 grla podolskih goveda, što je izuzetno veliki broj, ako se uzme u obzir da ih u celoj Srbiji ima oko 400. Tu su i mangulice – rasa koja je, prema legendi, nastala pre oko dva veka ukrštanjem divlje svinje koju je knez Miloš Obrenović poklonio mađarskom grofu Jozefu Nadoru, a koju je on potom ukrštao sa svojim domaćim svinjama. Istraživanja su pokazala da meso mangulica sadrži mnogo dobrog holesterola i upola manje lošeg holesterola od mesa klasične sorte svinja, te ja upravo zato idealna za ishranu ljudi koji pate od masnoće u krvi – tvrdi Dejan, dok svoje goste sprovodi kroz ovaj dragulj prirode, smešten na levoj obali Dunava, u kojem se bar na kratko može skloniti od gradske vreve i napuniti baterije, uživajući pritom u netakutoj prirodi i druženju sa brojnim životinjama koje nastanjuju ovu oazu slobode.

Tekst i foto:
Biljana Bosnić Ognjenović



OTKRIJTE CENTRALNU SLOVENIJU!



Velika Planina, Foto: A. Frelj



Kada posetite **Ljubljano**, ne ostajte samo u gradu. Krenite na izlete izvan ustaljenih ruta i istražite još neotkrivene lepote centralne Slovenije. Otkrijte prirodu, isprobajte delicije slovenačke gastronomije i vino s kojim se najbolje slažu, upoznajte srce Slovenije... i ne propustite da uživate!

Pet doživljaja nikako ne propustite:

1. Posetite planinsku visoravan **Velika Planina** i upoznajte pastirski život daleko od gradske vreve i stresa. Probajte odlične štruklje od sira, tradicionalni sir *trnič* i uz njega domaću rakiju *rušovec*.

2. Divite se bogatstvu bilnog sveta u parku **Arboretum Volčji Potok**, koji privlači pažnju u svim godišnjim dobima. Tamo vas čeka čak 3.500 različitih vrsta biljaka! A i deca će naći svoju zabavu na spravama za igranje i uz dinosauruse i kitove.

3. Prošetajte po zamku **Bogenšperk**, jednom od lepših slovenačkih zankova, koji je i jedan od najvažnijih spomenika kulture u Sloveniji. U zamku možete da saznate čime se sve bavio njegov vlasnik Janez Vajkard Valvasor, slovenački svestrani naučnik, i da se upoznate s njegovim kosmpolitizmom.

4. U **Tehničkom muzeju Slovenije** u zamku Bistra pogledajte čuvenu kolekciju Titovih limuzina.

5. Priuštite sebi **tradicionalne slovenačke specijalite u najizvornijem okruženju** - u seoskim gostionicama i turističkim seoskim domaćinstvima... **PR**

*Centralna Slovenija:
lepa u svako godišnje doba!*

Više informacija: www.visitljubljana.com



Arboretum Volčji potok, Foto: D. Wedam



Zamak Bogenšperk, Foto: A. Fevžer



Tehnički muzej Slovenije, Foto: A. Fevžer



Foto: T. Jeseničnik

Potrebno je samo da se prepustite...

Budva, grad malen, ali značajan u isto-
brijskom, kulturološkom i turističkom
smislu, osvaja već prilikom prvog susreta.
Raznovrsnost ponude tokom cele godine
stvara uslove za kontinuirano bavljenje
turizmom.

Početak oktobra u Budvi gužvi više
nema, temperatura mora još uvek može
biti idealna za kupanje, a noći su više nego
prijatne za večeru, koktel ili šetnju pored
mora.

Ovaj period idealan je i za upoznavanje
kulturno-istorijskog blaga budvanske
rivijere, a jedan od najboljih načina, za sve
ljubitelje prirode u dobroj kondiciji,
predstavljaju panoramske pešačke ture.

Kreću od mora, obrisima pla-

nina na nadmorskoj visini od 600 do 800
metara, a na pojedinim delovima zavr-
šavaju na čak 1.200 metara nadmorske
visine. Na gotovo svaka dva kilometra
nalazi se po jedan manastir, a broj crkava
teško je i utvrditi. Nekadašnji centri
duhovnog života budvanske rivijere pokri-
vaju period od 10 vekova! Pešačka tura
upotpunjena je jedinstvenom gastro
ponudom budvanskog zaleđa i pogledina
koji oduzimaju dah.

U Budvi možete biti očarani i seoskim pre-
delima, jednako kao i obalom. Ovaj grad
će vas svakako „uhvatiti“ u mrežu svojih
mnogobrojnih lepota. Potrebno je samo da
se prepustite...



BLOG SPOT




Mesina



Mesina



Palermo

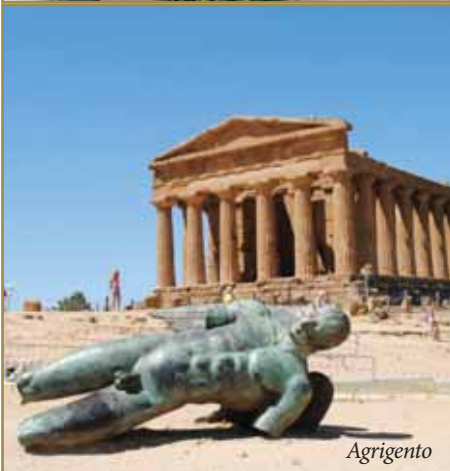
 Sicily is the island of hospitable people – kings of mimics, the largest active volcano that constantly releases smoke, the most preserved antique temples, Arancini – rice balls filled with meat and various vegetables, Granita – an ice lemon beverage, and precious Cannolo.



Palermo



Agrigento



Agrigento



Katanija



Katanija

SICILIJANCI – gostoljubivi KRALJEVI MIMIKE

Prošlo je već dobrih mesec dana od kako smo napustili Siciliju, a trebalo nam je bar nedelju dana da se oporavimo, saberemo utiske, prisetimo se svega viđenog. Kao nekom silom vođeni, obišli smo 23 mesta, što na samoj Siciliji, što na jugu Italije. Na kraju, kad se osvrnem, imalo je i zašta umoriti se! Toliko toga imam sa vama da podelim, da se bojim da ću nešto zaboraviti. Ali, posebno želim da se osvrnem na gostoljubivost Sicilijanaca.

Sicilija je ostrvo gostoljubivih ljudi – kraljeva mimike, najvišeg aktivnog vulkana koji se stalno puši, najočuvanijih antičkih hramova, Arancina – loptice od pirinča punjene mesom i raznim povrćem, Granite – ledenog napitka od limuna i prekusnih Cannola. Nismo se mnogo dvoumili da li vredi posetiti ovu dušu Italije.

TOPLO GOSTOPRIMSTVO

Ako, na primer, rentirate stan u Japanu, dobićete sijaset informacija kako doći do ključa i gde ga po završetku boravka ostaviti. Retki su oni domaćini koji se direktno upoznaju sa gostom. Većinom se sav dogovor i plaćanje završe „online“.

Na Siciliji, pak, nema šanse da promašite domaćina. Izaći će vam u susret kad je parking u pitanju, raniji doručak ili objašnjenje kako i gde stići. Ponekad idu tako daleko da to može da preraste i u opterećenje.

Naš prvi domaćin u Mesini nije znao ni reč engleskog, ali je njegova pomoćnica iz Amerike bila medijator. Stigli smo kasno uveče, čini mi se posle ponoći. Odmah su nam tutnuli kroasane, vodu i neke kolačiće u ruke, da ne bismo gladni zaspali. Ova pažnja nas je kupila, tako da smo „zažmurili“ na to što kupatilo i nije bilo baš uredno.

Nepisano je pravilo da u svakom smeštaju na Siciliji dobijete flaširanu vodu. Inače, ni po kafićima i barovima, kad naručite espresso, nećete dobiti vodu iz česme. Drugo pravilo je da je doručak uključen u cenu iznajmljivanja smeštaja. Dobijete kafu, kroasane, tost, mazalice, jogurte, voće. I zaista je lakše odmah doručkovati u smeštaju, nego se „smarati“ sa traženjem hrane po gradu, kad ste vremenski ograničeni i imate preča posla.

MESINA I PALERMO

Mesina je gradić u kom se turisti obično dugo ne zadržavaju. Osnovali su ga Grci, zatim ga preuzeli Rimljani, pa redom Goti, Vizantijci, Arapi, braća Normans, a kratko su ga i Englezi imali u svom posedu. Obišli smo katedralu u centru, sa prilično zanimljivim satnim mehanizmom sa pozlaćenim figurama koje u punom satu počinju da se kružno kreću i zauzimaju svoje novo mesto.

U Palermu nas je dočekao bivši vojnik iz Mirovnih misija. Bio je u Avganistanu, Iraku, na Kosovu. Ima taj ležerni stav – sve ćemo lako, dajte da vidim šta sve možete da vidite za 4 dana. „Znate, ne radim više. Smučio mi se taj život. Renovirao sam stan, izdajem ga i uživam sa svojom devojkom. Na Siciliji mi je najlepše.“ Nudi nam flašu vina. Nije nam baš najprijetnije da tek tako uzmemo vino, ali on uporno insistira. Soba predivna, čista, nova. Pogled sa terase fascinantant u 6 ujutru, pa se zbog toga i oprašta čaša vina u jutarnjim časovima.

Palermo je nezvanično glavni grad ostrva, sa najvećom operom u celoj Italiji, grad protivrečnosti: smeća na ulicama i velepneih katedrala u koje je svojevremeno utrošeno 7 tona zlata.

AGRIGENTO

Dolina hramova kod Agrigenta i domaćin koji nas dočekuje sa poluznanjem engleskog, al' svakako razumemo osmeh. Vrlo je brz, moderan. Kuća je vrlo prostrana. Pokazuje nam gde možemo da se poslužimo vodom, kafom, voćem. Objlašava nam i kuda da odemo na

večeru. Simpatičan dekica, sa drvenom nogom, pravi najbolju picu koju smo probali na Siciliji. Ne zna ni reč engleskog, ali se toliko trudi oko vas, da vam je u srcu proleće.

Ujutru nas dočekuje domaćin sa pitanjem kakvu kafu želimo i objašnjava nam šta sve imamo na meniju. Domaća marmelada od pomorandže je na stolu, slatki kroasani i još neki kolačići kojima ne znam ime.

Agrigento vredi posetiti makar samo zbog činjenice da se tu nalaze najbolje očuvani antički hramovi, zbog kojih bi Akropolj mogao da pocrveni. Bogatstvo Doline hramova ogleđa se u nizu od 4 hrama: Zevsovog, Herkulovog, hrama Junone i hrama Konkordija, koji čine najveći arheološki park na svetu.

KATANJA

U Kataniji smo se jedva izborili da dođemo do smeštaja. Bio je blizu Univerzitetskog trga, a posle 9 sati noću mnoge su ulice zatvorene. Nakon asistencije konobara u obližnjem kafiću, mala vratanca na ogromnim vratima nam otvara niska, nasmejana devojka. Počela je da radi pre par meseci i vidi se da se ne snalazi baš najbolje. Izlazi napolje da rasitni novac, jer terminal ne prihvata moju kreditnu karticu. Ujutru nam daje vaučer da doručujemo na Etni, jer toliko žurimo da nemamo vremena za doručak. Jedva nas nagovara da popijemo kafu.

Katanija, grad od lave, drugi je po veličini na Siciliji. Grad feniks, koji se toliko puta vinuo u nebo nakon mnogobrojnih prirodnih nedaća. Pazite da Katancima ne kažete kako je Palermo lepši i bolji. Veliki je rivalitet između ovih gradova, naročito kad je fudbal u pitanju.

Sicilijanci su ponosni na svoje ostrvo, lepote koje ono nudi, na svoju istoriju i tradiciju. Ne vole da se nazivaju Italijanima, već Sicilijancima, i vrlo su gostoljubivi. Kraljevi mimike, koji mogu da drže predavanja o tome šta znači biti gostoprimitelj!

Danica Nikolić

Danica's Small World
www.danicassmallworld.com

DESANT NA OSTRVO KORNJAČA

Ostrvo Zakintos, biser Jonskog mora, mami turiste iz celog sveta toplim morem, plažama, pećinama i burnim noćnim životom. Simbol Zakintosu su i kornjače „kareta-kareta“ koje na plažama sa belim peskom polažu jaja od kraja maja do jula.

Kada gigant antičkog doba, Homer, pominje ostrva kojima je vladao Odisej, kaže da su: „šumovita, okružena morem prepunim blaga“. Zašto je Odisej toliko voleo Jonska ostrva i svoju Itaku, razumeli smo pri sletanju aviona na Zakintos. Videli smo ubavo, zeleno ostrvo (pre svih požara), okruženo tirkiznim morem kao „morsko staklo“. Jonsko more privlači turističku masu iz čitavog sveta ostrvima: Krf, Paksos i Antipaksos, Lefkada, Itaka, Kefalonija, Zakintos, Kitera. Iako se nekada ovo more smatralo delom Jadrana, deo je Sredozemlja između Grčke, Sicilije i kontinentalne Italije gde se, na oko 50 nautičkih milja od Grčke, sučeljavaju tektonske ploče Afrike i Evrope, gde je i najveća dubina mora od oko pet kilometara. Čitavo područje predstavlja trusnu zonu, te je 1953. godine jak zemljotres načinio veliku štetu ostrvu Zakintos. Nakon toga je glavni grad Zakintos i mnoštvo manjih gradića rekonstruisano u stilu arhitekture Venecije i Mletaka, koji su ovde

vladali 400 godina. Po predanju, ostrvo je dobilo ime po Zakintosu, sinu trojanskog kralja Dardana. Od vankada su tu bili značajni tragovi kulture i istorije, brojnih osvajača i predstavlja kulturni centar čitave regije sa udruženjima muzičara, umetnika i pesnika. Malo je poznato da je tvorcu nacionalne himne Grčke, Dionisu Solomonu, posvećen i muzej u Zakintosu.

DOLAZAK NA „OSTRVO RASKALAŠNOSTI“

Od kad sletite na ovo, jedno od najsunčanijih ostrva Grčke i mali aerodrom u drevnom Zantu, pa i predveče, vrečina nije prejaka zbog vetra, iako je više od 30 stepeni. Stalno blago „pirkanje“ sa mora, pruža osećaj kao da ste u tropima. Polineziji možda, nekom egzotičnijem i mnogo skupljem mestu za odmor. Taj šarm je neodvojiv uz osećaj prijatnosti. Sam aerodrom ne okružuju vile jarkih, ali uklopljenih boja (bordo, bež, rezeda sa kamenom uokvirenim prozorima), kojih je mnogo na ovom ostrvu raskalašnosti i uživanja. Brzo se završavaju formalnosti i za 15

minuta svi su smešteni po autobusima. Mnogi, poput Italijana pristiglih u sopstvenim aranžmanima, sa decom u naručju i prtljagom, „jure“ taksiste koji ih nemilice „deru“ cenama vožnji. Uglavnom, taksi služba je, čini se, jedan od problema ovog ostrva.

Euforija se u autobusu pojačava kad ljudi prepoznaju ono što su videli na fotografijama. Pogotovu ako dolaze u organizaciji renomiranih turoperatora, kao mi, koji ne zavaravaju putnike promo materijalom, blizinom plaža i kvalitetom usluge i smeštaja. Mi smo se uputili u malu uvalu i hotel „Porto Zoro“, koja nas je, u večernjim prelivima boja mora, uz jednu od najlepših plaža na poluostrvu Vasilikos, 16 kilometara od aerodroma, ostavila bez daha. Kada je čuo oduševljenje nekolicine putnika iz Srbije, vozač autobusa, smejući se, izgovorio je dok je istovarao kofere: „Jeste čudesno, ali može i da dosadi, desetak dana, plaža i samo plaža.“ To je bilo tačno, spoznali smo kasnije. Osim uživanja u odmoru, bez



Zakynthos, the pearl island of the Ionian Sea, lures tourists from all over the world with warm sea, beaches, caves and vivid nightlife. The symbol of Zakynthos is also the "karete-karete" turtles, which on the white sand beaches lay eggs from the end of May until July.

Osvajanje plaže, kupaci i brodovi na Navaju

Najpoznatija olupina Mediterana

PEĆINE I KORNJAČE

Svakoga dana na jugoistoku Zakintos, u lučicu Agios Sostis, stigne desetina autobusa sa turistima koji žele da vide kornjaču „kareta–kareta”. Simbol Zakintos je i plaža sa belim peskom, gde kornjače polažu jaja od kraja maja do jula. Legu od 20 do 190 (najviše pronađeno do sada jaja) u gnezdim na plažama Dafne, Sekanija i Gerakas. Kornjače mogu da narastu do metar i po i težine od 500 kilograma, a volonteri čitave sezone brinu o gnezdim. Deluje nestvarno kako i pored desetina nakrenutih brodova (zbog mase koja prelazi sa jedne na drugu stranu broda ne bi li ih fotografisala), ostaju na istim mestima i gnezdim. Kao da ih ne zanima buka i uzbuđenje hiljada ljudi koji žele da ih vide u prirodnom staništu. Nije ni čudo što ih čuvaju, jer je ovaj zaštitni znak ostrva i najveći mamac za turiste.

Pećine na poluostrvu Keri možda su još veća atrakcija od kornjača, jer nekim prirodnim fenomenom, odbijanjem svetlosti od morskog dna, deluju kao da su osvetljene iz mora. Atrakcija plivanja kroz niz ovih pećina u tirkiznom moru daje vam osećaj kao da plivate kroz „tečno staklo”.

preglasne muzike i noćnog ludog „klabinga” Laganasa, nismo ništa drugo ni dobili. Vozač se prevario samo u jednome, upravo smo to i tražili. Fantastičan odmor, prekidan samo kada smo mi to želeli, odlaskom do obližnjeg seoceta Vasilikos ili gradića Argasi.

PIJANKE MLADIH ENGLEZA

Ali, Zakintos je poznat i po noćnim klubovima i barovima „ozloglašeno” Laganasa. Pomalo „naduvana” negativna reklama izbacila je ovo u prvi plan, iako se mesto nalazi u zalivu koji pripada Nacionalnom parku, gde kornjače „kareta–kareta”, zaštitni znak ovog bajnog ostrva, na mekom pesku nekolicine plaža polažu jaja, pomno čuvana od volontera, dok turistička najezda ne prođe. „Naduvana”, jer veče u ovoj „prestonici greha” izgleda kao subotnja letnja noć kod nas na splavovima

Save. Naime, atmosfera nama dobro poznatih „splavarskih navika”, uvećava se, uz često, ne i obavezno, bahatost podanika krune Velike Britanije, koja je davno kratko vladala ovim ostrvom. Čini se, čak, da mladima, zapravo, sve to prija ili barem ne smeta. Ništa ne bi bilo nesvakidašnje, da nema, ipak, neumerenih pijanki mnoštva mladih Engleza, sve samo ne džentlmena, koji se bave, za njih, zanimljivim „sportom”: piju do iznemoglosti i ponekad pred jutro zapodevaju kavge. Ako pre toga, obično, nisu pali u nesvest od alkohola i taksijem bili odvezeni do hotela ili zdravstvene stanice na ispiranje želuca i trežnjenje. Ono što je potrebno, izrekli su nam mladi sa Zakintos, da turistički poslenici ne okreću glavu svesno, zbog velike zarade, već da uvedu radno vreme za barove i noćne klubove i dovedu u



Najstarija maslina na ostrvu Zakintos, treća u svetu (2.000 god) tvrde meštani



Čistoća obeležava dobru plažu, uvala Porto–Zoro

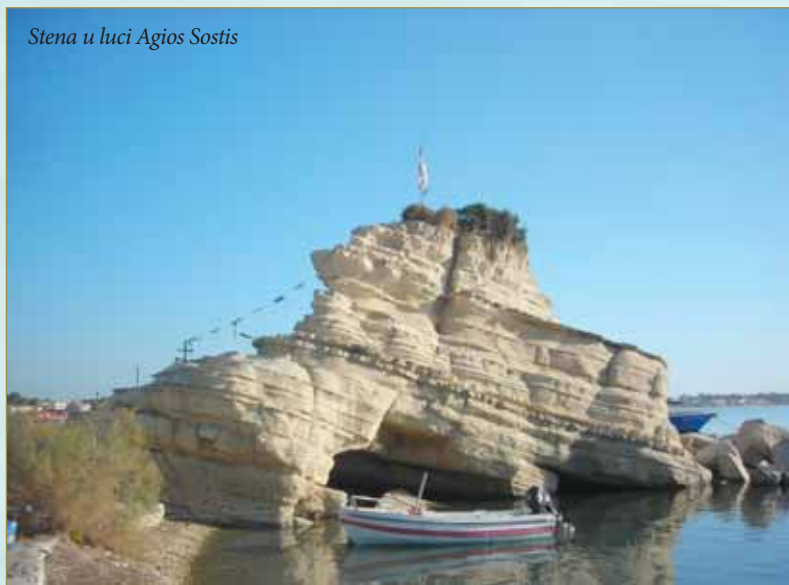
pristojnu meru i taj mali deo ovog ostrva odmora.

RAJSKO OSTRVO

Tako da ekstreme (iz jula ispred kluba „Bar kod”) ne treba uzimati za opštu sliku rajskog ostrva, predivnih plaža, gde se boje mora nestvarno prelivaju iz smaragdno zelene do tirkizno plave. Jer, previše ljudi ovde živi od turizma, ne bi li prehranili porodice, isplatili velika ulaganja u hotele, pansionere i apartmane, restorane, da bi to mogli da uruše oni sa kojima ni vlade njihovih zemalja ne znaju zapravo šta će, pa im izgleda, letnji meseci odmora dođu kao predah.

Za kraj, kao ilustracija neka posluži i crtica iz prodavnice suvenira u mestu Argasi. Vlasnik je, naime, bez trunke griže savesti, posle sabiranja računa za suvenire i po našem odbijanju da platimo previsoku cenu za dodatno ponuđenu litru običnog industrijskog maslinovog ulja, oduzeo od našeg kusura deset evra. U žurbi, nismo to ni primetili, okrenuli smo se i otišli dajući tako „prilog” grčkom načinu borbe protiv krize. Iako znamo da će ovakve stvari, sigurno, da se pokažu u budućnosti turizma ove zemlje, bez obzira na snagu lepote plaža i mora, jer kada se zagledate u svoj „selfi” on ne može da sakrije ništa – dođe na naplatu, kad tad.

Tekst i foto: D.K. –I.



Stena u luci Agios Sostis

PUTEM SVILE KROZ severozapadnu KINU



Tekst i fotografije:
Dragica Tomka
putnik, istraživač, putopisac

Svila! Mekana, nežna. Tkanina sastavljena od mnogobrojnih tankih niti koji spojeni spretnom pažljivom rukom čine površinu, prostor kojim se može ogrnuti, ukrasiti, skrenuti pažnja na nežnost i lepotu. Svila je i podsećanje na detinjstvo i obližnju malu svilaru u kojoj su vešte ruke žena od čaura dudovca prele niti i tkale lepe tkanine. Svilara, takvih ili sličnih bilo je i ima svuda po svetu. Sretala sam na svojim putovanjima veće, manje, porodične ili zadružne svilare i kupovala grublju ili finiju, ali uvek raznobojnu i vidljivu ešarpu, maramu. Zašto je ta svila, koje svuda ima, bila motiv da se jedan ogroman kulturološki i istorijski fenomen nazove upravo njenim imenom? Put svile. Taj Put svile jeste ispredena tkanina veoma raznolikih niti stvaranih i tkanih kroz vreme i prostor od ruku vrlo različitih ljudi sa vrlo različitim ulogama i ciljevima. Danas ga je interesantno proći i videti ostatke, ali i nove poteze.

Vrlo često, na svoja putovanja krećem ne baš sasvim pripremljena. Vremenom sam shvatila da prave pripreme i ne može biti, a da mi detaljno prikupljanje informacija o tome kuda ću, kako ću, kada ću, šta ću i gde ću... često odvraća pažnju, odvoje me od spontanosti i neposrednog neplaniranog i neočekivanog opažanja pojava, objekata i ljudi na koje nailazim. Shvatila sam da oslobođena očekivanja u suštini dobijem dovoljno. Ne znam da li više ili manje, ali uvek podosta da me to pomeri, podstakne, probudi iz pozicije pre putovanja.

Tako sam i na ovo putovanje, dugo više od 6.000 km, (ne računajući put preleten

avionom) kroz severnu i zapadnu Kinu i severoistočnu Kirgiziju, krenula samo sa osnovnim informacijama. Čitajući program pribeležila sam da ima kulturnih vrednosti, da ima očuvanog stila tradicionalnog življenja, da ima zanimljive prirode, da ima nečeg drugog što do sada nisam doživela i o čemu čak nisam ni mnogo razmišljala. I kao i uvek – nisam se prevarila. Vratila sam se punog kofera utisaka, zapažanja i prepunog fotoaparata.

DIVLJA I RAZNOVRNSA PRIRODA

Od svega me je na ovo putovanje možda najviše prizvala neobičnost, ili snaga prirode ove regije i nisam se prevarila. Pustinju Gobi smo doživeli

na vrlo moderan i turistifikovan način. Velike **peščane dine Mingša** pripadaju pustinji Gobi. Nedaleko od starog i stalno razvijajućeg grada Dunhuang, centra razvijajućeg turizma, ove dine su na spisku obilazaka velikog broja turističkih agencija i zaštićene su kao Park prirode. Očekivala sam valovito prostranstvo, obećane zvuke peska koji nose vetrovi i zbog kojeg se ove dine još zovu "pevajuce dine", dodir divlje prirode. Dobila sam nešto sasvim drugo: maksimalno organizovan i turistifikovan prostor masovnog turizma. Još rano ujutru desetine autobusa dovoze kineske turiste, koji u redovima jedan po jedan prolaze kroz kontrole i ulaze na prostor na kojem se prodaje (i kupuje) "oprema" neophodna za "doživljaj pustinje": šeširi, ešarpe,

Posetioci u Geoparku Zhangie Danxia



Neposredni doživljaj peska



Venac snežnih vrhova iznad 7000 m i jezero Karakul na 3650 m

naočari za since i vetar, jakne i kabanice protiv istog sunca, vetra i peska, rukavice do lakata, pa igračke, poput lopata, grabulja, kolica, kanti, pa klisko svih boja za sankanje na dinamama i na kraju platnene fluorescentne "čizme" do kolena, koje će sačuvati posetioce od dodira sa peskom. Nakon guranja sa svim tim neobičnim "svemircima" bio je šok kada sam ugledala prostrano polje sa više od 2.000 kamila, koje su opremljene i obučene, sa svojim vodičima čekale one koji su, uz dodatno plaćanje, želeli doživljaj jahanja pored dina. Naša grupica je nekako došla do dina, a onda sam izuvši se, sela na pesak i pokušala da se odvojim od svega ljudskog da bih istinski doživela pustinju. Na kraju, s peskom u očima, kosi, patikama i među prstima, bila sam potpuno sigurna da ovakva mesta nisu za mene.

NA "MESTU BEZ POVRATKA"

Pustinju Taklamakan smo doživljavali tokom 12 sati vožnje autobusom po dužini od 620 km od severnog Puta svile do kraka južnog Puta svile. Pustinja Taklamakan se na severu i zapadu graniči sa planinskim vencima

Pamir i Tjanšan, na istoku sa Gobijem i na jugu sa Kunlun planinskim vencem. Okružena tim veoma visokim planinama čiji vrhovi dosežu i preko 7.000 m, ova pustinja verujem opravdano nosi naziv na ujgurskom jeziku "Mesto bez povratka". Shvatila sam da na ovom prostoru čovek, za sada, uspešno pokazuje koliko je jak i uspešan u sputavanju i korišćenju prirode. Celim putem je izgrađen veoma nov i moderan auto-put koji levo i desno prati zeleni pojas visokog drveća, ili pojas posađene trave, pa i ratarskih kultura koje se navodnjavaju izgrađenim vodovodom. Na pojedinim mestima, kraj puta nasred pustinje, niču nova naselja i veliki gradovi u koje će se doseljavati novo stanovništvo. Moj najsnažniji doživljaj pustinje bio je kada smo, na početku peščane oluje, na par minuta zastali kraj peščanih dina, ovekovečili čitav pejzaž foto-aparatima, i u kesicama poneli malo pustinjskog peska. Ovaj deo Puta svile ima svoj nastavak i u budućnosti.

Jedna od prirodnih atrakcija ovog dela Kine svakako su veliki planinski venci koji polako vrhovima rastu ka jugu, ka Himalajima.

Čitava regija Gansu i Tjanšana je impresivna. Planinski venci izgledaju kao da je neka vredna domaćica pravila velike šarene torte, a onda ih neko obarao što se najimpresivnije moglo videti u Nacionalnom geoparku Zhangie Danxia. Boje tih pojaseva su neverovatne, svih nijansi - od bele, preko žutih, mrkih, crvenih, zelenih boja do crne. Oblici su živi, dinamični, a planinske strane uglavnom gole, kamenite i zemljane. Samo vrhovi sijaju odblescima sunčevih zraka od večitog snega. Danima sam u tome uživala i na stotinama fotografija pokušavala da uhvatim to što i danas pamtim.

UZBUĐLJIVI GRADOVI NA PUTU SVILE

Vekovima su se ljudi kretali, putovali - pešice, na konjima, kamilama, na kolima, tražeći neke skrivene tačke, otkrivajući nove puteve, prostore i ljude, noseći i razmenjujući informacije, robu, bilje, minerale, razmenjujući ih sa drugim sličnim ili različitim ljudima. Vekovima je jedan takav put bio i Put svile, put kojim su se susretale, sudarale, razmenjivale kulture, religije, roba, život i bolesti, borba i ideje Istoka i Zapada. Iz praistorije do



Ulaz u porušeni budistički hram



Konture napuštenog drevnog grada Gaochang



Porodična radionica svile

dan danas postoji mreža puteva, kažu duga oko 13.000 km, kojom su se nekada kretali karavani sa Istoka na Zapad i suprotno. Činjenica je da su ta putovanja dugo trajala i da je na tim putevima bilo neophodno da niknu naselja, manja ili veća. Naselja koja su dobijala funkcije trgovine, administracije, odbrane, bezbednosti, ali i zabave, opuštanja. U ta naselja su se postepeno doseljavali i ljudi koji su živeli tu dočekivali putnike i karavane i obavljali potrebne poslove. Danas, 2.000 – 3.000 godina kasnije neki gradovi su potpuno nestali, neki su u ruševinama i zaštićeni kao kulturno dobro, a neki su nastavili svoj život, manje ili više čuvajući tragove prošlosti. Od onih koji su postali arheološki lokaliteti najznačajniji utisak na mene je ostavio grad **Gaochang**, na kineskom ili Karahoja na jeziku većinskog naroda u tom prostoru – ujgurskom. Lociran na severnom kraku Puta svile, duboko uklješten između dve pustinje i visokih planina Tjanšana, ovaj grad je nastao početkom nove ere i trajao do 14. veka kada su ga razrušili Mongoli. U periodu procvata, ovaj dominantno trgovački grad imao je oko 80.000 stanovnika koji su živeli u kućama od zemljanih sušenih cigli, utapajući se u pustinjske boje. Imao je sve što jednom gradu treba – kuće, trgovce, pijacu, hramove, sudnice... Danas su to ruševine, pod zaštitom UNESCO-a, sa lepim modernim vizitorskim centrom i organizovanim prevozom posetilaca u malim, otvorenim šatl kombijima na električni pogon. Bili smo jedini turisti. Zaustavili smo se na tri mesta. U

jednom kutku me je mirisom privukao maleni žbun puzajuće "Divlje lubenice", biljke sa veoma lekovitim belim cvetovima. Još sa mirisom u nosu i duši, došli smo do ruševina budističkog hrama. Unutar delimično očuvanog prostora još uvek je prisutan mir satkan od molitvi i meditacija hiljada ljudi koji su u njega ulazili moleći sa za bolji život ili pomoć božiju. Dodirnuvši hladne i trošne zidine hrama, neki zvuk me izmamio. Naslonjen na zidine hrama sedeo je stariji čovek sa lepom kapicom, brkovima i svetlošću u nasmejanim očima. Svirao je nežno, neku duboku, iskonsku muziku na rawap-u, jednom od gudačkih instrumenata drevnog naroda ujgura koji ovde žive, dodavao zvuk ovom prostoru. Stala sam, nema, tiha, nepokretna, upijajući ovaj višedimenzionalni doživljaj. Pamtiću ga dugo. Znam.

Pod zaštitom UNESCO-a su i ruševine drevnog grada **Jiaohe**, koji je nastao u 2 v.p.n.e. i bio značajno središte na Putu svile sa dominantno vojnom funkcijom. Nije odoleo napadima Mongola, pa je više od 500 njegovih kuća, sa pratećim objektima i zidinama, danas u ruševinama utisnutim u dolinu dve reke.

Grad **Kucha**, zaturen u središtu pustinje Taklamakan, je nekada bio razvijeno i veliko središte odmora, muzike, plesa, zabave, prestiža. Danas na istoriju podseća samo kompleks mošeje, druge po veličini u Ksinjang autonomnoj ujgurskoj pokrajini i gotovo ništa više.

Sličnu sudbinu ima i gradić **Hotan**. Nekada sedište prve budističke države na svetu i kulturni most preko koga je budizam ušao u Kinu, Hotan je danas manji slabo razvijeni grad. Još se vide tragovi traganja za žadom. Hotan je bio i centar na Putu žada, a beli žad je u ovoj regiji najskupoceniji i najcenjeniji u svetu. Obišli smo jednu od malobrojnih očuvanih radionica žada. Susreli smo se i sa svilom. Mala radionica svile, od nekadašnjih 3.000 kućnih radionica, čuva tradiciju i priču o vrednostima svile. Ručno rađena i prirodnim bojama bojena svila ima svoju vrednost, ali trgovina je slaba i njihovi proizvodi uglavnom završavaju u rukama veštijih trgovaca.

IZMEĐU TRADICIONALNOG I SAVREMENOG

Posebna priča je grad **Kashgar**. Smešten na 1.200 m n.v., ali okružen najvećim planinskim vencima sa ledenim vrhovima višim od 7.000 m, ovaj više od 2.000 godina stari grad bio je središte i mesto susretanja ali i sukobljavanja svih većih i manjih imperija koje su sa juga, istoka ili zapada želele da šire svoje granice. Danas je to grad sa oko 500.000 stanovnika, dominantno Ujgura i svih ostalih naroda koji žive u susednim zemljama. Grad koji je istovremeno star i razrušen, nov i izgrađen. Staro se ubrzano ruši i menja, novo zamenjuje tradicionalno. Ljudi teško prihvataju promene i još uvek zadržavaju svoje tradicionalne navike nedeljnog pazara, molitve u mošeji, subotnje šetnje po gradu, bavljenja nekim zanatom ili trgovinom. Ruševine ili ostaci starog Kašgara (Kamene



Ruševine koje žive, stari deo grada Kashgar



Tradicionalno pripremanje hrane za pijačni dan



Trgovci na stočnoj pijaci u Kashgaru



Grnčar osmehom odoleva tećimaštini

planine) su u vrlo tužnom stanju. Polurazrušene kuće, zidovi se obrušavaju u dvorišta i uličice, ali oko 2.000 upornih ljudi još uvek veoma teško živi u tim uslovima i bavi se grnčarijom, slikanjem ili trgovinom antikvitetima. Utisak je težak, tužan... Ipak, dok sam kupovala glinenu vaznicu, ispratio me osmeh grnčara.

Ovaj deo grada svedoči koliko ljudi teško napuštaju svoja ognjišta, koja im i u najlošijem stanju pružaju sigurnost poznatog i osećaj vladanja sopstvenim životom. U drugim, novim delovima grada, gde velike zgrade trgovačkih centara ili nove ulice trgovačkih i zanatskih radnji zvrje poluprazne, nema povezanosti, nema sinteze, nema niti protkanih u potki svile. Kašgar je možda i najpoznatiji grad po svojoj nedeljnoj stočnoj pijaci. Bilo je zaista zanimljivo posmatrati te gorštace, nomade, pastire i pustinjake sa sedim brkovima, velikim obrvama, kopicom na glavi i znatiželjom u očima koji su staloženo razgovarali, razmenjivali znake življenja, trgovali, a onda zajednički ručali tradicionalni ovčiji gulaš sa domaćim rezancima ili nanom tek ispečenim u peći. Ispratili su nas zvuci i glasovi kamila, ovaca, krava, konja, magaraca praćeni zvonom praporaca. Nedaleko odatle, gde se stočari okupljaju 2.000 godina i prkose vremenu, izgrađena je nova stočna pijaca po svim pravilima savremene gradnje. Ostala je prazna, jer nema korenje i ne pruža slobodu.

PEĆINSKI BUDISTIČKI HRAMOVİ

Zanimljiv i veoma razigran prostor i prirodni uslovi ove regije bile su očito vekovima interesantne i za putnike, hodače, hodočasnike, koji su na svom putu tražili skrivena mesta na kojima bi bili sami. Pustinjska prostranstva, visoke razučene planine, mekan geološki materijal, omogućavao je hodočasnici da u planinskim stranama udubljaju svoja mala skrovišta za meditaciju, samovanje, tihovanje. Tako su i u prostoru pružanja Puta svile nastala mesta pustinjskih hramova. Prvobitno samo

grupe malih pećina koje su budisti od 4. veka pa nadalje stvarali, vremenom su to postajala mesta koje su donatori, vladari podržali i novcem omogućili oslikavanje muralima i freskama, kao i uređenjem i opremanjem statua i drvenih ili pešćarskih skulptura Bude i drugih ličnosti iz budizma. Tako su isposničke pećine postajale pećinski hramovi. Danas ih ima na više mesta i većinom su zaštićeni kao kulturna baština, podržana i od kineske Vlade i od UNESCO-a.

Na ovom putu prvo smo obišli **Bing Ling** pećinski hram koji je nastajao od 4. do 14. veka. Prišavši mu čamcima preko velikog veštačkog jezera na planinskoj reci, zadivilo me mesto koje su hodočasnici izabrali da se osame. Male pećine - isposničke odaje uvučene su u obližnje strme planinske strane, pogodne za osamljivanje. Na jednom mestu je u 8. veku napravljen i veći hram sa skulpturom ležećeg Bude, a u stenu je uklesan i kip velikog sedećeg Bude visok 24 m. Danas je to mesto uređeno za posetioce i do pećinskih hramova se može doći stazama. Osnovna funkcija hrama je, nažalost, izgubljena.

Kizil pećinski hram je ušuškan u strme planinske klifove severne obale reke Muzat. Kompleks je udaljen 75 km od grada Kucha, takođe nekada na Putu svile. U dužini od 2 km niže se 236 pećina, više od polovine relativno nedirnutih. Pećine su nastale od 3 do 8 v.n.e., prvobitno kao mesta za budističke monahe, a nakon pojave donatora koji plaćaju za bogato ukrašavanje, vrlo originalnim i slikovitim freskama i manjim skulpturama, one veće se pretvaraju u hramove u koje su budisti dolazili na molitvu. Sada su pod zaštitom UNESCO-a, uređene za posetu, ali vrlo malo posećene, deleći tako sudbinu i drugih kulturnih i prirodnih vrednosti višereligijske i višenacionalne regije Xinjiang. Bili smo jedini posetioći, dobro provereni i kontrolisano vođeni kroz lepotu ovog

prostora. Strogost situacije ublažavao je rascvetani i mirišljavi tamaris, kao i tople freske i murali starih majstora u 4 boje.

HRAM HILJADU BUDA

Najveći i najpoznatiji kompleks pećinskih hramova koji smo obišli je kompleks Mogao pećina ili Hrama hiljadu Buda. Urezane u klifove planine Mingša, nedaleko od grada i velikog središta na Putu svile Donhuana, ove pećine svedoče o zanimljivoj istoriji ljudi koji su živeli u krajevima kroz koji se protezao Put svile. Nastajale su u periodu od 4. do 14. v.n.e., prvobitno kao mesto za isposnike, a kasnije i sve vernike budiste koji su se kretali ovim putem. Ukupno ima 492 pećine, sa oko 2.000 oslikanih skulptura, među kojima je i skulptura velikog ležećeg Bude i oko 45.000 kvadratnih metara murala. U pećinama su pronađeni i brojni predmeti, knjige, spisi koji se danas nalaze u muzejima širom sveta. Za mene je to bio najsnažniji doživljaj masovnog turizma Kine. Ogroman vizitorski centar sa savremeno uređenim i opremljenim salama za video i 3D projekcije. Stroga kontrola ulaza, vođenje preko audio-slušalica sa profesionalnim vodičima, sa strogo isplaniranom kombinacijom pećina koje će neka grupa posetiti. Verujem da bi bez toga poseta i razgledanje pećina bilo nemoguće, jer ogroman broj Kineza koji masovno dolaze autobusima ne bi mogli kontrolisati. S druge strane, osećaj intime koju smo imali u Kizil pećinama se izgubio, a pokušaj da se bar na momenat doživi tišina monaških pećina ovde nije bio moguć. U svakom slučaju – impresivno!

KOJA JE PORUKA OVOG PUTOVANJA?

Put svile je veoma velika i kompleksna tema. On je prostorno veliki, istorijski dug, kulturološki značajan, religijski šaren, ekonomski važan. Ali meni je ovaj deo Puta svile kojim sam ja prošla, pružio spoznaju

Pećinski hram Kizil sa rascvetanim tamarisom



Replika skulptura iz hrama u Mogao pećinama

kompleksnosti življenja, kretanja ljudi, susretanja i mešanja ljudi, ideja, navika, robe, novca... Nažalost, taj deo Puta svile je za nas Evropljane ili Balkance vrlo malo poznat, a tako bogat i raznovrstan, sa neprocenjivim prirodnim bogatstvima, nacionalnim i parkovima prirode, kulturnim vrednostima i dragocenom baštinom čiji su mnogi lokaliteti i objekti pod zaštitom UNESCO-a. Taj prostor ima dosta uslova za razvoj turizma, iako su posetioci za sada uglavnom Kinezi. Sem pojedinačnih manjih grupa Italijana i Nemaca, nema drugih stranaca. Lokaliteti su atraktivni, doduše sa vrlo malo informacija na engleskom jeziku i sa vrlo malo ljudi koji govore bilo koji jezik, sem svog maternjeg i-ili kineskog. Gradovi imaju kvalitetne smeštajne objekte. Prohodnost putnika je pomalo otežana, jer je ovaj deo Kine pod pojačanim obezbeđenjem.



I passed more than 6,000 km of the Silk Route through northern and western China and northeastern Kyrgyzstan. I was in the Gobi desert, in a protected nature park, passed through the Taklaman desert, which is called for no reason "A place of no return", revealed the impressive natural attraction of the Gansu and Tianshan regions – the great mountain wreaths stretching south to the Himalayas, visited old Chinese cities of Gaochang, Jiaohe, Kashgar and just then understood the essential human need not to leave their homes or roots, visited the impressive desert temples Bing Ling, Kizil, the Mogao Cave complex, and much more... Unfortunately, that part of Silk Route is for Europeans or Balkan people very little known, and so rich and diverse, with priceless natural resources, national and nature parks, cultural values and valuable heritage, many of which are sites and facilities under the UNESCO protection. The population is warm, but frightened with modest life conditions. Cities have high quality accommodation facilities. Residents do not speak any language other than their mother tongue or Chinese, and there is almost no information in English about localities. And most importantly: passenger's mobility is somewhat hampered, as this part of China is under enhanced security measures.



Jedan od veoma originalnih lepo dizajniranih hotela Holiday Plaza u gradu Jiangye - spoljni izgled i soba

Moderno oblikovan i opremljen vizitor centar u Kizilu



Putujući od istoka prema zapadu, potka svile je postajala za mene snažnija. Niti svile koje sam tkala od utisaka, bivale su jasnije i snažnijih boja, ali kao da se jasnoća šeme tkanja gubila i treperila. Priroda je bivala sve lepša, ostaci istorije i kulture sve snažniji, raznovrsniji ali i zapostavljeniji. Stanovništvo je tamo toplo, ali uplašeno, uslovi života

skromniji. To možda i nije odlučujuće za nekog putnika, ali spoznaja o nesigurnosti je i te kako važna za odluku o putovanju. Ipak, ovo putovanje je meni otvorilo nepoznat prostor, zanimljiv i drugačiji... Preporučujem ga svima onima koji traže nerazvijene turističke destinacije i spremni su za avanturu.



Penjanje na planinu
Huashan

AVANTURE S MIRISOM ADRENALINA

Zavisnicima od adrenalina želja za avanturom nadjačava potrebu za odmorom u rajskom rizortu. Svaki strastveni avanturista priznaće da je teško odoleti dobrom skoku sa litice ili uzbuđenju pri spuštanju sa 18 metara visokog tobogana u vodu punu ajkula. Sledeće destinacije definitivno nisu pravi izbor za one sa slabim srcem, ali su savršene za hrabre putnike koji tragaju za novim načinima da uzburkaju krv moćnim hormonom zvanim adrenalin.

BANDŽI DŽAMP SA „MACAU“ KULE, KINA

Slobodan pad sa vrha „Macau“ kule visoke 233 metra je, prema Gini-sovoj knjizi rekorda, najviši komercijalni bandži džamp na svetu. Vrtoglavi pad koji garantuje nalet adrenalina u krv usporava se posebnom opremom na 30 metara od zemlje i skakača vraća nazad u visine. Sistem sigurnosnih sajli obezbeđuje da ne dođe do kontakta čoveka sa zidom kule, ali i pruža mogućnost da se skok održi po skoro svim vremenskim uslovima, a moguće je i noćno skakanje. Na zvaničnom sajtu ove kule pozivaju se hrabri avanturisti da ostvare svoje snove i pobeđe strahove, za šta treba da izdvoje oko 400 evra.

VOŽNJA U BALONU IZNAD VIKTORIJINIH VODOPADA, ZIMBABVE

Ko ima dovoljno hrabrosti da sa velike visine pogleda na dole iz korpe koju nosi balon, uživaće u najboljem mogućem pogledu na Viktorijine vodopade, jer je to jedini način da se sagleda veličina i veličanstvenost ovog fenomena prirode. Oni koji odluče da svoj život povere balonu i njegovom motoru, pored predivnog pogleda, uživaće i u potpunoj tišini koja vlada na tim visinama. Posebnu atrakciju predstavlja let u vreme zalaska sunca – prizor za koji kažu da vredi rizikovati.

KATAKOMBE U PARIZU, FRANCUSKA

Mreža podzemnih tunela dužine 320 kilometara, mesto je na kojem počivaju posmrtni ostaci više od šest miliona ljudi. Izgrađena je krajem 18. veka u nastojanju da se gradska groblja presele ispod grada. Podzemni lavirint, prikladno nazvan „Kapija pakla“, otvoren je za turističke posete, ali s obzirom na glasine da su neki istraživači izgubili razum pokušavajući da pronađu izlaz iz pariskih katakombi, svakako je najbolji savet za turiste da se drže svog turističkog vodiča i grupe. Vođene ture obuhvataju samo 1,5 kilometar tunela, a silazak u katakombe je zabranjen za osobe sa respiratornim i srčanim obo-



Adrenaline junkies' desire for adventure overrides the need for a break in the seaside paradise resort. Each passionate adventurer will admit that it is difficult to resist a good climb on a cliff or excitement when descending on 18 meter high slide into the water full of sharks. These destinations are definitely not the right choice for those with a weak heart, but they are perfect for those brave travelers who are looking for new ways to thrill their blood with this powerful hormone called adrenaline.

Bungee Jump sa Macau kule



Vožnja u balonu iznad Viktorijinih vodopada



Katakombe u Parizu



Skakanje sa litice na Jamajci



Spuštanje niz tobogan, Nasau

ljenjima, osobama koje se plaše mračnih zatvorenih prostora, kao i maloj deci.

SKAKANJE SA LITICE NA JAMAJCI

Smešten na vrhu stene visoke 10 metara, „Rick's Café“ – najpopularniji restoran na Jamajci, slavu nije stekao zbog hrane i pića u svojoj ponudi, već zahvaljujući tome što je mesto sa kojeg turisti slobodno skaču sa vrha litice u kristalnu vodu. Ljudi koji su posetili ovo mesto kažu da se miris adrenalina oseća u vazduhu, te je dovoljno uzbudljivo i samo posmatrati avanturiste kako skaču. Pored mogućnosti za adrenalinski skok u vodu, ovaj restoran poznat je i po prelepom pogledu na zalazak sunca.

TRČANJE SA BIKOVIMA, PAMPLONA, ŠPANIJA

Svakog jula, hiljade hrabrih duša dolazi u španski grad Pamplonu na festival „San Fermín“, koji uključuje i trčanje, bolje rečeno bežanje od bikova kaldrmisanim ulicama. Učešće u ovoj opasnoj aktivnosti ima nekoliko uslova: osobe moraju da budu starije od 18 godina, da trče u istom smeru kao i bikovi, da ne podstiču i dodatno „ne ljute“ bikove i da ne budu pod uticajem alkohola. Potencijalni učesnici, naravno, treba da budu svesni činjenice da krdo bikova može da trči brzinom i do 24 kilometra na čas!

SPUŠTANJE NIZ TOBOGAN, NASAU, BAHAMI

Pravljen po ugledu na majanske hramove, ovaj vodeni tobogan prigodno nazvan „Leap of faith“, smešten u rizortu „Atlantis Paradise Island“ na Bahamima, nudi skoro vertikalni 18 metara dugačak spust. Iako na prvi mah tobogan ne deluje ništa opasnije od sličnih atrakcija u drugim akva parkovima, ono što ga ističe i dodaje „zastrašujući“ efekat je činjenica da pri kraju spusta, osoba strmoglavom brzinom ulazi u providni plastični tunel potopljen u lagunu u kojoj pliva mnoštvo ajkula!



Tračanje sa bikovima, Pamplona

PENJANJE NA PLANINU HUASHAN, KINA

Na vrhu planine *Huashan* u Kini nalazi se taoistički hram za koji se priča da ima najbolji čaj u Kini. Ali do dobre šoljice čaja i mesta za meditaciju nije ni malo lako doći. Do vrha planine i pomenutog manastira pešaci dolaze drvenom stazom, koju su pravili monasi duž stena iznad provalije, te je vezivanje pešaka sigurnosnim lancima obavezno. Ova pešačka planinska staza jedna je od najopasnijih na svetu i dugo vremena predstavljala je jedini put do vrha, ali razvojem turizma u toj kineskoj oblasti izgrađene su druge bezbednije staze, kao i žičare. Uprkos novim stazama, drveni put i dalje privlači avanturiste i zaljubljenike u opasnost.

Marija Obradović

NAJVEĆI

VITEŠKI SPEKTAKL U REGIONU



Ovogodišnji, 3. Internacionalni viteški festival „Just Out“, posvećen Despotu Stefanu Lazareviću, oborio je sopstveni rekord okupivši krajem avgusta pod zidinama Manasije više od 80.000 posetilaca i čak 400 učesnika iz 19 zemalja! Ove godine odlično organizovan Festival, otvoren je veličanstvenim spektaklom, uz mnogo dobre energije, snažnih emocija među učesnicima, odlično osmišljenog programa, uz Slobodana Trkulju i njegovu anđeosku izvedbu *Neba*, srednjevekovnu muziku čiji su se zvuci prosipali dolinom vitezova i vraćali da obgrle svetinju, okupanu svetlošću reflektora, uz defile svih učesnika i atraktivne borbe vitezova pod punom viteškom opremom... I

sve to uz ličnu podršku i prisustvo predsednika Srbije. A onda, čitava tri dana, koliko je trajao Festival, i učesnici i posetioci proživeli su u viteškom selu baš kao u srednjem veku: odmeravajući snagu, baveći se starim zanatima, pesmom i muzikom, pripremajući hranu po srednjevekovnim recepturama, družeći se, učeći i razmenjujući viteške veštine...

I sve to u čast Stefana Lazarevića, poznatog i kao Stevan Visoki, sina kneza Lazara i kneginje Milice Hrebeljanović. U svoje vreme važio je za jednog od najboljih vojskovođa i vitezova iz reda Zmaja ugarskog kralja Žigmunda. Bio je veliki pokrovitelj umetnosti i kulture, a i sam je bio pisac – njegovo najznačajnije delo je „Slovo

ljubve“, a njegova glavna zadužbina – manastir Resava u Depotovcu, danas poznati-ji kao Manasija.

Upravo su tu i ove godine domaćini manifestacije „Just Out“, Beli Orlovi – vitezovi iz Srbije, ugostili 400 saboraca iz 19 zemalja: Rusije, Ukrajine, Austrije, Mađarske, Francuske, Češke, Bugarske, Rumunije, Turske, skandinavske vikinge iz Švedske... Svi oni oduševljeni Festivalom, Manasijom, našim ljudima i Srbijom, postali su najbolji promoteri i Festivala i naše zemlje. Društvene mreže su se usijale, lajkovi padali, kao i kandidature za priznanja, a ono što je najlepše - ta euforična priča i dalje traje, premrežavajući i umrežavajući svet! *Game of Thrones*, na čijoj fb stranici je

prikazan kratak film o ovogodišnjem festivalu, serija *Viking* itd., značajno su podigli interesovanje za naš viteški festival. Svi svetski mediji su preneli informaciju o Festivalu, od *Bored Pande* do *British Telegrafa*, od elitnih Iranskih novina do *Sputnjika*...

Pritom, mnogi posetioци su prvi put u Srbiji imali priliku da čuju neverovatan spoj moderne i srednjevekovne muzike, posmatraju borbu vitezova, ali i da uživaju u srednjovekovnim specijalitetima i najfinijem srpskom vinu, dok su za najmlađe goste bile organizovane različite dečije radionice sa vitezovima. A za mnoge odrasle, najbolja radionica bila je degustacija brendiranog „Just out“ piva iz lokalne pivare! Za sledeću godinu organizatori najavljuju još brendiranih proizvoda i definitivno još mnogo iznenađenja, jer je 2018. za ovaj festival mnogo važna.

- Predsednik države Aleksandar Vučić svečano je otvorio festival, koji se od sada i održava pod njegovim pokroviteljstvom, što je za nas velika čast i obaveza – istakao je Oliver Stanković, organizator „Just Out“ festivala i podsetio da se naredne godine navršava 600 godina od kada je Despot Stefan Lazarević sagradio manastir Manasiju - jedno od najlepših srednjevekovnih zdanja.

- Naredne godine, kada se obeležava ovaj veliki jubilej, pokušaćemo da dovedemo na festival i japanske samuraje u punom sastavu, od čijih kostima i borbe zastaje dah. Potrudimo se i da se dogovorimo sa elitnim „Ritter“ festivalom iz Bavarske da dovuku dvokolice i konje, i da napravimo pravi adrenalinski okršaj – kazao je Stanković, dodavši da imaju u planu proširenje festivala i na Beograd (precizni-



This year, the 3rd International Knight's Festival "Just Out", gathered at the end of August, under the walls of Manasija Monastery, 400 knights from 19 countries. This medieval spectacle was dedicated to the Serbian Despot Stefan Lazarević, who, before 600 years ago, built this magnificent monastery.



je Kalemegdan), koji je upravo Despot Stefan proglasio za prestonicu.

- Moramo mu se odužiti časno, na viteški način, kako i dolikuje – poručio je organizator „Just Out“ festivala, koji je dobitnik nagrade „Kaktus“ za najbolju virtuelnu realnost i nagrade „Najbolji novi festival“, dok će se ove godine takmičiti za prestižnu nagradu „Najbolje iz Srbije“ i na međunarodnom EFFE konkursu i sigurno pobe-

diti, jer ovaj moćan događaj to apsolutno zaslužuje: on jeste najbolje iz Srbije ili autentična turistička manifestacija koja Srbiju predstavlja u svetu na potpuno originalan način, govoreći o viteštvu, časti, nacionalnom i ljudskom ponosu, gradeći mostove prijateljstva među ljudima i narodima, i koja svojoj zemlji, ukoliko dobije ozbiljnu podršku, može da donese i ozbiljan prihod.

Zapostavljena VEROVANJA

U ovo doba brzog življenja, reklama i blokbastera, oživljavanja raznih likova grčke i nordijske mitologije pretočenih u superheroje stripova i novela, polako ali sigurno gubimo kontakt sa jednim misterioznim i magijskim svetom koji je prožimao našu prošlost i kroz tradiciju, iako neprimetno, aktivno prožima našu sadašnjost. Osetio sam potrebu da pokušam da kroz fotografiju upotpunim sliku o veličanstvenom svetu Slovenske mitologije.

Od Pramraka do Prajajeta, od Svaroga do Peruna, divova, patuljaka, zlatnog praha sa dna mora i Drveta Sveta, sve su to delovi jednog univerzuma koji je vladao životima naših predaka i koji i danas postoje u tragovima u našem svakodnevnom življenju. Možda je i najlepše objašnjenje slovenske mitologije, koje pročitah u poslednje vreme, nastalo iz pera Marije Puceljčević, koja je naziva našom zapostavljenom magijom verovanja. Možda je jedna od najlepših priča o nastanku sveta ispričana kroz mitove starih Slovena, u kojoj, ako se dobro udubite, možete prepoznati zajedničke motive koji neodoljivo podsećaju na motive ostalih svetskih mitologija.

PRIČA O NASTANKU SVETA

„U početku nije bilo ničega, postojao je Pramrak, more i tamno nebo, jedina postojeća stvar je bila Prajaje u kojem je počivao Svarog, božanski tvorac. Pod uticajem životnih sila, jaje se raspuklo i stvorilo svetlost. Pokrenula se sila koja je stvorila svet, od Svarogove senke rodio se Crnobog, bog zla i patnje. Oni su oboje bili sile bez oblika, pa su stvorili svoje dvojnike. Svarogov dvojnik bio je Volos, a Crnoboga Črt. Svarog je pomoću zlatnog praha sa dna mora stvarao sav život i svet, stvorio je sunce i mesec.



Marko Stamatović felt the need to complete through photography the picture of magnificent world of Slovenian mythology, as he claims, only through this knowledge we can understand the incredible diversity and depth of something that we call the cultural heritage of the Serbs.



MAGIJA





U moru nastaje Vodan, bog mora. S nebeskih je visina pala donja ljuska Prajajeta i razbila se u hiljade komada, od tih komada nastali su razni divovi i patuljci, sva magična bića. Od gornje ljuske Prajajeta nastalo je Drvo sveta, jasen koji je odvojio nebo od zemlje, a u njegovoj krošnji nalazio se Nav, stan bogova."

Iako čak i danas postoje veliki neotkriveni delovi mitologije starih Slovena, na temeljima nekih arheoloških nalaza i starih zapisa hroničara može se dobiti samo delimičan uvid u mnogobožacku religiju Slovena, čiji koren seže u 3. milenijum pre naše ere, i koji su za svaki aspekt svoga života imali po jedno božanstvo. Panteon Slovenskih bogova je i dalje nekompletan i jedan je od razloga zašto tako malo znamo o sopstvenoj mitologiji. Problem leži u tome što su izvori o verovanjima Slovena vrlo oskudni i mogu se naći samo u fragmentima. Ali to ih nije sprečilo da se duboko implementiraju u običaje modernog pravoslavlja i na taj način postanu sastavni deo našeg etnosa. Svi ti „nedostaci“ daju još tajanstveniju crtu izuzetno bogate staroslovenske kulture koja vas jednostavno uvlači u svoje naručje tako da joj ni ja nisam odoleo.

MITOLOGIJA KAO KREATIVNA INSPIRACIJA

Sama šarenolikost staroslovenske mitologije, kao i misticizam koji je obavija bio je sasvim dovoljan motiv da se krene sa razvijanjem setova fotografija. Ali, odlučujući faktor da se posvetimo ovim konceptima bila je činjenica da se o slovenskoj mitologiji vrlo malo zna. Znanje koje postoji vezano za ovu kulturu je nepotpuno i s mnoštvom neobjašnjenih fenomena, što nam je dalo dovoljno prostora da možemo da iskažemo i naše viđenje tog sveta i upotpunimo sliku o ovoj magijskoj kulturi.

„Cela ideja ovih setova se zasnivala na kompletnom autorskom radu koji bi se oslanjao na mitove iz staroslovenske mitologije. Autentičnost nam je bila jedan od glavnih ciljeva, gde se težilo da se 90% gotove fotografije dobije iz sirovog snimka, a upotreba *Photoshop* softvera svede na minimum. Takav koncept je zahtevao mnogo rada i planiranja, izradu kostima i scenografija, kao i potragu za pravim modelima i mestima za snimanje. Izrada jednog od ovih setova traje čak i do 4 meseca pre samog snimanja. Ali, rezultati koji se dobiju na kraju, opravdavaju svaki uloženi atom snage.“

Osetio sam potrebu da se na neki način usudim i pokušam da kroz fotografiju upotpunim sliku o veličanstvenom svetu Slovenske mitologije, jer jedino kroz ta saznanja možemo shvatiti



neverovatnu raznolikost i dubinu nečega što nazivamo kulturnim nasleđem Srba.

Više informacija možete pronaći na:

web: www.markostamatovic.com

FB: www.facebook.com/stamatovicstudio

IG: www.instagram.com/marko.stamatovic

Marko Stamatović

OD LOVAČKOG DOMA DO LETNJE PALATE

Naziv Šenbrun znači „prelepi izvor“ i dvorac ga je dobio po arteskom bunaru koji je celo imanje snabdevao vodom. Prvo pominjanje ovog imena zabeleženo je dok je u njemu živela princeza Eleonora Gonzaga, udovica Ferdinanda II, cara Svetog rimskog carstva. Šenbrun kakav vidimo u današnjoj baroknoj, neoklasicističkoj formi, zasluga je Marije Terezije, supruge cara Franje I, koja ga je dobila kao svadbeni poklon. Carica je enterijer opremila neprocenjivim nameštajem, umetničkim delima, muralima, porcelanom, ogledalima, a vrtove cvećem, fontanama, statuama i skulpturama.

Radost i divljenje je ono što vas obuzme kad stanete ispred austrijskog dvorca Šenbrun. Međutim, osećate se i minorno. Čini se da se ovo velelepno žuto zdanje i sa leve i desne strane proteže u nedogled, i ne znate ni u kom smeru da krenete. Pratimo vodiča. Bez njega smo izgubljeni.

NESAGLEDIVI VRTOVI ŠENBRUNA

Budući da nije padala kiša, odlučili smo da prošetamo. Velikim dvorskim prolazom izašli smo u vrtove. Opet zabuna. Kuda? Svuda statue, cveće, žbunje, drveće, nepregledno prostranstvo. Rečeno nam je da se prostor između palate i Sunčeve fontane zove „Veliki parter“. Sastoji se od dugačkih, širokih staza koje

okružuju razne statue. Ima ih trideset i dve, i predstavljaju vrline, antička božanstva, heroje i vojskovođe. Između ostalih, tu su Apolon, Merkur, Mars i Minerva, Kaliopa, Herakle, Persej, Hanibal, Paris, Jelena Trojanska. Na kraju staza nalazi se već

pomenuta Sunčeva fontana, odnosno Neptunova fontana.

Ova im-
pozan-
t n a

građevina prikazuje mermernog boga mora, u kočiji u obliku školjke, sa boginjom Tetidom, u pratnji nimfe i četiri tritona koji jašu morske konje. Fontanu je naručila carica Marija Terezija 1776. godine, a završena je četiri godine kasnije. Cela kompozicija predstavlja moć sa kojom su se poistovećivale evropske kraljevske porodice tog vremena, i smeštena je u podnožju brda na čijem vrhu se nalazi Glorijeta.

Glorijeta je paviljon, građevina koja predstavlja simbol poštovanja celokupnog okruženja. Žučkasto-bele boje je i ima ulaz sa obe strane. Napravljena je kao poslednja građevina projektovana za vrtove Šenbruna. Prvobitno je bila osmatračnica, a potom i kraljevska trpezarija, sala za festivale i mesto za doručak cara Franje Josifa. Danas je u njoj kafe u kom možete naručiti razne poslastice, između ostalih i čuvenu Saher tortu. Glorijeta sa druge strane nad-





gleda šumu i jezero puno ptica, pa nećete pogrešiti za koji god sto da se opredelite. Potpuno je srušena tokom Drugog svetskog rata, ali je obnovljena 1947. godine, a potom i 1995. Na krovnom vencu, s glavne strane fasade, stoji natpis: „Podignuto tokom vladavine cara Josifa II i carice Marije Terezije, 1775. godine“.

U vrtovima Šenbruna danas možete obići i botaničku baštu, japanski vrt, lavirint, razne fontane i skulpture, ali i Zoološki vrt, najstariji na svetu! Često je dobijao i titulu najboljeg u Evropi. Nastao je 1752. godine kao menažerija, na prostorima koji su carevi koristili za rekreativni lov, a status Zoološkog vrta dobio je s kraja devetnaestog veka.

ISTORIJAT

A sad da se vratimo na sam dvorac. Tačno je da je njegova gradnja cvetala za vreme Marije Terezije tokom 1740-ih i 1750-ih godina, ali imanje je primarno kupio rimski car Maksimilijan davne 1569. godine. Ogradio ga je i napunio ribnjacima i raznim životinjama – jelenima, divljim svinjama, fazanima i patkama, pretvorivši okolinu u rekreativno lovno područje. Naziv Šenbrun znači „prelepi izvor“ i dobio



ga je po arteskome bunaru koji je celo imanje snabdevao vodom. Prvo pominjanje ovog imena zabeleženo je dok je u njemu živela princeza Eleonora Gonzaga, udovica Ferdinanda II, cara Svetog rimskog carstva. Šenbrun kakav vidimo u današnjoj baroknoj, neoklasicističkoj formi, zasluga je

Marije Terezije, supruge cara Franje I, koja ga je dobila kao svadbeni poklon. Imali su šesnaestoro dece od kojih su mnoga odrasla na ovom posedu. Carica je enterijer opremila neprocenjivim nameštajem, umetničkim delima, muralima, porcelanom, ogledalima, a vrtove cvećem, fontanama, statuama i

skulpturama. Posle njene smrti, letnjikovac je ostao nenastanjen sve do vladavine cara Franje Josifa, koji je ovde provodio leta u detinjstvu i mladosti. Tokom vladavine, izabrao je Šenbrun kao omiljenu palatu i preselio se u apartmane u zapadnom krilu. U dvoru je i preminuo 1916. godine.

Nakon pada Habzburške monarhije 1918. godine, letnjikovac je postao svojina Austrijske republike i pretvoren je u muzej. Posle Drugog svetskog rata služio je kao sedište britanskog garnizona, a od 1955. ponovo je postao muzej i od tada predstavlja nezaobilaznu turističku atrakciju. U retkim prilikama predstavlja i mesto sastajanja svetskih političkih zvaničnika – na primer, Džona F. Kenedija i Nikite Hruščova 1961. godine. UNESCO je, 1996. godine, Šenbrun i njegove vrtove proglasio za deo Svetske baštine, opisavši ga kao „izuzetni barokni ansambl i sintezu umetnosti“.

TURA PO SAVREMENOM ŠENBRUNU

Danas je fotografisanje unutrašnjosti letnjikovca zabranjeno. Budući da dvor ima 1.441 sobu, veći deo nije dostupan javnosti.

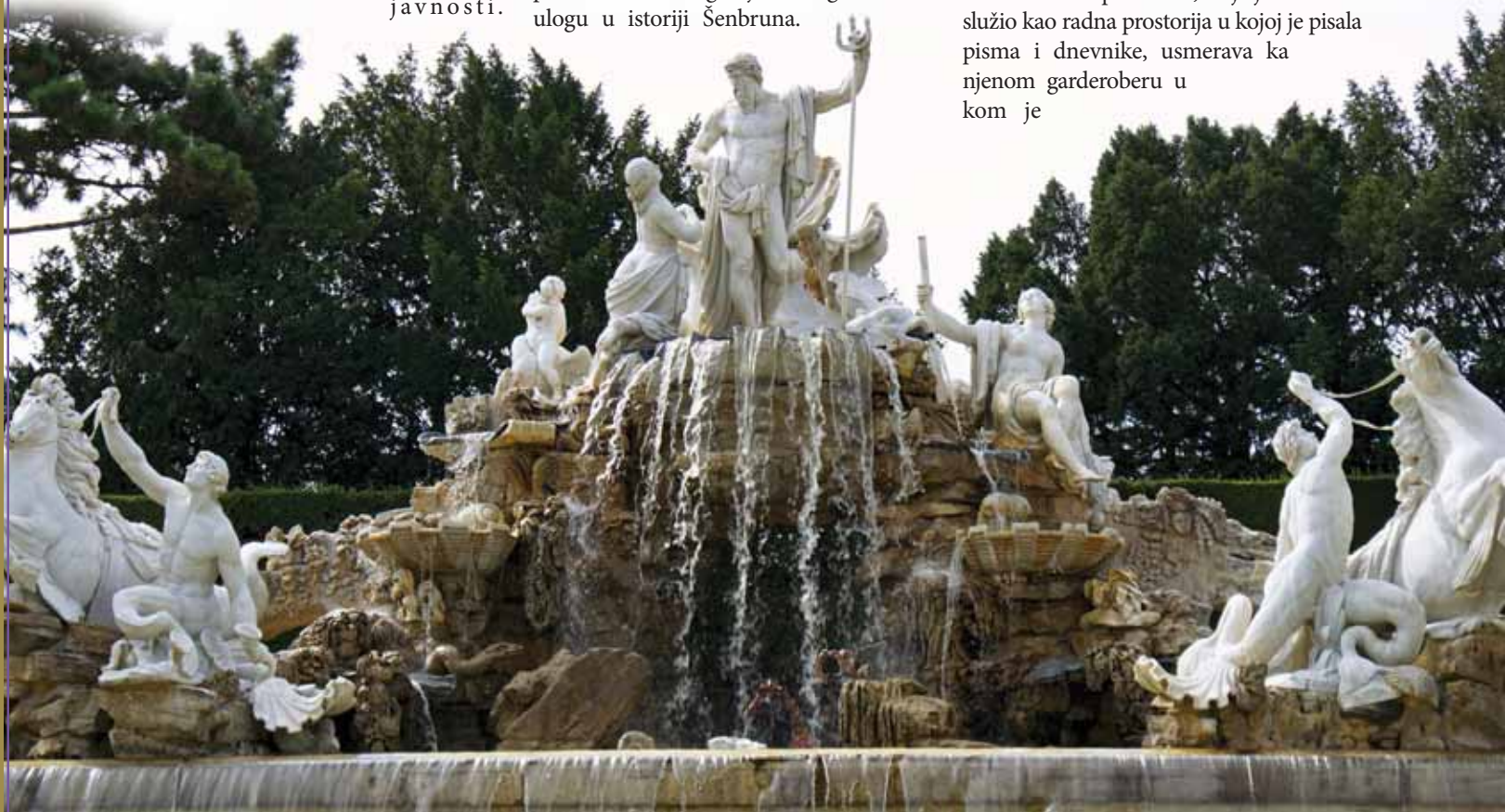


The name Schönbrunn means "beautiful spring" and the castle got it by artesian well, which supplied the whole estate with water. The first mention of this name was recorded while Princess Eleonora Gonzaga, widow of Ferdinand II, Emperor of the Holy Roman Empire was living there. Schönbrunn, which we see in today's baroque, neoclassical form, is the merit of Maria Theresa, the wife of Emperor Francis I, who received it as a bridal gift. The Empress furnished the interior with lavish furniture, works of art, murals, porcelain, mirrors, and gardens with flowers, fountains, statues and sculptures.

Tura počinje od „plavih stepenica“ – prostorije nekadašnjeg lovačkog doma, pretvorene u ceremonijalni prolaz tokom vladavine Marije Terezije i Franje Stefana. Portrete bračnog para možete videti na zidu. Na vrhu stepenica, sa desne strane, ulazi se u salon pun portreta članova porodice Habzburg koji su odigrali važnu ulogu u istoriji Šenbruna.

Potom se prolazi kroz radnu sobu ađutanta cara Franje Josifa, a onda i kroz sobu straže – nekadašnjih čuvara privatnih odaja carske porodice. Danas, u njoj su izložene njihove uniforme. Sledeća je Franjina soba za bilijar.

Soba od orahovine opravdava svoj naziv – i zidovi, i nameštaj su od ovog drveta. Stolovi u duborezu i velika ogledala tipični su za rokoko stil. Ovde je Josif II, sin Marije Terezije, držao audijenciju. Pored nje, radna soba Franje Josifa je skromnije opremljena. Nema luksuznog nameštaja, ali je puna slika i porodičnih fotografija, prvenstveno portreta njegove supruge Elizabete – Sisi. Odmah do je soba Franjinog bliskog sobara Keterla, koji mu je donosio obroke i starao se o carevom zdravlju. Potom sledi careva spavaća soba. Tu i dalje stoji krevet u kom je preminuo u 86. godini, kao i njegova posmrtna fotografija. Iz sobe se ulazi u kabinet koji vodi u privatne odaje carice Elizabete. U njemu je portret ćerki Marije Terezije – Marije Josefe i Johane Gabrijele – obe preminule kao devojčice od malih boginja. Kabinet sa stepenicama, koji je Elizabeti služio kao radna prostorija u kojoj je pisala pisma i dnevnike, usmerava ka njenom garderoberu u kom je





Marija Terezija i porodica



Marija Antoaneta

intenzivno vodila računa o svom izgledu. U carskoj sobi smešten je masivni bračni krevet, dok su zidovi oplepljeni tamno-plavim cvetnim tapetima. Pred njom, u zlatno-belom rokoko salonu Sisi je dočekivala posetioce.

Soba Marije Antoanete, pretposlednjeg deteta Marije Terezije, danas je trpezarija. U središtu je veliki sto sa bečkim porcelanom i srebrnim escajgom, kao i kristalnim čašama. Ovde su se vodili neformalniji, prisniji razgovori carske porodice i njene rodbine i prijatelja. Diskusija je bila dopuštena preko stola, dok se na dvorskim obedima moglo šaputati samo sa osobom pored.

Potom slede dečje sobe, na čijim zidovima su prikazi ćerki Marije Terezije, a posetioci zatim prolaze kroz prostoriju za doručak, žuti salon i sobu balkona u kojoj su, takođe, izloženi portreti dece Marije Terezije. Jedan od njih predstavlja Mariju Elizabetu, često opisivanu kao najlepšu od ćerki. I ona je dobila male boginje koje je preležala, ali joj je lice ostalo u ranama, što joj je onemogućilo da nađe supruga jednakog statusa. Kao i njena sestra, i Marija Ana se nije udala. Obe su postale opatice posle majčine smrti. Dalje, u sobi kristalnih ogledala možete primetiti i impresivne lustere sa nebrojeno sveća. Sledeće tri prostorije se

nazivaju Rosinim sobama, po arhitekti Josifu Rosi koji ih je projektovao.

Velika galerija dugačka je više od četrdeset metara i predstavljala je mesto za balove i banket hol. Oslíkana tavanica, okružena ogledalima i svećnjacima, odaje utisak kao da se raj smestio u jednoj prostoriji. Mala galerija, napravljena kad i Velika, služila je za manje proslave. Sledeća dva kabineta opremljena su motivima istočne Azije – svilom na zidu i porcelanom iz Kine i Japana. Istočnjački detalji bili su vrlo popularni kod kraljevskih porodica tokom 18. veka. Posetioci onda ulaze u Halu ceremonija koja je služila za krštenja, rođendane i venčanja članova carske porodice, ali i članova dvora i drugih aristokrata. Sledeća prostorija služila je za zajedničke obroke najviših vojnih oficira i dvorskih zvaničnika.

Potom se prolazi kroz plavi kineski salon, radnu sobu Franje Stefana koju je Marija Terezija pretvorila u memorijalnu nakon njegove smrti, Napoleonovu sobu i sobu porcelana – radnog prostora Marije Terezije. Soba miliona ime je dobila po dragocenim zidnim oblogama napravljenim od egzotične vrste tropskog ružinog drveta zvanog „fekatin“ ili „vikatin“, dok je salon goblena pripadao roditeljima Franje Josifa i opremljen je

porodičnim portretima i bidermajer nameštajem. Sledi radna soba carice Sofije i crveni salon – garderober sa zidnom oblogom i teškim draperijama od crvenog damasta.

Kabinet istočne terase, oslikan cvetnim motivima, vodi do Bogate sobe – prostorije za koju se smatralo da je u njoj rođen Franjo Josif. Međutim, skorašnja istraživanja pokazala su da su ovde odesdali car Ferdinand i njegova supruga Marija Ana. Danas je u njoj jedini sačuvani krevet bečkog dvora, koji je napravljen uoči venčanja Marije Terezije i prvenstveno je stajao u njenim privatnim odajama u Hofburgu. Sledeća je radna soba Franjinog oca, koja je izmenjena posle njegove smrti i od tada do kraja Habzburške monarhije služila je kao zvanični prijemni salon. U njoj su portreti sve dece Marije Terezije, kao i impozantni zajednički portret cele porodice. Soba lova je poslednja prostorija ture Šenbruna. U njoj se nalazi slika prvobitnog izgleda ovog letnjikovca, kao i portreti Habzburgovaca tokom lova.

Da rezimiramo, tura uključuje obilazak četrdeset prostorija. Malo li je? Zamislite da prolazite kroz svih 1.441...

Tekst i fotografije:
Dušan Veselinović

OBNOVLJENI HRAM ČEKA POSETIOCE



U godinama kada razvoj verskog turizma kako kod nas, tako i u svetu, doživljava svoj drastični porast, manastir Osovica zauzeće dostojno mesto na turističkoj karti Republike Srpske, kao i Srpske Pravoslavne Crkve.

Jedan od prelepih primera spoja savremene turističke tražnje u okviru verskog turizma i tradicije je i Sveta obitelj osovička, iznikla na temeljima divne svetinje iz vremena velikog i slavnog kralja Stefana Dragutina Nemanjića (1253-1316. godine), koji se i smatra njenim ktitorom. U godinama kada razvoj verskog turizma kako kod nas, tako i u svetu, doživljava svoj drastični porast, ova svetinja zauzeće dostojno mesto na turističkoj mapi Republike Srpske, kao i Srpske Pravoslavne Crkve.

ŠTA MOŽEMO VIDETI?

Sam manastirski kompleks obnovljen je na mestu gde je 2003. godine pronađen temelj manastirske crkve. Danas je na tom mestu izgrađen saborni hram posvećen Blagovještenju Presvete Bogorodice – jednobrodna građevina u formi upisanog krsta. U sabornom hramu nalazi se ikona Presvete Bogorodice Trojeručice, dar Svete lavre Hilandara. Manastirski kompleks, pored sabornog hrama, sadrži i kapelu Svetog

velikomučenika Prokopija, kapelu Vaskrsenja Gospodnjeg sa prostorijom za prisluživanje sveća i prodavnicom suvenira, pirg sa kapelom posvećen Svetom Nikolaju Mirlikijskom, manastirski konak sa salonom za goste, monaškim kelijama, trpezarijom i bibliotekom, kao i trem za narod. Trenutno je u izgradnji narodna trpezarija. Manastir je osvećen 25. jula 2017. godine rukom Patrijarha srpskog Irineja. Nesebičnu ljubav i trud u vaskrsenju ove svetinje dao je episkop banjalučki Jefrem i nastojatelj manastira Sinđel Teofil.

KAKO DO MANASTIRA?

Manastirski kompleks nalazi se u podnožju planine Motajice na samom severu Republike Srpske, BiH. Do manastira se stiže magistralnim putem Srbac – Derventa, uz praćenje vidljivih obeležja i saobraćajne signalizacije duž puta. Pred samim manastrom postoje vidno obeležena mesta za parkiranje autobusa i putničkih vozila.

Ivan D. Kosta,
teolog i menadžer hotelijerstva



In the years when the development of religious tourism, both in our country and in the world, is experiencing its drastic increase, the renovated monastery of Osovica will occupy a decent place on the tourism map of the Republic of Srpska, as well as the Serbian Orthodox Church.

LUVR U ABU DABIJU - u novembru

Abu Dabi Luvr, projekat za čiju su dozvolu UAE platili Francuskoj više od milijardu dolara, a na koji se čeka već čitavu deceniju, biće otvoren 11. novembra, najavljeno je u glavnom gradu Emirata.

- Ovo je prvi put da neko zdanje ponese ime Luvra van onog u Parizu, a namera je da privuče turiste iz susednih arapskih zemalja i celog sveta - rekao je ministar kulture UAE šeik Nahjan bin Mubarak al-Nahjan i dodao: - Kao što je Luvr kruna Pariza, želimo da Luvr Abu Dabi bude to bude u našem gradu.

Galerija je smeštena na ogromnom, gotovo pustom ostrvu Sadijat u blizini Abu Dabija (veoma blizu obale Persijskog zaliva). Potporni plafon, težak 7.500 tona (identično kao i Ajfelov toranj), dizajnirao je čuveni francuski arhitekta Žan Nuvel, a sastoji se od osam slojeva geometrijskih oblika urađenih u arapskom stilu. Zamišljen je kao plutajuća kupola koja oslikava igru svetlosti i senki. Luvr Abu Dabi nalazi se na 40 metara nadmorske visine, a kupola je 36 metara iznad zemlje.



SAMO ZA AVANTURISTE: VISEĆI HOTEL U SVETOJ DOLINI

Hotel Skylodge Adventure Suites smešten je u Svetoj dolini nadomak Maču Pikčua u Peruu. Otvoren je u junu 2013. i "prvi je viseći hotel na svetu".

Ovaj hotel sačinjen je od tri odvojene staklene luksuzne kapsule u koje može da se smesti maksimalno osam ljudi. Svaka kapsula ima četiri kreveta, prostor za večeru i kupatilo.

Kapsule su duge 7 a visoke dva i po metra. Imaju šest velikih prozora, sa zavesama i nekoliko ventilacionih otvora. Napravljene su od specijalne vrste aluminijuma i polikarbonata, a u svakoj od njih

su po četiri kreveta, trpezarija i kupatilo. Iako u kupatilu nema tuša i odvojeno je od ostatka kapsule, sobe ne omogućavaju privatnost, ali zahvaljujući pogledu koji se pruža na okolinu, Svetu dolinu Inka, u Kusku u Peruu, to je sasvim irelevantno. Ulaz je na vrhu kapsule, a da bi se ušlo u viseću kapsulu, treba se popeti na vrh planine Via Ferata, a do „sobe“ se dolazi uz pomoć zip-lajna!

Večera, vino i doručak se dostavljaju direktno u sobe, a kompletno iskustvo košta 300 dolara po osobi za noć. U tu cenu uključena je i upotreba žičare kojom se iz sobe spušta na tlo.



FIJAKERI STARI, gde ste?



Širom Srbije, iz prošlih vremena izra-
njaju fijakeri kao prevozno sredstvo,
kao deo tradicije i turističke ponude.
Restorator Aleksandar Nedeljković,
vešt, domišljat, snažan i preduzimljiv
čovek, starim tehnikama i još starijim
alatima svog dede, pravi magiju od
gomila zarđalog gvožđa i trulog
drveta, vraćajući ih u pređašnje stanje
– elegantne kočije. Kaže da samo u
Somboru, po njegovoj proceni, ima
više od stotinu fijakera kojima je
potrebna obnova.

Bili smo deca, a znak dolaska prave
zime bilo je vreme nakon 29. no-
vembarških „svinjokolja”, kad sa
prvim ostrim mrazom, deda, pred zimsku
pauzu, upregne u fijaker dva velika štajer-
ska konja. Odvezio nas je na železničku
stanicu u Novom Kneževcu, mestu pokraj
Tise, po suvomrazici da „uhvatimo” jutarnji
šinobus za Beograd. Ušuškani u mekom
čebetu koje je baka prostrla po sedištima od
debele svinjske kože, tvrdim od hladnoće,
u sećanju nam je dedin šešir, cigareta u uglu
usana i vrh biča kojim bi retko „pecnuo” dva
velika konja da ubrzaju. Razgovor je bio štur,
već od same studeni koja je štipala za oči i

nos, ali deda je samo govorio o proleću, kad
će upregnuti konje u fijaker i „jezditi” do
Palića i Subotice. Ponos kojim je pominjao
fijaker odavao je slobodu koju je to pre-
vozno sredstvo predstavljalo za skromnog,
pametnog čoveka, i upravo odslikava svu
lepotu jednog nepovratno prohujalog vre-
mena nad nama. Šinobusa, pa ni pruge od
Beograda do Đale, više nema. Nema ni
moga dede, koji već dugo „ore nebeske
njive”, a sve je manje konja i fijakera. Ipak,
sećanja budi talas obnavljanja tradicije – fi-
jakerijada širom Srbije. Takmičenja u lep-
oti i veštini vožnje prevoznim sredstvom
koje je obeležilo mnoge epohe od kada se,

SVE LJUBAVI ACE FIJAKERISTE

U Somboru postoji zvanični fijakerista opštine i Turističke organizacije, koji od detinjstva gaji ljubav prema konjima, fijakerima i odaziva se na pozive za proslave, svadbe, venčanja, krštenja. To je Antunić Aleksandar, koga svi znaju kao Aca fijakerista. Još kao dečak od 14 godina, da bi kupio prvo ždrebe, štedeo je, radio i pomagao ocu i majci koji su na nekoj vrsti fijakera nosili vodu za domaćinstva po Somboru. Ponošeno pokazuje slike iz tog doba, a kaže da se, iako mu pomažu sinovi Mihajlo i Marko, od fijakera ne može živeti. Nema više somborskih boema i priča o tri fijakera koji voze: gazdu, muziku, a u trećem – šesir. Iako su česti pozivi na svadbe i druge svečanosti, ne veruje da može ukupno za čitavu godinu da zaradi više od hiljadu do dve hiljade evra. Samo održavanje tri konja, dve kobile i jednog pastuva (Zvezdane, Gonda i Donke) košta oko dve hiljade evra godišnje, uz potkivače, posete veterinara i lekove, ako je potrebno. Zato je potrebna velika želja, strpljenje, pa i novac da bi održao konje i fijakere u ispravnom stanju. A da ne govori o opremi, „radnoj i paradnoj”. Sarači su vešti ljudi, a oprema koju prave je zaista skupa, pa kožni „glavnik”, amovi (vratni, ledni, pršnjak), kajase i štrange mogu da koštaju i više od hiljadu evra komplet za dvopreg, koliko je potrebno za fijaker. Želja za nastavljanjem porodične tradicije pomaže ovom vrednom čoveku da istraje, a dva paradna fijakera i jedna radna paorska kola održava uz prijateljsku Acinu pomoć i drugih fijakerista.



Aca Nedeljković prikazuje svojih ruku delu

kažu istoričari, pominju kao svečane paradne kočije.

FIJAKERI, PA BODOŠI

Smatra se da su kočije nastale u Mađarskoj u mestu Koc, krajem 15. veka, po čemu su i dobile ime. Od tada, svi kraljevi, carevi, crkveni velikodostojnici, predsednici vlada, industrijalci, da bi naglasili svoju važnost, stizali su na krunidbe, inauguracije i druge državne svečanosti paradnim kočijama, tj. sjajnim ukrasnim fijakerima.

Da bi dočarali nanovo magiju ovog prevoznog sredstva i nekih boljih, ili, samo srećnijih vremena, uputili smo se ka Bačkoj

– Somboru. U severnim krajevima Srbije, tradicija se ne samo neguje, već i „živi”. Usporeni lalinski život sa gazdama, paorima, kibic fensterima, suvim prašnjavim poljima, mlakim pivom ispred seoskih prodavnica i, naravno, fijakerima.

Mutni, teški, vreli dan i oblaci prašine sa polja koje prave kombajni. Beru od suše prerano požuteli kukuruz, kao da je sa ruba Gvadalahare u Meksiku, dok se približavate staroj varoši – Somboru, koga zovu i grad fijakera. Nekada je fijakerista bilo mnogo i na železničkoj stanici u Somboru čekali su da prevezu mušterije fijakerom do porodica, prijatelja, poslova.

Za Sombor je vezana legenda o fijakeristima i bodošima, žbunastom drvetu koje je čitav Sombor opasao u hladovinu, jer su nakon 100 i više godina stabla izrasla „u nebo”. Kaže legenda da su prvi bodoši posađeni u Somboru zbog fijakera, ispred hotela „Sloboda”, i to 27, kako bi svaki konj i kočijaš imao hladovinu u doba letnjih žega. Gradska vlada je brinula o fijakeristima, jer su vršili neku vrstu javnog prevoza. Međutim, Aleksandar Nedeljković – Aca, čovek koga znaju i izvan granica naše zemlje, jer restaurira fijakere, kaže da je legenda o bodošima ipak samo bajka, a da je istina prozaičnija. Prva stabla je zasadio mesni lekar, Josip Marković još



Kola za prenos vode atrakcija za turiste u Somboru



Throughout Serbia, from the past times emerge horse carriage as a means of transport, as part of the tradition and tourism offer. Restorer Aleksandar Nedeljković, a skillful, imaginative, strong and clever man, with old techniques and even older tools of his grandfather, makes a magic of a bunch of rusty iron and rotten wood, bringing them back to its former state - elegant carriages. He says that in Sombor only, according to his estimation, there are more than a hundred of those carriages that need renewal.

FIJAKER I ISTORIJA

Prva „laka mađarska kola” iz mesta Koc za tri konja, izum su, tvrdi se, kralja Matije Korvina. Zasenio je svet prevalivši put od Pešte do Beča velikom brzinom od sto hiljada koraka dnevno (oko 75 kilometara). Mađarska laka kola postala su ne samo pomodna, već i pravi hit među vlastelom srednjeg veka u Evropi, pa ih je tražila i čuvena Lukrecija Bordžija u Italiji. Sto godina kasnije, u Nemačkoj se javlja „behangener vagen” – „obešene taljige” u kojima nije bilo truckanja. U 17. veku u Engleskoj proizvode paradnu kočiju (fijaker) na oprugama koje su čuveni majstori doveli do savršenstva, a zvale su se „Viktorija fijaker”. Slične kočije proizvode se kasnije i u Rusiji, Austriji, Francuskoj, Španiji. Smatra se da naziv fijaker potiče iz francuskog naziva „saint fiacre”. Prvi fijakeri i paradne kočije se javljaju kod nas još tokom 18. veka na bakrorezu iz manastira Hopovo, gde se arhiepiskop Pavle Nenadović vozio šestopregom u zatvorenoj paradnoj kočiji, dok je prvu radionicu za izradu fijakera osnovao Matija Rajh iz Crvenke 1880. godine. Čak je na izložbi u Londonu 1908. godine dobio zlatnu kolajnu – priznanje za kvalitet. Tek kasnije, kovač Mladen Moga sa dva prijatelja osniva čuvenu radionicu „Moga” u Novom Sadu gde su proizvodili čezu, lovačka kola, karuce i fijakere.

80-ih godina 18. veka. Kasnije, legendarni gradonačelnik, poznati doktor za plućne bolesti Čihaš Fene započeo je sadnju četvorostrukog prstena – drvoreda u Somboru, 1903. godine. Isključivo da bi ovaj žbun, sa bogatom lisnom masom, pročistio vazduh u Somboru, jer je u letnje doba obilovao prašinom i gradskim nečistoćama, a stanovnici se sve više javljali za pomoć zbog problema sa disanjem. Pedantni hroničari izračunali su da je hladovine ili lisne mase bilo tačno 27 kvadrata po glavi stanovnika Sombora.

NOVI, STARI, IL' REPARIRANI

Ali, fijaker je i bez bođoša polako ulazio u legendu ovog grada, koja živi i sada. Restaurator Aleksandar Nedeljković, vešt, domišljat, snažan i preduzimljiv čovek, starim tehnikama i još starijim alatima svog dede, poznatog bačvara Merkva Matije, pravi magiju od gomila zarđalog gvožđa i trulog drveta, beskrajnim strpljenjem i velikim trudom. Kaže da samo u Somboru, po njegovoj proceni, ima više od stotinu fijakera po budžacima, šupama, ambarima, tavanima u raznoraznim nivoima voznog stanja, kojima je potrebna obnova, ali misli da nema želje za takvom investicijom, iako Beč, Budimpešta, Prag, London i Bratislava neguju fijakersku tradiciju upravo zbog turizma i ljubitelja arhaičnih vremena. Poznate marke novih fijakera svuda u svetu su cenjene i veoma skupe, jer se najvećim delom radi o ručnoj izradi, koja je i najskuplja. Tako ne čudi da kod najpoznatijih proizvođača, na primer iz Nemačke, izrada novih svečanih kočija – fijakera, može da košta čak i do 100 hiljada evra!



Pariz i pepeljuginu kočija ispred Ajfelove kule



Fijaker u Španiji

Kod nas je situacija sasvim drugačija, jer je radionica „Moga” u Novom Sadu, osnovana još 1913. godine, poznata po izradi lovačkih fijakera, engleskih „Viktorija”, pa „Malih peštanskih kočija”, ali i drugih modela, odavno prestala sa proizvodnjom. Sve ono što se pronade po zapuštenim delovima imanja po čitavoj Srbiji, ako bilo ko ima želje i sluha šta fijaker znači za turističku ponudu nekog banjskog ili drugog turističkog mesta, stigne do Ace. Samo u kakvom stanju, to mogu da posvedoče fotografije, kad vlasnici izruče gomilu truleži u Acino dvorište. Neko bi pomislio da ovakvu gomilu đubreta što pre treba izbaciti iz kuće, ali, strpljenje i istrajnost ovog preciznog i sistematičnog čoveka prosto je legendarna, jer sklapa kockice mozaika i od ružnog pačeta pravi labuda.

Iscrpljujući posao istežanja ili kovanja novih delova iziskuje veliku upornost. Od stanja u kom stigne fijaker na restauraciju zavisi i vreme za koje će ga, kao gizdavu mladuu, ponovo predati vlasniku. Nije ni čudo da potom postiže cene do 10-15 hiljada evra, kada prođe Acinu majstorsku radionicu. Restauracije koštaju od 500, pa i do 5 hiljada evra ili više, u zavisnosti koliko luksuza vlasnik želi. Nedavno je Aca restaurirao i kola za prenos vode, koja su izložena u Somboru kao turistička atrakcija, ali i sagaradio nov fijaker – od nule, sve ručni rad sa replikom delova iz 19. veka. Samo on zna kako da izvuce prave uglove i „nategne” šasiju, da može da se ponovo sklopi. Udaranjem dvokilaša – čekića, oblikuje metalne rubove u koje se kasnije umeću trake od pune gume, da ne bi oštećivala asfalt i kako bi konji lakše vukli fijaker. Kaže da je jedan od najvećih problema nabavka dobrog, starog, ali nepre-sušenog drveta za izradu delova kočija i točkova. Tako se točak pravi iz tri različite vrste besprekornih komada drveta. Srce točka pravi se od kivanog bresta, žbice od prirodno sušenog bagrema, a plate (obruč točka) od jasena. Sam Aleksandar Nedeljkić, nekada predsednik Udruženja starih zanata, misli da bi mnoge destinacije koje pretenduju da se bave turizmom: od banja, planinskih, jezerskih, rečnih gradova i mesta, morale tradiciju da vrata na velika vrata. Nije potreban veliki novac za kupovinu



Tamburaši i fijakeri



novih fijakera i svećanih kočija u Beču, Bratislavi, Nemačkoj. Dovoljno je prekopati po tavanima, ambarima i zapuštenim delovima imanja i stvoriti čitavu flotu, na nacionalnom nivou, a ovoj akciji bi trebalo da se priključi i Turistička organizacija Srbije. Jer, još uvek kod nas ima mnogo kolaru, sarača, pa i spretnih ljudi koji bi, kao i Aca, mogli da

pomognu razvoju našeg turizma. Ako je fijaker dobar za Beč, koji od turizma zarađuje milijarde evra, možemo li i mi uzeti deo tog turističkog fijakerskog kolača? Jer se, izgleda, zlatno doba fijakera vraća na velika vrata!

*Tekst i foto: D. K.–I.
Foto dokumentacija:
A. Nedeljkić*

USKORO NOVA MISS TURIZMA SRBIJE



Koja će devojka predstavljati našu zemlju kao ambasador turizma Srbije na izboru za **Miss Tourism World 2017/18, od 8-27. januara 2018. u Maleziji**, znaće se već 26. oktobra 2017. godine po završetku SUPER FINALA za izbor naše Miss Turizma u klubu AZZARO na Adi Ciganliji 26. oktobra 2017.

Ovaj, po rečima vlasnika licence Dragana Ćosa, jedini zvanični izbor za Miss Turizma Srbije odvija se u organizaciji „Udruženje modnih delatnosti Mis Ju“ pod



zvaničnom licencom Miss Tourism World, a pod visokim pokroviteljstvom Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija Srbije

Treba istaći da je na izboru „Miss Tourism World“ 2015/16, koji je održan u Maleziji, predstavnica Srbije Sara Stojanović proglašena za treću pratilju, što predstavlja najveći uspeh u istoriji Srbije u dosadašnjim učesćima na svetskim izborima lepote.

Ovaj projekat turističke promocije zemlje najvišeg ranga odvija se pod sloganom **“Lepota dolazi iz Srbije”**.

Miele Bulevar Zorana Đinđića 64a
PROFESSIONAL 11070 Novi Beograd
Srbija

Tel: +381 11 655 6086; Fax: +381 11 655 6085
info@miele.rs; 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.



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!



Dum doo

www.hotelgarnidum.com dum.hotel@gmail.com

+381 11 40-44-810
+381 11 40-44-811
+381 69 304-82-83

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

dodatak ishrani

Oligogal[®] Se

Vitamini A, C, E + selen

SAČUVAJTE ZDRAVLJE!
OSEĆAJTE SE SIGURNIJE!

**BUDITE
ZADOVOLJNI**

U SVAKOM
TRENUTKU ŽIVOTA!



*Za putovanje
bez stresa...*

 **Galenika** a.d.
Beograd

Novo!

PALETA **GALEB**[®] ČOKOLADA PROŠIRENA JE NOVIM PREMIUM UKUSOM,
KOJI ĆE ZADOVOLJITI ISTANČANA ĆULA PRAVIH LJUBITELJA ČOKOLADE.
UŽIVAJTE U HARMONIJI UKUSA NAJFINIJE CRNE ČOKOLADE SA 80% KAKAO DELOVA.



* BEZ SOJA LECITINA *

* NIZAK SADRŽAJ ŠEĆERA *

* VISOK SADRŽAJ KAKAO DELOVA *